

## Ideale Kombination

In den vergangenen 7 Jahren entwickelten wir **Referencecoaching** zu einer neuen, sehr erfolgreichen Strategie, die sehr gute Ergebnisse bringt.

- Über 80 Prozent der von uns betreuten Homepages werden bei wichtigen Suchmaschinen auf der ersten Seite gefunden
- 97% werden innerhalb der ersten drei Seiten gefunden.

Referencecoaching benötigt an Zeit die üblichen Indizierungszyklen.

**VORTEIL:** Dank ihrer Qualität gehen einmal indizierte Landing Pages in der Regel nicht mehr verloren.

## Erste Ergebnisse bei

**Suchmaschinen** bestehen aus

- gewollten (bezahlten) Ergebnissen\* und aus
- „provozierten“ Zufallsergebnissen („Organic Search“ Ergebnissen).

Neueste Studien belegen, daß „Paid-Search\*“ hinsichtlich der Konversionsraten bei deutlich höheren Kosten ähnliche Erfolgsquoten wie „Organic-Search“ bringt (Konversion = Umwandlung eines Kaufinteressenten in einen Käufer).

## Schneller ...

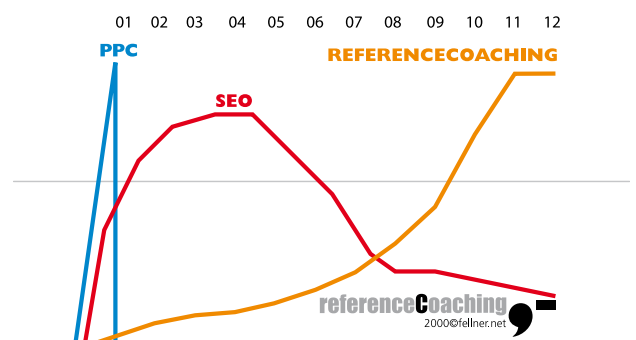
Unterstützt von SEO, PPC und Pagewinning-Aktivitäten werden erstklassige Ergebnisse schneller erreicht!

**VORTEIL:** Eine Referencecoaching-Kampagne nützt unserer Meinung nach jedem Kunden auch europaweit, weil sie auf Zielmilieus eingeht (Milieusprache!).

So lange über 90% der SEM-Dienstleister kurz-sichtigerweise EDV-lastig arbeiten und der Großteil von Ihnen gleiche oder ähnliche Datenbestände verarbeitet (ist ja auch viel bequemer), werden sie kaum Ergebnisse verbessern.

## Ziel definiert Zeit

Ziel der von uns angebotenen Kampagne ist es, möglichst viele Menschen, die als Kunde für ein Produkt / eine Dienstleistung in Frage kommen, über Link-Pages auf Landing Pages unserer Auftraggeber zu bringen und so für möglichst viele qualifizierte Leads / Kontakte zu sorgen. Dabei gilt grundsätzlich: **Was schnell wirkt, wirkt meist nur kurz.**



- PPC (pay per click) bringt sofort Ergebnisse, stoppt aber abrupt nach „Münzeinwurf“.
- SES und SEO bringen auch rasch Erfolge, die mittelfristig wirken können.
- REFERENCECOACHING erfordert eine längere Anlaufzeit, sichert aber jahrelang Erfolge!

## Referencecoaching

Als wir vor 10 Jahren unser Projekt starteten, wurde es von Kollegen milde belächelt. Heute freuen wir uns mit Kunden über die schönen Erfolge - Kollegen staunen.

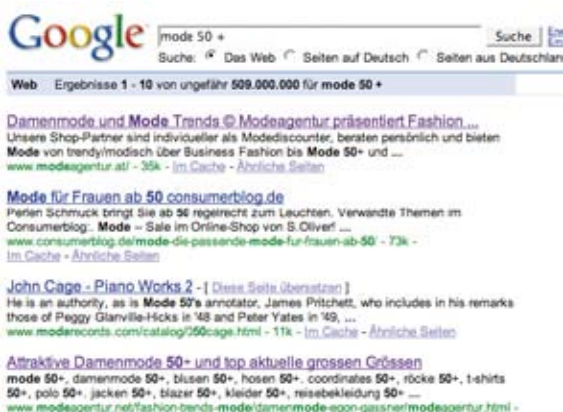
Voraussetzung für erfolgreiches Referencecoaching ist die Berücksichtigung interkultureller Kommunikationsgrundlagen.

Nur wer möglichst genau weiß, wie die Zielgruppe denkt, ihre Sprache versteht und ihre Wünsche, Ängste und Motivation erforscht, kann erfolgreich mit ihr kommunizieren. Egal was.

Wir analysieren Umfeld, Vorlieben und Eigenheiten der

- Zielmilieus (Kultur, Sport, Essen und Trinken, Lifestyle, ...) sowie der
- Zielmärkte (Fahrzeuge, Immobilien, Kleidung, Lebensmittel, Alltagsgeräte, ...)

Alle Ergebnisse unserer Recherche beziehen wir in die Entwicklung lokaler Suchstrukturen ein und vernetzen diese nach einem bewährten System mit starken, bestehenden Seiten.



So entstehen ...

**kleine, lokale Kampagnen**, die auf Landing Pages und nationale Homepages zielen.

Vereinfacht ausgedrückt schreiben wir von Hand (und das ist ein großer Vorteil gegenüber computergenerierten Linkfarmen oder Portalen) je nach Größe eines Landes / Marktes zwischen einigen Hundert oder mehreren Tausend individuellen Link Pages mit „lokalem“ Bezug, die über themenbezogene Landing Pages zu Kontaktseiten führen ...

**VORTEILE:** Diese Link Pages können später auch von Partnern genutzt werden. Suchmaschinen „schätzen“ solche Seiten!

Konzentrierte Informationen zu Suchbegriff oder Begriffs-Umfeld unterstützen als optimierter Content SEO-Aktivitäten.

## Problemlösung

Business-Internetseiten berücksichtigen kaum kulturelle Hintergründe, gehen selten auf lokale Ausprägungen ein, erreichen so gut wie nie den Kunden in seinem Milieu.

Aber genau da sehen wir eine Riesenchance - und nutzen sie.

Im deutschsprachigen Raum waren wir die Ersten, die so eine Strategie entwickelt haben!

## Leistungen

Verständlicherweise werden wir nicht alles, was wir tun „an die große Glocke hängen“, möchten aber ein Gefühl für den Aufwand, der dahinter steckt, vermitteln.

Wie schon beschrieben, spielen für unsere Arbeit interkulturelle Informationen eine wichtige Rolle. Diese recherchieren wir aus vielen Quellen - auch vor Ort, weil die Informationen (z.B. Keywords), die man aus diversen Suchmaschinen Tools abrufen kann, erstens abgegriffen - und zweitens selten authentisch sind.

In fast allen Zielländern / Zielregionen werden neben dem persönlichen Gespräch mit Providern (die Milieudomains hosten) auch Gespräche mit Menschen geführt, die Milieus kennen. Wenn möglich, auch mit Ihren Mitarbeitern / Partnern, die aus dem Tagesgeschäft viel darüber wissen!

Die Basisdomain jedes Landes ist eine kurze, interessante

- IDN-Domain wie z.B. [www.@de.com](http://www.@de.com)

Darauf bauen wir

- Link-Pages auf, die zu
- Landing Pages wie der [www.ok@so.net](http://www.ok@so.net) führen oder direkt in Ihre Homepage „münden“.

So entsteht relativ rasch ein dichtes Netzwerk mit tausenden Seiten, die nachhaltig Milieus und Märkte abdecken **UND LEADS INIZIIEREN.**

IDN-Domains sind zwar schwer zu schreiben, aber sehr gut im Ergebnis-Dickicht zu lesen / zu finden.

Und darauf kommt es an!

## Reference Coaching Schema



## Tools wie SEO für Großprojekte ...

### Search Engine Optimizing

Wir setzen SEO mit Top Keywords als Aufbauarbeit für Referencecoaching-Domains ein, die zu den Landing Pages für **Leads** führen.

In Verbindung mit der Beratung lokaler Partner / Filialen bezüglich der Content Management System-Verbesserung steigern wir weiter die **Lead Quote**.

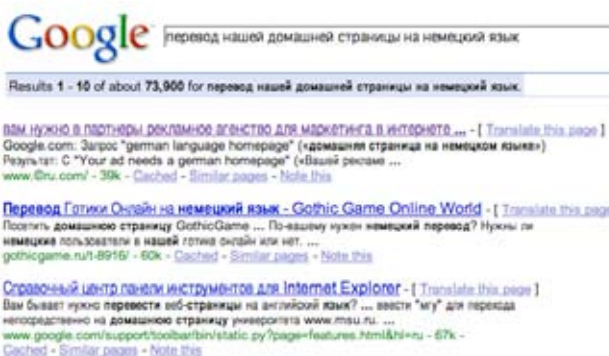
## CPC

### Keyword Clustering

Perfekte Selektion der Suchbegriffe und ein geeignetes Keyword-Clustering sind die Basis jeder Sponsored Links-Anzeigenkampagne.

Durch einen

- gezielten Aufbau der Kampagnen, eine
- genaue Zielgruppendefinition und eine
- ansprechende Gestaltung der Anzeigentexte kann die Klickrate (CTR) optimiert werden. Kosten werden so reduziert und die Effizienz der Anzeigen erhöht.



## Sponsored Links

Kurze Inserate in den Ergebnisseiten von Suchmaschinen (Google AdWords, MSN und Yahoo). Zum Pro-Klick-Preis bucht man eine Position auf den vorderen Such-Ergebnisseiten.

Sponsored Listing kann Suchmaschinenoptimierung nicht ersetzen, weil nichts wertvoller ist als eine Top 10 Position in den natürlichen Suchergebnissen!

Diese Werbeform ist jedoch eine interessante, zusätzliche Maßnahme im Online Marketing Mix.

## PPC

### Pay per Click

Via Pay-per-Click zahlt man nur dann für eine Anzeige, wenn sie jemand anklickt. Für eine Anzeigenkampagne sind verschiedene Faktoren zu berücksichtigen, bei Google AdWords sind dies zum Beispiel:

- Zielgruppe (Sprache und Region)
- Anzeigentexte
- Landing-Pages (Ziel-Seiten)
- Suchbegriffe und Keyword-Cluster
- Maximaler CPC pro Suchbegriff oder Cluster
- Maximales Tagesbudget

## Erfolgskontrolle

Online-Werbung bringt messbare Ergebnisse - Conversion-Tracking ist das Werkzeug für die Erfolgskontrolle.

Eine Conversion wird registriert, wenn ein Klick auf eine Anzeige zu einer Transaktion führt, die der Inserent als wünschenswert erachtet.

Dies kann beispielsweise der Besuch einer bestimmten Seite, eine Kontaktanfrage, eine Newsletter-Anmeldung oder das Absenden einer Bestellung sein.

So hat man stets die Kontrolle darüber, mit welchen Anzeigen bei welchen Keywords man mit welchen Kosten wie viel Erfolg hat ...

## Statistik

Wie viele Besucher kamen über Google, wer hat welche Seiten angeschaut - und: Woher kommen **Leads**?

Zu qualifizierten Leads führt nicht nur ein einziger Schritt sondern eine Kette an Ereignissen. Diese dokumentieren wir im Rahmen ausgewerteter Statistiken.

Für jedes Land wird eine Referencecoaching Seite mit vielen Factsheets erstellt, die

- zielmilieu und
- zielmarktspezifisch wirken und Linkseiten zu Landing Pages führen.

## Supplements

Als wir vor Jahren als vermutlich erste in Europa IDN Zeichen nutzten, um spezielle Domains zu kreieren, ernteten wir nur Kopfschütteln, weil sie aufgrund der schwierigen Eingabebedingungen keinen praktischen Nutzen zu haben schienen. Sie entwickelten sich auch tatsächlich schwerfälliger als normale Domains ...

Nutzen und spezielle Vorteile erkennen heute selbst Gegner von IDN-Domains im Bereich des Suchmaschinenmanagements unbestritten an und hunderte, sehr attraktive und weitgehend „kannibalismusresistente“ IDN-Domains stützen heute unseren Erfolg.

Das kleine „Handicap“ bei der Eingabe auf Windows-rechnern wird demnächst sicher auch wegfallen.

**ÜBERLEGUNG:** Vielleicht ist Referencecoaching auch deshalb so erfolgreich, weil es sich in Strategie und Technik von allen anderen Arbeitsweisen unterscheidet - Suchmaschinen scheinen individuelle Lösungen zu „mögen“.

Die Frage, wie man Referencecoaching mit einem Wort beschreiben könnte, beantworten wir in Anlehnung an den berühmten Pferdeflüsterer Monty Roberts gerne mit „Googleflüstern“ oder „Suchmaschinenflüstern“.

In Anlehnung an ein Zitat des renomierten Harvard Professors Thomas Kuhn meinen wir: „Eine Strategie muß nur besser sein als alle anderen, sie muß nicht bis ins Detail erklärbar sein“. Und das wollen wir aus verständlichen Gründen auch nicht.

## Unsere Kunden

Weil wir als KMU-Agentur repräsentativ kleine und mittelständische Firmen betreuen, wissen wir auch sehr viel über deren Arbeit, Märkte, Anforderungen, ...

Zu unseren Kunden dürfen wir aber auch Unternehmen wie PriceWaterhouseCoopers Austria, SAP Central and Eastern Europe, BMW München, Ford Motorcompany Austria, ... zählen.

## Erfolg

Im Bereich Internetmarketing betreuen wir erfolgreich über 100 Internetprojekte aus vielen Branchen. Bauunternehmen, Hotels, Handwerksbetriebe, Industrie, Handel, ...

Das Angebot unserer Kunden, scheint bei allen führenden Suchmaschinen

- meist auf der ersten,
- immer aber innerhalb der ersten drei Seiten auf.

## Content Optimierung

Suchmaschinenfutter: Aufbereiten der Website-Inhalte, so daß sie von Suchmaschinen sicher gelesen werden können.

Referencecoaching ist ein wirksames Werkzeug für die Erhöhung der Wertigkeit Ihrer Homepage und deren Erfolg.

## Support

Weil Referencecoaching-Projekte meist erst nach 6 bis 8 Monaten ihre volle Kraft entfalten, bieten wir unseren Kunden Jahrespakete an.

Wir recherchieren fortlaufend neue, qualifizierte Verlinkungsmöglichkeiten und beobachten Ranking-Veränderungen, auf die wir mit Optimierungsarbeit sofort reagieren.

Für effiziente Reaktionen auf unvorhergesehene Ereignisse steht unser Krisenmanagement-Team immer bereit.

## Online Krisenmanagement

Unser SEM-Partner hat effiziente Online Krisenmanagement-Tools entwickelt, die rasch wirksam werden, wenn sich Vorfälle zu Krisen entwickeln.

Dazu sind SEO und CPC in Kombination erstklassige Komponenten einer Kampagne die hilft, größere Schäden abzuwehren.

## LinkPopularität (Bei Google PageRank)

Link-Popularität ist die Wertigkeit einer Website aus der Sicht von Suchmaschinen. Dabei spielen Zahl und Qualität der auf Ihre Website verweisenden Links eine wichtige Rolle.

# Immer öfter werden wir gefragt, wie wir das machen ...

## **Mag. Sylvia Fellner, 37**

Magister der Kommunikationswissenschaften  
Schwerpunkt: Interkulturelle Kommunikation  
Aufgaben: Grundlagenforschung, Recherche,  
Auswertung und Umsetzung von Kommunikati-  
onsdaten

## **Ioannes Fellner, 53**

Werbefachmann  
Schwerpunkt: Konzeption  
Aufgaben: Entwicklung und Realisierung neuer  
Internetmarketing-Strategien.

## Jobs

- Analyse, Konzept und Strategie-Entwicklung



Online-Strategie für das erfolgreiche Promoten  
von Produkten, Leistungen oder Angeboten so-  
wie generieren von Kontakten, die zu Leads füh-  
ren.

## SEM Team

- **Search Engine Management**

Jobs für konventionelles Search Engine Opti-  
mizing und Pay Per Click Kampagnen vergeben  
wir je nach Anforderung an ausgewählte SEM-  
Partner oder an lokale Profis. Bei internationa-  
len Kampagnen sichern wir den Erfolg durch die  
Zusammenarbeit mit lokalen Top-Providern. SEO  
und PP sind eine sehr gute Ergänzung um Schwä-  
chen in der Startphase oder Ergebnis-Schwan-  
kungen im Betrieb auszugleichen.



Werbeagentur Mag. Fellner  
Bayerhamerstrasse 31  
A-5020 Salzburg

Tel +43 (0)662 876 694  
E-Mail: office@fellner.net  
www.fellner.net

UID-Nr. ATU44169608

Banking Account  
Salzburger Sparkasse,  
BLZ:20404 Kontonummer:  
02608971665  
IBAN:  
AT082040402608971665  
BIC: SBGSAT2S

Epilog ;-)

Wenn Sie international via  
Google.com nach „advertising  
agencies austria“ (Ergebnis: Your  
ad needs a German homepage)  
oder bei Google.de nach „wer-  
beagentur in salzburg“ suchen  
(Ergebnis: Werbeagentur für bes-  
sere Kommunikation und starkes  
Marketing in ...), bekommen Sie ein  
Gefühl dafür, wie gut wir uns unter  
Fachleuten positionieren können!

# leading