



## INTERNET Marketing für die eigene Homepage Thomas Kiehl-Fruh

Eine eigene Präsenz im Internet wird inzwischen als Selbstverständlichkeit betrachtet, um Leistungen aller Art zu präsentieren. Im einfachsten Fall ist die Homepage eine Verlängerung der Visitenkarte, im Idealfall bieten Sie den Besuchern aber weitergehende Informationen zu Ihren Leistungen und zu Ihrem beruflichen Hintergrund. Ihre Seiten im Internet sind ein kostengünstiges und dauerhaftes Werbe-Medium: 365 Tage im Jahr und rund um die Uhr können sich Interessenten über Ihre Angebote und Ihr Trainerprofil informieren.

### Kostenlose Werbung

Ihre Internet-Präsenz will aber auch selbst beworben werden. Die Werbung für Ihren Internet-Auftritt beginnt bei Ihren Geschäftsunterlagen: Auf Visitenkarte und Briefpapier sollte Ihre Web-Adresse natürlich zu finden sein. Inzwischen ist es völlig ausreichend, bei der Angabe auf das vorangestellte „http://“ zu verzichten. Es genügt also, wenn Sie „www.IhreHomepage.de“ schreiben. Zu Verbesserung der Lesbarkeit können Sie (wie in diesem Beispiel) auch Grossbuchstaben verwenden – für die Nutzung macht das keinen Unterschied. Nutzen Sie auch Ihre Unterlagen für Teilnehmer zur Bewerbung Ihrer Seiten im Internet: In der Fußzeile können Sie auch Ihre Web-Adresse (die sog. URL) einfügen.

Die Signatur (die in E-Mail-Programmen wie Microsoft „Outlook“ automatisch in jede E-Mail eingefügt werden kann) sollte ebenfalls Ihre Web-Adresse enthalten. Auch Ihre E-Mail-Adresse kann für Ihre Homepage werben: Richten Sie auf jeden Falle eine E-Mail-Adresse ein, die Ihrer Domain zugeordnet ist, also info@IhreHomepage.de (anstelle z.B. trainerxy@t-online.de). Das hat auch den Vorteil, dass Sie völlig unabhängig vom Provider sind, da diese Adresse ja Ihre eigene ist. Viele Menschen können inzwischen aus einer solchen E-Mail-Adresse ihre Web-Adresse ableiten; selbst wenn Sie nur Ihre E-Mail-Adresse mitteilen sollten, werben Sie so also auch für Ihren Internet-Auftritt.

Die Einrichtung eines E-Mail-Postfaches, das zu Ihrer Domain gehört, ist einfach; meist gibt es verständliche Schritt-für-Schritt-Anleitungen dazu. Für Ihre bisherige Adresse richten Sie anschließend eine Weiterleitung zu Ihrem neuen Postfach ein – so empfangen Sie alle Mails und können direkt mit Ihrer neuen Adresse antworten.

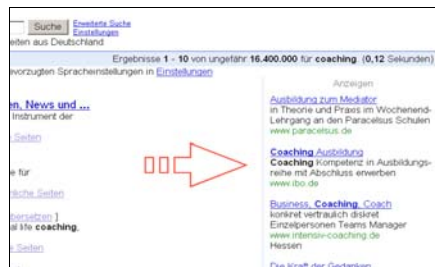
### Attraktivität durch Aktualität

Überprüfen Sie regelmäßig Ihre Seiten. Stimmen die dort gemachten Angaben noch, gibt es neue Angebote oder andere Neuigkeiten, die für die Besucher Ihres Internet-Auftritts interessant sein könnten? Last but not least: Wenn Sie Links auf externe Seiten gesetzt haben prüfen Sie, ob diese Links noch funktionieren. Die Inhalte des World

Wide Web ändern sich ständig und ein Link, der ins Leere führt, ist ärgerlich. Eine Datumsangabe (letzte Aktualisierung am ...) gibt Besuchern klare Hinweise auf die Aktualität, muss dann aber auch regelmäßig „aufgefrischt“ werden.

### AdWords: Kostenpflichtige Werbung bei Google

GOOGLE, die meistgenutzte Suchmaschine, bietet seit einiger Zeit eine interessante Möglichkeit, die eigenen Seiten zu bewerben. Mit „AdWords“ können Sie Anzeigen schalten, die rechts neben den Suchergebnissen erscheinen.



Im Gegensatz zu einer Print-Anzeige zahlen Sie aber für die Schaltung dieser Anzeige nichts – erst wenn jemand darauf klickt und damit zu Ihren Seiten geleitet wird, wird eine Zahlung an GOOGLE fällig. Bei welchen Suchbegriffen Ihre Anzeige erscheint, bestimmen Sie selbst durch die Eingabe entsprechender Stichworte bei der Einrichtung Ihrer AdWords-Anzeige.

Konkurrieren (wie im dargestellten Beispiel) mehrere Anzeigen um den Platz, bestimmt die Höhe des von Ihnen festgelegten Preises die Position Ihrer Anzeige. Neben den „Kosten pro Klick“ (also die Gebühr, die anfällt, wenn jemand auf Ihre Anzeige klickt) bestimmen Sie auch das maximale Tagesbudget – dadurch erhalten Sie Planungssicherheit über die Gesamtkosten.

Sie können mehrere Anzeigen gleichzeitig schalten, die zu unterschiedlichen Stichworten erscheinen. Wenn Sie neben Coaching auch Teamentwicklung anbieten, ist es sinnvoll, eine entsprechende Anzeige zu formulieren, die sich direkt auf diesen Begriff bezieht. Besonders attraktiv finde ich die Option, direkt auf eine spezielle Seite Ihrer Domain zu verlinken: Klickt also ein Interes-

sent auf Ihre Anzeige zu „Teamentwicklung“ wird er nicht zu Ihrer Startseite geleitet (der eigentlichen „Homepage“) sondern direkt auf Ihre Seite zu diesem Thema. Die Angabe der URL in der Anzeige bezieht sich aber weiterhin auf Ihre Startseite, damit werden verwirrende „Spagetti-Links“ vermieden.

### AdWords-Anzeige einrichten

Auf der [www.google.de](http://www.google.de) finden Sie einen Link „Werbung“, der Sie zu den AdWords führt. Das „Tutorial zur Anmeldung“ informiert Sie über alle Schritte.

### Optimierung

Nutzen Sie unbedingt die Hilfsfunktionen, die Google dazu anbietet. Neben den allgemeinen Erläuterungen kann Google Ihnen eine Schätzung des zu erwartenden „Traffic“ (der Zahl der Klicks) geben und eine Empfehlungen zu einem angemessenen Tagesbudget. Ist Ihr Budget erreicht, wird die Anzeige an diesem Tag nicht mehr geschaltet. Stichworte, die nicht oder nur schlecht passen, werden nach einiger Zeit automatisch deaktiviert und gelöscht. Damit möchte Google sicherstellen, dass es einen sinnvollen Bezug zwischen den von den Nutzern eingegebenen Suchbegriffen und den Anzeigen gibt.

### Berichte automatisch per E-Mail

In Ihrem Kundenmenü können Sie verschiedene regelmäßige Berichte einrichten und sich diese per E-Mail zusenden lassen. Gehen Sie dazu am Ende der Berichtseinrichtung auf „E-Mail-Einstellungen“, dort können Sie „Bericht als E-Mail-Anhang einfügen“ aktivieren.

Speziell der Keyword-Bericht gibt Ihnen Aufschluss darüber, welche Stichworte gut funktionieren und welche geändert werden sollten. Wenn Ihre Anzeige oft gezeigt (Impr. = Impression) aber nur selten angeklickt (Klicks) wird, kann das sowohl an den Stichworten liegen, wie auch an der Formulierung der Anzeige. Überlegen Sie, mit welchen Begriffen Sie selbst suchen würden und überprüfen Sie, ob Ihr Anzeigentext dazu passend ist. Experimentieren Sie ruhig mit mehreren Anzeigenvariationen, bis Ihr Ergebnis zufriedenstellend ist. Kommen dann Interessenten per Mausklick auf Ihre Web-Site, haben Sie ein wichtiges Ziel erreicht und Ihre Chancen auf einen Auftrag gesteigert.

**Thomas Kiehl-Fruh**, Jahrgang 1954, ist Inhaber des Trainerservice. Vor Gründung seines Organisations- und Servicebüros speziell für Trainer und Therapeuten war er zuletzt Leiter einer Consulting-Abteilung für E-Business bei Siemens. Zu seinen Dienstleistungen gehören auch die Erstellung, Betreuung und das Marketing von Web-Sites.

**Trainerservice –  
Organisations- und Servicebüro für Trainer  
und Therapeuten**

**Thomas Kiehl-Fruh  
Hessenstraße 21, 35410 Hungen  
Tel. 06402 - 51 92 01  
mail@trainerservice.net  
www.trainerservice.net**

*Im nächsten TKB geht es dann darum, wie Sie ihre Homepage für die Suchmaschinen optimieren und um das Thema „Online-Werbemöglichkeiten“.*