

STRATO
SEO für Einsteiger

Auf kleine Unternehmen mit geringem Marketing-Budget zielt der neue Ranking Coach, den der Webhoster Strato gemeinsam mit dem SEO-Dienstleister Fairrank entwickelt hat. Er führt Einsteiger Schritt für Schritt durch einzelne Aufgaben, um Websites für Suchmaschinen zu optimieren. Dabei sollen die Bereiche Website, externe Links und soziale Medien abgedeckt werden. Video-Tutorials und Hinweistexte sollen Kunden dabei helfen, die Optimierungsaufgaben korrekt zu erledigen. In einer Einführungsphase von 30 Tagen ist das SEO-Tool für Strato-Kunden kostenlos, danach kostet es 9,90 Euro pro Monat. Damit bedient es ein Preissegment, das deutlich unter anderen Tools wie Sistris oder Onpage.org angesiedelt ist. *fk*

AFFILIATE MARKETING
CJ zertifiziert Partner

Das Affiliate-Marketing-Netzwerk Commission Junction (CJ) hat sechs weitere Online-Marketing-Dienstleister mit dem „CJ Trusted Agency“-Zertifikat ausgezeichnet. Mit dem Qualitätssiegel bescheinigt Commission Junction den Agenturen Active Performance, iCrossing, Metaapes, Online United, UniQuedigital sowie Quisma eine besonders hochwertige Betreuung im Affiliate-Marketing-Bereich. Um das Zertifikat zu erhalten, mussten die Agenturmitarbeiter, die für ihre Kunden Programme im CJ-Netzwerk betreiben, eine spezielle Online-Prüfung mit Fragen zum Affiliate Marketing und zum System von Commission Junction absolvieren. Auf Wunsch erhielten die Mitarbeiter zuvor noch ein intensives Vor-Ort-Training. *fk*



PARTNERPROGRAMM
Sinn Leffers bei Belboon

Sinn Leffers, einer der führenden deutschen Multilabel-Modellisten, intensiviert seine Zusammenarbeit mit dem Performance-Netzwerkbetreiber Belboon. Nach Angaben von Belboon ist das Partnerprogramm von Sinn Leffers seit Ende April aktiv. Publishern, die Sinn-Leffers-Werbemittel auf ihren Seiten einbinden, verspricht der Anbieter überdurchschnittliche Provisionen, außerdem sollen sie von der starken Markenbekanntheit durch die Filialen des bundesweit agierenden Modehändlers profitieren. Das Online-Sortiment wurde erst im März 2013 gestartet und bietet Labels wie Tommy Hilfiger, Boss, und Joop. Im Januar war das Unternehmen, das 22 Filialen betreibt und 2.000 Mitarbeiter beschäftigt, von der Wöhrl-Gruppe übernommen worden. *fk*

Anzeige

Sie suchen Anbieter von Web Controlling Services?

Sie finden sie in der Dienstleister-Datenbank der INTERNET WORLD BUSINESS

www.internetworld.de/dienstleister

Wege zur Partnersuche

Bei der Akquise neuer Affiliates setzen erstaunlich viele Advertiser schlicht auf Google

Beim Affiliate Marketing sind sie das A und O: die Affiliates. Denn ohne sie, die Website-Betreiber, auch Publisher genannt, funktioniert Performance-basierte Partnerprogrammwerbung nicht. Viele Advertiser (Werbungtreibende, auch Merchants genannt) sind deshalb ständig auf der Suche nach neuen, engagierten Affiliates, um ihre Reichweite zu erhöhen.

Spezielle Tools sind mäßig gefragt

Netzwerkbetreiber wie Affilinet und Zanox bieten den Advertisern spezielle Tools an, mit denen sie geeignete Affiliates finden und adressieren können. SEO-Tools wie Sistris oder Searchmetrics können ebenfalls helfen. Darüber hinaus gibt es in der Affiliate-Szene viele Veranstaltungen, die man zum Networking nutzen könnte. Doch jeder dritte Advertiser, so ergab eine Umfrage des Affiliate-Marketing-Spezialisten Markus Kellermann unter 101 Mer-



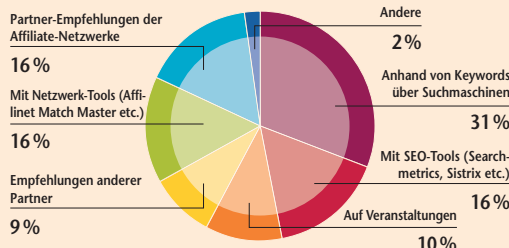
Gemeinsam stark: Partner fürs Affiliate Marketing

Die Gründe, ein bestehendes Netzwerk an Publishern auszuweiten, sind vielfältig. So wollten elf Prozent der befragten Merchants ihre Marketing-Kanäle diversifizieren, also zum Beispiel um das Segment Gutscheine erweitern. Auch der Schritt in neue Märkte verlangt nach neuen Partnern, die dort mit entsprechenden Web-Angeboten präsent sind. Für 14 Prozent aller Befragten spielte das eine Rolle.

Bei fast 70 Prozent aller Studienteilnehmer gaben jedoch eher quantitative Ziele den Ausschlag für Partnerakquise. 30 Prozent wollten ihre bestehenden Programme weiterentwickeln, 39 Prozent waren schlicht auf der Suche nach mehr Marktdurchdringung. Und sechs Prozent gaben ganz ehrlich zu, dass sie keine spezielle Strategie verfolgt haben. *fk*

chants, macht es sich einfach: 31 Prozent suchen nach neuen Partnern anhand von Keywords auf Suchmaschinen.

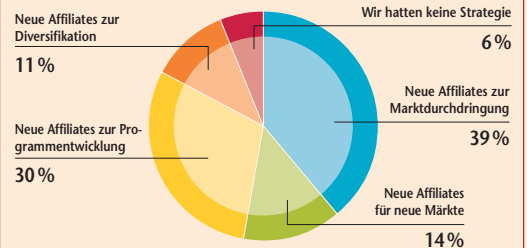
„Wie haben Sie potenzielle Affiliates gescoutet?“
Suche über Keywords wird am häufigsten genutzt



Tools, Treffen, persönliche Tipps: Es gibt viele Methoden, um neue Affiliates zu finden. Jeder Dritte macht es sich einfach und sucht auf Google nach Partnern

© INTERNET WORLD Business 10/13

„Was war Ihre Akquise-Strategie?“
Der häufigste Grund für mehr Affiliates: mehr Marktdurchdringung



Neue Kanäle, neue Märkte, mehr Reichweite: Die meisten Advertiser haben klare Gründe für eine aktive Erweiterung ihres Affiliate-Netzwerks

Basis: n=101 Partnerprogramm-Betreiber; Quelle: MK-Net Medien

Die Search-Riesen der USA

Eine Studie schlüsselt auf, wer das meiste Geld für SEA ausgibt

Rund 2,3 Milliarden US-Dollar gaben Online Retailer in den USA 2012 für Suchwortanzeigen auf Google, Yahoo und Bing aus. Das hat der Web-Analyse-Spezialist Adgooroo in einer Studie ermittelt. Aufgeschlüsselt nach Branchen zeigt sich, dass auf den Top-Platzierungen relative Stabilität herrscht. Beim Adwords Impression Rank hat sich seit 2011 meist wenig getan.

Doch es gibt Ausnahmen: So zog das Selberricht-Portal Etsy.com in der Rubrik „Auktionen und Kleinanzeigen“ um 20 Plätze im Ranking nach oben und rangiert jetzt hinter eBay auf Platz 2. Die Supermarktkette Publix setzte sich mit plus sechs Platzierungen an die Spitze von „Nahrungsmittel“, Adidas.com verbesserte sich um 58 Plätze und rangiert jetzt unter „Schuhe“ auf Platz 8. Weitere Shooting-Stars: Das Pharma-Preisvergleichsportalelphprx.info (+93 Plätze), der Schmuckhändler Diamondnexus.com (+143 Plätze) und der Druckerpatronenanbieter 4inkjets.com (+206 Plätze). *fk*

Suchmaschinenwerbung 2012 in den USA: Die Top-Branchen

Branche	Ausgaben*
Universalsender	490
Fashion	271
Unterhaltungselektronik	202
Haus- und Heimwerkerbedarf	155
Papierwaren	150
Kosmetik	101
Schuhe	100
Sportartikel	94
Blumen und Geschenkartikel	80
Schmuck	78
Gesundheitsprodukte	71
Kinderbedarf	55
Auktionen und Kleinanzeigen	47
Bücher und Zeitschriften	42
Nahrungsmittel	37

*in Millionen US-Dollar

© INTERNET WORLD Business 10/13 Quelle: Adgooroo

SEO: Nicht zu viel auf einmal

Google bewertet Websites, die häufig aktualisiert werden, besser als solche, auf denen sich wenig tut. Allerdings kann zu viel Aktivität auch schaden, wie Matt Cutts, bei Google Herr über den geheimen Suchalgorithmus, in einem Video-Tutorial bekannt gab: „Wenn wir auf einmal zahlreiche neue Seiten oder andere Dinge auf einer Seite sehen, kann das den Ausschlag geben, dass sich unser Anti-Spam-Team die Sache mal genauer ansieht.“

Für Webseiten-Betreiber, die auf ihrer Online-Präsenz eine große Menge neuer Seiten veröffentlichen wollen, kann dies bedeuten, dass sich das Ranking für eine Weile spürbar verschlechtert, so interpretieren SEO-Experten die – wie häufig bei Matt Cutts – etwas kryptischen Aussagen des Algorithmus-Bewahrs. Falls jedoch eine große Content-Offensive auf dem Zettel steht, hat Cutts einen Tipp parat: „Ich würde solch eine Änderung schrittweise planen und in mehreren Phasen durchführen.“ *fk*