

WEBSITE BOOSTING

Kunden erreichen und halten

WÄHLEN SIE AUS DIESEN TERMINEN

Frankfurt am Main 27. und 28.10.2011



„Top-Seminar!“

G. Safina-Wright, Hysalma - Hygiene Sales & Marketing GmbH

„Lebendig, praxisnah und unterhaltsam. Stets offen sich selbst zu reflektieren.“

P. Müller, Hydro Building Systems

Ihr Seminarleiter



Prof. Dr. Mario Fischer,
tms Institut technik & marktstrategien

- Suchmaschinenoptimierung
- Usability
- Erfolgskontrolle

THEMEN

- Suchbegriffe finden und das Ranking steuern
- Wie man an gute Links kommt
- Technische Barrieren in den Griff bekommen
- Professionelle Erfolgskontrolle
- Steuerung und Einschätzung der Dienstleister
- SEO, SEA, SMO verstehen und nutzen
- Die intuitiv bedienbare Navigation entwerfen
- Bestimmung optimaler Informationsmenge und -präsentation
- Der Newsletter als Erfolgsfaktor
- Testen der eigenen Seite und Früherkennung von Problemen

Nach diesem Seminar schöpfen Sie das Potenzial Ihres Internet-Auftritts voll aus!

Sehr geehrte Damen und Herren, herzlich willkommen zu unserem Seminar **WEBSITE BOOSTING!**

Die eigene Erfahrung lehrt, dass man in den meisten Fällen über die erste Seite der Suchmaschinenergebnisse nicht hinausgeht. Viele Studien belegen zudem, dass den vorderen Plätzen im Ranking von Suchmaschinen eine größere Aufmerksamkeit zuteil wird und diese eine gute Ausgangsbasis für den Kundenkontakt darstellen. Die Informationsbeschaffung im Web, abseits von Verkaufsräumen und Verkaufsgesprächen, bietet vielen Konsumenten eine als objektiv empfundene Grundlage ihrer Kaufentscheidungen. Was hier nicht gefunden wird, hat es in diesem Medium, dass sich durch seine rasante Verbreit(er)ung auszeichnet, sehr schwer. Das Internet gewinnt daher für die Marketing- und Medienplanung weiter an Bedeutung.

Wie aber gelangt man in obere Rankings, wie bleibt man dort und was soll, was darf das dann alles noch kosten? Was kann das Marketing selbst tun und bei welchen Schritten sollte man externe Hilfe für Kampagnen in Anspruch nehmen? Wie kann ein Selbsttest der Qualität des eigenen Web-Auftritts aussehen und welche Möglichkeiten zur kontinuierlichen Verbesserung gibt es? Die Antworten auf diese Fragen sind sowohl für das Thema Markenbildung als auch für den Abverkauf von kritischer Bedeutung. Sie zu kennen lohnt sich für Ihre virtuelle Positionierung.

Diese zwei intensiven Seminartage vermitteln Ihnen den notwendigen tiefen Einblick in die verborgenen Funktionen der Web-Funktionalität und Suchmaschinenlogik.



Wolf-Dietrich Hutter, Projektleiter **WEBSITE BOOSTING**

**Wir beraten Sie gerne.
Telefon 069 / 63 00 69 00**

Wen Sie auf diesem Seminar treffen werden

Dieses Seminar richtet sich branchenübergreifend an verantwortliche Mitarbeiter aus den folgenden Funktionsbereichen:

- Online-Marketing
- Online-Vertrieb/-Handel
- Markenstrategie/-entwicklung
- Neue Medien/Multimedia
- Mediaplanung
- Kundenbindung/CRM
- Marketing Controlling
- Produkt- und Markenkommunikation

Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten

- Erkennen Sie die Erfolgsfaktoren des Online-Auftritts
- Pushen Sie Ihre Website nachhaltig in obere Ränge
- Richten Sie Ihre Mediaplanung in Richtung Internet aus
- Finden Sie die richtigen Suchbegriffe
- Schätzen Sie Dienstleister richtig ein und steuern Sie diese
- Machen Sie Erfolge und Misserfolge transparent
- Analysieren und verstehen Sie Ihre Kunden stets auf's Neue
- Gestalten Sie Ihren Auftritt im Sinne intuitiver Navigation

Seminar – firmenintern

Zu diesem Thema bieten wir auch firmeninterne, geschlossene Seminare an. Wir beraten Sie gerne und erstellen Ihnen ein individuelles Angebot.

Ihr Ansprechpartner

Volker Biock, Telefon +49 (0)69 / 63006 900,
E-Mail biock@deutsche-kongress.de

PROGRAMMABLAUF 1. TAG

SCHWERPUNKT Suchmaschinenmarketing

09:30 Beginn des ersten Seminartages

Einführung

- Online-Marketing: Welche Möglichkeiten für wen taugen
- Eine kurze Einführung in die Funktionsweise von Suchmaschinen

Suchbegriffe finden und Ranking steuern

- Wie man aus Kundensicht die richtigen Suchbegriffe (Keywords) findet
- Google: PageRank, TrustRank und andere Verfahren
- Wesentliche Rankingmechanismen und deren gezielte Beeinflussung
- Überwachung des Rankings

Linkaufbau

- Bedeutung des strategischen Aufbaus von Links
- Die Fallen beim Linktausch und Tauschnetzwerken
- Wie man an gute Links kommt
- Nützliche Tools zur Steuerung und Überwachung
- Social Media zum Linkaufbau nutzen

Technische Barrieren

- Das „Double Content“ Problem
- Content Management Systeme (CMS)
- Frames, JavaScript und wo Suchmaschinen noch blind bleiben
- Neue Domains

Google Adwords

- Wie man effizient Kampagnen und Anzeigen entwirft
- Top-Positionen sind nicht immer eine Preisfrage
- Die optimale Budgetverwendung bei maximalem Werbenutzen
- Die Wirkung von Landingpages
- Tipps und Tricks zur Feinststeuerung

Dienstleister besser einschätzen lernen

- Welche unerlaubten Tricks gibt es und wie man sie erkennt
- Wo die Grenzen der Suchmaschinenoptimierung zu sehen sind

Erfolgskontrolle

- Professionelle Tools
- Kostenlose Kontrollmöglichkeiten im Web

17:30 Ende des ersten Seminartages

WEBSITE

2. TAG

SCHWERPUNKT

Usability

09:00 Beginn des zweiten Seminartages

Besuchererwartungen

- Welche Inhalte sollte man Besuchern bieten
- Was erwarten sie an welchen Stellen der Website
- Wie gestaltet man Landingpages konvertibel?

Wo finde ich?

- Wie man intuitiv bedienbare Navigationen entwirft
- Was ein Suchfeld leisten muss

Die Informationspräsentation

- Vielleicht das Wichtigste: Der erste Eindruck
- Optimales Texten für Menschen und Suchmaschinen
- Wie viel Information notwendig und wie viel „zu viel“ ist
- Verborgene Botschaften vermeiden
- Texte und Bilder harmonisch ausbalancieren

Erfolgsfaktor Newsletter

- Anmeldeprozess optimal integrieren
- Wo und warum kann der Versand Probleme bringen
- Gesetzliche Bestimmungen
- Optimaler Versandzeitpunkt
- Die richtigen Kennzahlen zur Erfolgsbeurteilung

Selber testen

- Wie die eigenen Seiten ohne Betriebsbrille aussehen
- Wie kann man die eigenen Seiten mit Bordmitteln testen
- Tools zur Früherkennung von Problemen
- a/b- und multivariate Tests durchführen

Effiziente Steuerung von Websites

- Bewegungsanalysen, Einstiegsseiten und Abbrecherquoten deuten
- Möglichkeiten zur Erhöhung von Konversionsraten
- Web Analytics Lösungen

Die Auswirkungen neuer Technologien

- Ajax und Suchmaschinen
- User Generated Content
- Neue Benutzeroberflächen: Gut für alle?

17:00 Ende des zweiten Seminartages

Es werden zwei Kaffeepausen und eine Mittagspause pro Seminartag angeboten. Der Seminarleiter legt die Zeiten individuell, entsprechend dem Programmablauf fest.

Seminarbeschreibung

Wer heute nicht mit seinem Unternehmensnamen oder seinen Produktbegriffen in Suchmaschinen – allen voran Google – auf den ersten Seiten und den ersten Plätzen gefunden wird, existiert für Neukunden faktisch im Web nicht. Über 10 Millionen de-Domains sind in Deutschland derzeit registriert und es werden täglich mehr. Gerade kleineren und mittleren Unternehmen und Organisationen fehlt oft die Zeit und das notwendige Know-How, um erste Positionen in den wichtigsten Suchmaschinen zu erreichen und diese auch zu halten. Große sind häufig der fatalen Meinung, man könne sie ja und käme von selber auf die Webseiten.

Das Seminar zeigt wesentliche Erfolgskriterien auf, verdeutlicht, was Suchmaschinenmarketing tatsächlich bringt und wie es gemacht wird. Der Referent gibt einen kompetenten Einblick in die Rankingmechanismen der beliebtesten Suchmaschine Google und wie man sie aktiv beeinflussen kann. Selbst der Eintrag gegen Bezahlung ist mittlerweile so komplex geworden, dass Unternehmen oft unnötig Geld damit verbrennen. Auch hier werden wertvolle und kostensparende Tipps und Hinweise gegeben.

Gefunden werden alleine hilft aber noch nichts, wenn die Webseiten kompliziert oder aus Besuchersicht unverständlich gestaltet sind. Anhand von eingängigen und recht amüsanten Beispielen zeigt Prof. Fischer, wie sich der Stand des „elektronischen“ Verkaufens über das Web derzeit dem kaufwilligen Besucher darstellt. Es wird dabei mehr als deutlich, dass es zumeist nicht etwa Sicherheitsbedenken oder Unsicherheiten im Umgang mit neuen Medien sind, die potentielle Kunden abschrecken. Dies ist vielmehr darauf zurück zu führen, dass selbst große Konzerne den Kunden im Web noch immer mit missverständlichen Begriffen, undurchschaubaren Navigationen oder unzumutbaren Bestellprozessen abschrecken. Die mit erstaunlicher Gelassenheit verschwendeten und falsch eingesetzten großen wie kleinen Online-Budgets lassen Umsätze und Gewinne oft weit hinter dem zurückbleiben, was möglich wäre. Der Referent zeigt praxisorientiert auf, wo die Fallstricke liegen und wie man die eigenen Seiten gezielt verbessern kann.

Ihr Seminarleiter



Prof. Dr. Mario Fischer, tms Institut technik & marktstrategien

Prof. Dr. Mario Fischer studierte Wirtschaftswissenschaften und promovierte an der Universität Erlangen/Nürnberg. 1990 trat er in das Beratungsinstitut tms in Nürnberg ein, seit 1994 ist er Gesellschafter. 1995 gründete er das Softwareunternehmen tms development GmbH. Seit 1998 ist er Professor für Wirtschaftsinformatik an der Fachhochschule Würzburg.

Prof. Fischer ist in zahlreichen Expertengremien, u. a. im Beirat „eBusiness Zentrum“ des Fraunhofer Instituts Stuttgart, als Vorsitzender im Aufsichtsrat der Websale AG, im electronic sourcing Forum der Bayerischen Staatskanzlei und im Expertenrat des Berufsverbandes der Internetspezialisten Webmasters Europe e.V. vertreten. Er führt neben Forschung und Lehre anspruchsvolle Projekte mit Groß- und Mittelstandsunternehmen diverser Branchen sowie kommunalen Einrichtungen durch und ist bekannt durch zahlreiche Praxisvorträge, Seminare, Konferenzen, Fernsehsendungen und Publikationen. Sein Fachbuch „Website Boosting“ entwickelte sich innerhalb kürzester Zeit zum Bestseller, wurde bereits über 10.000 Mal verkauft und ist in diesem Jahr bereits in der 2. Auflage erschienen.

Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.mario-fischer.de>

„Begeistert war ich vom Seminar von Prof. Mario Fischer. Er hat das Thema Suchmaschinenoptimierung auf humorvolle Art und Weise präsentiert. Die Teilnehmer bekamen einen tiefen Einblick in die Materie.“

K. Windfelder, 100partnerprogramme.de

„Mario Fischer hat ein komplexes Thema in verständlicher Art mit vielen praktischen Beispielen und Empfehlungen doziert – ein wahrer Fachmann.“

F. Brennwald, Maagtechnik – Bereich der Dätwyler Schweiz AG

BOOSTING

WEBSITE BOOSTING

Kunden erreichen und halten

**DEUTSCHE
KONGRESS
AKADEMIE**

Wählen Sie aus diesen Terminen
Frankfurt am Main 27. und 28.10.2011

Neue DEUTSCHE KONGRESS GmbH, Postfach 700212, 60552 Frankfurt am Main

„Ein interessanter „Augenöffner“ für die eigenen Fehler.“

R.Leuchter, topsystem Systemhaus GmbH

INTERNET-PDF

Fax-Anmeldung +49 (0)69 / 63006-969

So melden Sie sich an

Bitte einfach das Anmeldeformular ausfüllen und per Fax oder Post zurücksenden oder melden Sie sich online unter www.deutsche-kongress.de/website an. Sie erhalten schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung.

Ja, ich melde mich zum Seminar **WEBSITE BOOSTING** an. Die Teilnahmegebühr beträgt € 1.695,-.

Frankfurt am Main 27. und 28.10.2011

Bitte informieren Sie mich über das firmeninterne Seminar **WEBSITE BOOSTING**

Code, falls vorhanden
Name, Vorname
Abteilung, Funktion
Firma
Straße, Postfach
PLZ, Ort
Telefon, Fax
E-Mail

Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist: Sie erhalten schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

Die Neue DEUTSCHE KONGRESS GmbH darf mich über Angebote von sich und Verbundsunternehmen zu Werbezwecken informieren.

Zusendung per E-Mail Ja Nein Zusendung per Fax Ja Nein

Datum, Unterschrift

Rechnung an

Name, Vorname
Abteilung

Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmen

<10 10-49 50-99 100-499 500-999 >1000

Anmeldebedingungen

Die Teilnahmegebühr für das Seminar **WEBSITE BOOSTING** beträgt inklusive Mittagessen, Kaffeepausen, Erfrischungsgetränken und den Seminarunterlagen € 1.695,-. Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Bis 4 Wochen vor dem Veranstaltungstermin können Anmeldungen storniert werden. Für die Stornierung stellt die Neue DEUTSCHE KONGRESS GmbH eine Bearbeitungsgebühr von € 150,- zzgl. gesetzl. MwSt. in Rechnung. Bei Stornierung der Anmeldung zu einem späteren Zeitpunkt oder bei Nichterscheinen berechnen wir die gesamte Teilnehmergebühr. Die Stornierung ist schriftlich vorzunehmen. Die Vertretung eines angemeldeten Teilnehmers ist selbstverständlich möglich. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Gruppentarife*

Wir gewähren Rabatte für Sammelanmeldungen einer Firma:

2 Personen 10% auf alle Anmeldungen

3 Personen 15% auf alle Anmeldungen

4 Personen 20% auf alle Anmeldungen

ab 5 Personen 25% auf alle Anmeldungen

WICHTIG: Die Anmeldungen müssen zur gleichen Zeit bei uns eintreffen.

*BITTE BEACHTEN SIE:

Eine Gewährung von mehreren Rabatten ist nicht möglich.

So melden Sie sich an

Per Telefon
+49 (0)69 / 63006-900

Per Telefax
+49 (0)69 / 63006-969

Per Post
Neue DEUTSCHE
KONGRESS GmbH,
Postfach 700212,
D-60552 Frankfurt/Main

Per E-Mail
anmeldung@deutsche-kongress.de

Datenschutz

Hinweis nach § 28 Abs. 4 BDSG: Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke jederzeit widersprechen, wenn Sie in Zukunft von uns keine Informationen mehr erhalten möchten.

Für Sie nicht interessant?

Dann leiten Sie die Broschüre einfach weiter – Danke!

087_WEBSITE BOOSTING 2011_SEM