

Checkliste

Erfolgsfaktoren für den eigenen Internetauftritt

1. Höchste Priorität: der Nutzen für die Internetbenutzer

Mehr Nutzen = mehr Zugriffe

Beispiele für Nutzen:

Informationen, Gewinnspiele, Verzeichnisse, Tipps & Tricks, Checklisten, Ratgeber, News, Aktionen, Spezialangebote, Exklusivangebote, neuste Witze, Linkverzeichnisse, nützliche Applikationen zum herunterladen, neuste Medienveröffentlichungen zu zielgruppenrelevanten Themen mit Link auflisten etc.

Mindestens 20% der Website sollte aus sinnvollen Nutzen bestehen

Kernfrage: warum sollte ein Internetnutzer unsere Seite besuchen oder warum sollte ein Internetnutzer meine Internetseiten aktiv durch Mund-zu-Mund-Werbung weiterempfehlen?

2. Emotionalisierung der Webseiten

- werden trotz Übersichtlichkeit und funktionalem Design Emotionen angesprochen?
Tipp: Lieber etwas Dominantes pro Seite als viele kleine Gags!
- Gestaltungsphilosophie: Funktional und/oder emotional

3. Die Wahl des richtigen Domain-Namens

Zahlreiche Suchmaschinen bewerten den Domain-Namen besonders stark, was zu guten Suchmaschinenpositionen führt.

Könnten noch verfügbare URL's mit den wichtigsten Suchbegriffen angemeldet werden, allenfalls mit anderen Länderbezeichnungen oder Endungen (zB <http://www.begriff.li>) ?

Verschiedene URL's können zu einer Seite führen! (zB [tagi](#) → [tagesanzeiger](#))

4. Die richtige Vorbereitung der Websites

- Wahl der relevanten Suchbegriffe (Keywords)
- Integration der Suchbegriffe an entscheidenden Stellen auf den Websites
- Optimierung der Meta-Tags für die Suchmaschineneinträge
- Aussagekräftige und nutzenorientierte Titel und Untertitel setzen

5. Optimale Suchmaschineneinträge

- Manuelle Einträge bei den wichtigsten Suchmaschinen und Verzeichnissen
- Separates Anmelden von wichtigen Unterseiten
- Automatische Eintragung bei einer Vielzahl von weniger wichtigen Suchmaschinen und Verzeichnissen

6. Lancierung von Newsletters und Newsgroups
 - Zielgruppenrelevante Themen redaktionell behandeln und verbreiten
 - Erarbeitung einer Newsgroup-Plattform
 - Effiziente Distribution der Newsletter

7. Intelligente Banneraktion
 - geeignete zielgruppenrelevante Plattformen eruieren
 - Bannerkooperation, Bannertausch
 - Stichwortgestützte Banner
 - Aussagekräftige Banner mit klarer Nutzenorientierung
 - Trickkiste zur Erhöhung der Clickrate (Cursorsimulationen etc.)

8. Webiste-Kooperationen
 - je mehr Nutzen, desto mehr Zugriffe bzw. desto mehr potentielle Kooperationspartner!
 - Strategisches Verlinken (verbinden)

9. Email-Aktionen
 - direct-email-Aktionen: Inhalt, Form, Gestaltung
 - Integration von Permission-Marketing-Elementen („Erlaubnis-Marketing“)

10. Versand von Online-Pressemitteilungen
 - Direct-email-Aktionen mit Pressemitteilungen an Medienvertreter

11. Integration des Internetauftritts in der klassischen Kommunikation
 - mehr als nur URL's kommunizieren!
 - Integration in der klassischen Werbung
 - PR-Aktionen für die eigenen Websites lancieren