

Der unauffindbare Händler

Webanwender haben einen eigenen Wortschatz, der häufig vom Inhalt kommerzieller Internet-Präsenzen abweicht.

Eine Studie der DIHK brachte es ans Licht.

Suchende und Anbieter reden häufig aneinander vorbei. Deshalb werden die meisten Firmen bei der Produkt-Suche nicht gefunden:

... Viele Mittelständler sind noch immer verblüfft, wenn ihre Website auch nach Monaten kaum Kunden bringt. Sie übersehen dabei häufig die Bedeutung der Suchmaschinen bei der Bekanntmachung ihrer Internetseiten. Wer suchmaschinenoptimiert und produktbewusst Seiten baut, kann die Konkurrenz weit hinter sich lassen.

Die Neigung vieler Website-Betreiber, firmen- statt produktorientiert zu denken, kann verhängnisvolle Auswirkungen haben, wenn es um die Auffindbarkeit der Site in Suchmaschinen und Webkatalogen geht. Denn der Surfer und potenzielle Kunde sucht in aller Regel nicht den Händler, sondern dessen Ware. Die MediaMit GmbH machte die Probe und fand heraus, dass die Mehrzahl der Händler bei produktbezogenen Recherchen schlechte Karten hat.....

....Unverständlich bleibt, dass so wenige Unternehmer sich überhaupt mit der Thematik befassen, wenn sie für viel Geld eine neue Internetpräsenz starten. Stefan Grass von der Dortmunder Internetagentur webtop konstatiert, dass die überwiegende Mehrheit seiner Neukunden die Problematik gar nicht kennt: "Die gehen einfach davon aus, dass ihre Seiten da sind und auch gefunden werden." 95 Prozent der Unternehmen müssen nach seinen Worten darauf hingewiesen werden, dass hier Handlungsbedarf besteht.

Die Pflicht und die Kür Suchmaschinen und Webkataloge sind natürlich nicht das Allheilmittel im Webmarketing. Doch immerhin gehen unterschiedliche Studien davon aus, dass 45 bis 80 Prozent aller Internetseiten noch immer über diese Tools gefunden werden. Damit steht fest, dass ein gekonnter Umgang mit diesen Diensten bei der Vermarktung einer Webpräsenz weiterhin Pflicht ist, alles Übrige dann Kür.....

Vollständiger Text:

www.dihk.de/inhalt/informationen/news/schwerpunkte/ebusiness/aktuellemeldungen/meldung000016.html

Helen Themel, Martin Farrent
MediaMit Promotion Gesellschaft für multimediale Anwendungen mbH
<http://www.mediamit.de>