

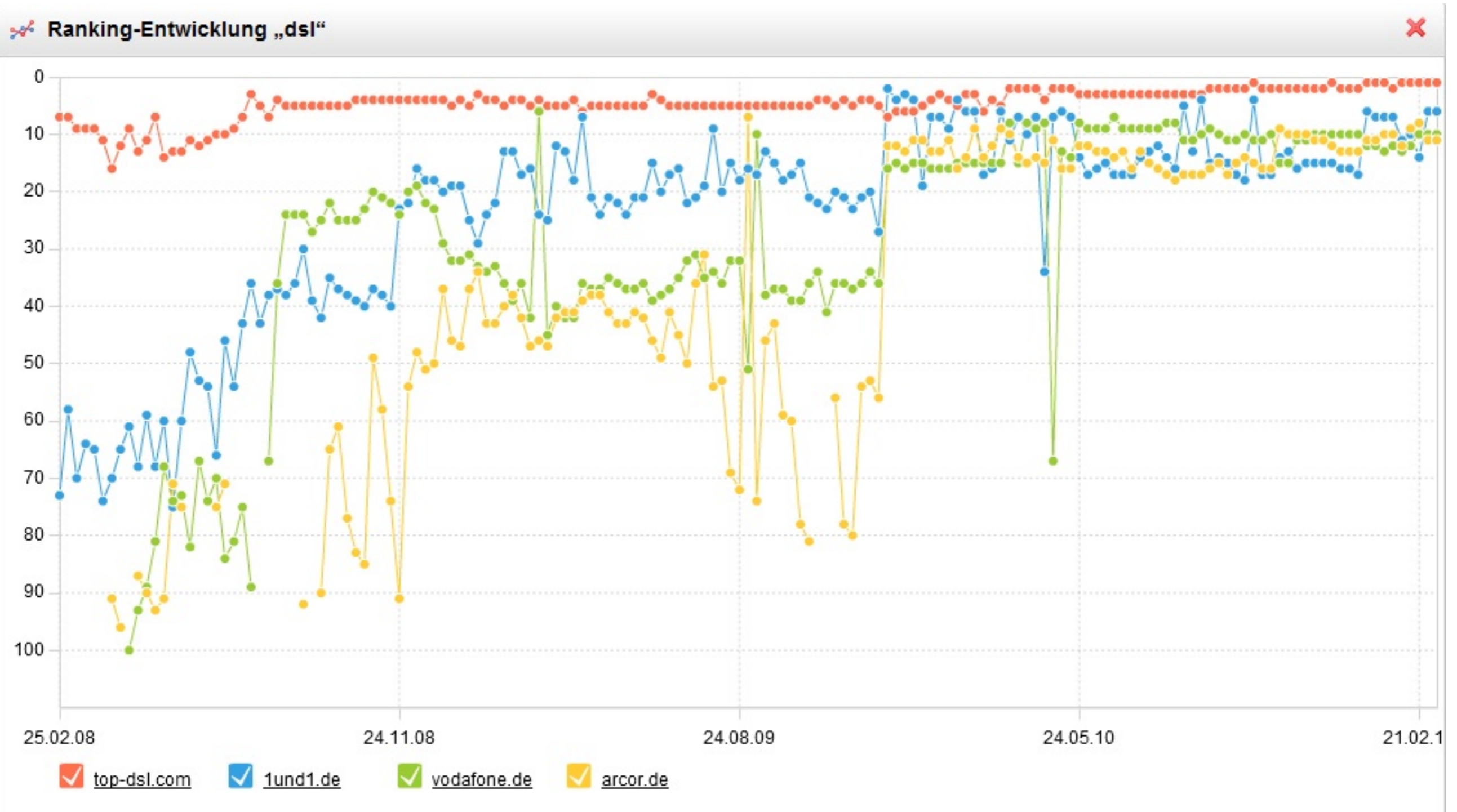
# Markenstrategien für SEO

SEO CAMPIXX 2011

# Vince-/Brand-Update (2009)

## Was war passiert?

Websites bekannter Marken ranken urplötzlich zu umkämpften Keywords.



Rankingveränderungen am Beispiel des Keywords "DSL"

# Warum macht Google so etwas?

- Neueinführung schwerer zu manipulierender Trust-Signale
- Abbildung der Erwartungshaltung des Users aus der Offline-Wahrnehmung
- Eine Marke ist ein Qualitätsmerkmal

# Wie könnte Google Marken identifizieren?

- Daten aus der Offline-Welt
- Links
- User Behaviour
- Content

# Daten aus der Offline- Welt

- Markenregister
- Marktforschung
- Manuelles Eingreifen

-> Unwahrscheinlich!

# Links

- Anchor-Texte
- Überdurchschnittlich viele Links von anderen "trusted" Websites

Linktext	Prozent	Linktext	Prozent
dsl	5,62%	1&1 blog - powered by	17,48%
dsl vergleich	2,94%	1&1	15,97%
dsl flatrate	2,30%	www.1und1.de	4,70%
dsl tarife	2,17%	1und1	2,75%
dsl angebote	1,92%	http://www.1und1.de	1,86%
freenet dsl	1,92%	1&1 internet ag	1,86%
top-dsl.com	1,92%	1und1.de	1,15%
dsl anbieter	1,79%	routenplaner	0,89%
1&1 dsl	1,53%	http://www.1und1.de/	0,89%
vodafone	1,53%	homepage	0,80%
vodafone dsl	1,40%	hier	0,62%
www.top-dsl.com	1,28%	1 & 1	0,62%
1&1	1,28%	1 und 1	0,53%
dsl tarif	0,89%	1 & 1 internet ag	0,53%
		wir empfehlen 1&1 internet ag	0,53%

Anchor-Texte-Vergleich Affiliate-/Brand-Website

Legende: Orange=Keyword-Linktext, Gelb=Brand-Linktext



top-dsl.com		1und1.de	
Linktext	Prozent	Linktext	Prozent
dsl	5,62%	1&1 blog - powered by	17,48%
dsl vergleich	2,94%	1&1	15,97%
dsl flatrate	2,30%	www.1und1.de	4,70%
dsl tarife	2,17%	1und1	2,75%
dsl angebote	1,92%	http://www.1und1.de	1,86%
freenet dsl	1,92%	1&1 internet ag	1,86%
top-dsl.com	1,92%	1und1.de	1,15%
dsl anbieter	1,79%	routenplaner	0,89%
1&1 dsl	1,53%	http://www.1und1.de/	0,89%
vodafone	1,53%	homepage	0,80%
vodafone dsl	1,40%	hier	0,62%
www.top-dsl.com	1,28%	1 & 1	0,62%
1&1	1,28%	1 und 1	0,53%
dsl tarif	0,89%	1 & 1 internet ag	0,53%
		wir empfehlen 1&1 internet ag	0,53%

Anchor-Texte-Vergleich Affiliate-/Brand-Website

Legende: Orange=Keyword-Linktext, Gelb=Brand-Linktext

# User Behaviour

- Häufige Suchanfragen nach der eigenen Brand (navigational)
- Refined/Second Searches (erst generic, dann generic + brand)
- Nutzung der Google Suchvorschläge
- CTRs/Bounce Rates

# Content

- Qualität (eher unwahrscheinlich, da schwer messbar)
- Erwähnungen von Brand & Domain ohne Link (denkbar)
- Keywordnahe Markenerwähnungen (denkbar)
- Mentions/Links auch von themenfremden Qualitätswebsites (theoretisch)

# Konsequenzen für SEO

## Buzzword-Bingo!

- Build a Brand!
- Forget Keyword-Links (nicht ganz)
- Mach AdWords/Display (laaangweilig)
- Schaffe Medienbrüche (würg)

# Medienbrüche/ Offline-Werbung

- TV (5-15 € Netto-TKP\*)
- Print (20-60 € Netto-TKP\*)
- Online (0,5-25 € Netto-TKP\*)
- Radio/Podcasts
- Plakate/Flyer
- Guerilla/Viral (YouTube!)
- be creative!

\*Quelle: Solon Management Consulting,  
Mediengattungen im Wettbewerb, 2009

# Diskussion

- Vorschläge/Ideen
- Danke!