



SENSATIONAL MARKETING

Das Suchmaschinenmarketing der Zukunft

Erschienen im Magazin

gmbhchef.
Impulse für GmbH-Geschäftsführer

Autor: Bastian Sens

Das Suchmaschinenmarketing der Zukunft

Google und viele andere Unternehmen schreiten immer schneller voran. Künstliche Intelligenzen nehmen unaufhaltsam Einzug in unser Leben – und das verändert selbstverständlich auch das Online-Marketing. Dieser Artikel gibt Geschäftsführern Handlungshinweise für ein erfolgreiches Suchmaschinenmarketing, das in der Gegenwart aber insbesondere in der Zukunft profitabel ist.

Künstliche Intelligenzen werden das operative Online-Marketing in 3 bis 5 Jahren weitestgehend ablösen. Das ist meine These. Die Gründe dafür sind offensichtlich: Denn schon heute setzen Google, Amazon & Co. auf KI und werden diese in einem unvorstellbaren Tempo optimieren. "Jedes Mal, wenn ich mit Larry Page über die Zukunft von Google spreche, sagt er, dass sich Google zu einer Künstliche Intelligenz entwickeln werde." Das sagte Steve Jurvetson im Januar 2005 über den Gründer von Google - Larry Page. Er hat also schon vor 14 Jahren prognostiziert, dass Google sich dahingehend wandeln wird. Pro Jahr werden mindestens eine Billionen Suchanfragen weltweit bei Google eingegeben. Zusätzlich erhält das Silicon Valley-Unternehmen durch das Betriebssystem Android und die Google Cloud weitere Unmengen an Daten. Futter für eine KI, die das Surfverhalten und die Suchintention immer besser interpretieren und vorhersagen kann. Das ist also keine Zukunftsmusik mehr, sondern wahre Realität. Denn aktuell setzt Google bereits unter anderem folgende Künstliche Intelligenzen für das Suchmaschinenmarketing ein:

- **Google Ads:** Klickgebote können von der Google-KI selbst optimiert werden, um die Anzahl der Anfragen bzw. Bestellungen zu steigern. Ein manuelles Eingreifen ist nicht mehr notwendig.
- **SEO:** Für das Ranking der organischen Suchergebnisse werden weit über 200 Bewertungskriterien berücksichtigt. Vor einigen Jahren genügte noch die Platzierung der Keywords im Text und den Meta Tags. Heutzutage zählen umso mehr die Nutzersignale: Klickt der Surfer auf das Suchergebnis? Springt er nach dem Website-Besuch direkt wieder zurück zu Google? Oder wie lange bleibt er auf der Website?

Für das Suchmaschinenmarketing bringen Künstliche Intelligenzen wesentliche Vorteile mit sich. Die Anpassung der Gebote für bestimmte Keywords in Google Ads war stets eine mühselige Arbeit. Eine Arbeit, die leicht automatisiert werden konnte. Auch in der Suchmaschinenoptimierung war es ein logischer Schritt Künstliche Intelligenzen einzusetzen. Jahrelang haben Suchmaschinenoptimierer die Suchergebnisse durch ihre Maßnahmen beeinflusst.

ANSCHRIFT
Sensational Marketing GmbH
Dönhoffstraße 40
51373 Leverkusen

KONTAKTDATEN
Tel.: 0214 – 864 996 940
Fax.: 0214 – 864 996 949

<https://sensational.marketing>

Das auserkorene Ziel von Google ist jedoch stets das beste Suchergebnis für die Suchenden zu liefern. Dass für die Bewertung der Websites die realen Bewegungen und Reaktionen der Suchenden berücksichtigt werden, ist folgerichtig. Eine Verbesserung der Rankings ist nur noch durch eine nutzerzentrierte Optimierung möglich – erst wenn Unternehmen die eigene Website zu einem wirklich positiven Erlebnis machen, sind bessere Positionen auf Google möglich.

Der Mensch macht den Unterschied

Stellen wir uns einmal vor: Wir suchen online nach einem Malerbetrieb in unserer Stadt. Wir tippen zum Beispiel das Keyword „Maler Köln“ ein. Das Resultat: weit über 19 Millionen Suchergebnisse! Wir konkretisieren unsere Suchanfrage zu „Maler Köln Nippes“ und erhalten knapp 250.000 Suchergebnisse. Wir schauen uns die ersten Suchergebnisse an und vergleichen. Welches Ergebnis spricht uns am ehesten an? Bewertungssterne können ein auffälliges Kriterium sein, jedoch auch der Beschreibungstext. Wir klicken ein Suchergebnis an und prüfen innerhalb weniger Sekunden, ob unsere Erwartungen erfüllt werden. Ist die Website relevant für mich? Ist die Seite und damit das Unternehmen vertrauenswürdig? Diese Fragen stellt sich jeder Surfer. Wie können Unternehmen ihre Website dahingehend gestalten?

Der Psychologe Robert Cialdini hat mit seinem Buch „Die Psychologie des Überzeugens“ die wesentlichen Faktoren für den Vertrieb und das Marketing offenbart. Für die Website sind es insbesondere Autorität und Sympathie. Wenn wir bei einer Veranstaltung andere Unternehmer kennenlernen, entscheiden wir innerhalb von Millisekunden, ob uns die Person sympathisch ist oder nicht. Gleiches geschieht auf einer Website. Unternehmen müssen neben der Präsentation ihrer Produkte und Dienstleistungen unbedingt ihre Persönlichkeit einbringen. Dies kann mit Fotos oder vor allem auch Videos sehr gut umgesetzt werden. Oftmals ist es der Gründer der Firma, der an vorderster Front steht – wie Claus Hipp. Es muss jedoch nicht immer der Gründer oder Geschäftsführer sein. Es kann auch durchaus eine andere Person wie ein Prominenter sein, der als Gesicht der Marke wahrgenommen wird. Das kennen wir unter anderem von der NIVEA-Werbung. Im Kern ist es wichtig, dass Unternehmen mit ihrer Website Emotionen wecken und ihr Charakter verleihen. Insbesondere dann, wenn es schwierig ist, diesen Aspekt umzusetzen, hat es der Wettbewerb auch schwer. Das kann der durchschlagende Erfolg für das eigene Unternehmen sein!

Des Weiteren müssen Unternehmen, laut Cialdini, ihren Expertenstatus aufzeigen. Wir möchten bei Spezialisten kaufen, um das beste Ergebnis zu erhalten. Ein Blog ist ein guter Anfang, auf dem Fachartikel publiziert werden. Darüber hinaus sind Awards, Zertifikate etc. dienlich. Wichtig: Die Logos der Abzeichen sollten präsent dargestellt und nicht erst am Ende der Seite eingefügt werden. Die Besucher entscheiden innerhalb weniger Sekunden, ob sie auf der Website bleiben oder nicht. Sympathie und Autorität sind die Schlüssel für eine erfolgreiche Website – die keine KI ersetzen können.

ANSCHRIFT
Sensational Marketing GmbH
Dönhoffstraße 40
51373 Leverkusen

KONTAKTDATEN
Tel.: 0214 – 864 996 940
Fax.: 0214 – 864 996 949

Die Suchmaschinenmarketingstrategie

Worin unterscheiden sich Unternehmen in der Zukunft, wenn das Suchmaschinenmarketing von Künstlichen Intelligenzen operativ abgelöst werden? Die Antwort ist offensichtlich: Strategie. Unternehmen müssen zukünftig umso mehr strategisch denken. Es muss eine Daueraufgabe sein, die eigene Unternehmens- und Online-Strategie zu optimieren. In dem oben aufgeführten Gedankenspiel konnten Sie vermutlich bereits erkennen, dass es schwierig war einen Maler in Köln auszuwählen. Sympathie und Autorität sind wichtige Faktoren im Auswahlprozess. Umso wirksamer wird die Online-Präsenz, wenn die Zielgruppe detailliert beschrieben werden kann. Im Marketing-Jargon wird dies als die Customer Journey beschrieben: Wie und wo surft die eigene Zielgruppe? Ein Teilbereich dieser Reise kann Google sein. Doch welche Keywords gibt die Zielgruppe in Google ein? Das ist mitunter der Kern des Erfolgs für das heutige und zukünftige Suchmaschinenmarketing.

Ob die Zielgruppe auch nach Produkten oder Dienstleistungen bzw. Jobtiteln suchen, das können Unternehmen mithilfe von Google Ads prüfen. Sicherlich können die SEO-Tools von Xovi, Searchmetrics und Sistrix oder keywordtool.io genutzt werden, doch möchten Geschäftsführer am liebsten direkt wissen, ob aus diesem Traffic auch Conversions generiert werden können. Daher empfehle ich stets, die Keywordideen in Google Ads einzubuchen und in einem kurzen Zeitraum (vier bis acht Wochen) zu überprüfen. So lernen Unternehmen in kürzester Zeit Ihre Zielgruppe besser kennen: Sucht sie nach Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung? In welchen Phasen der Kaufentscheidung sucht sie? Welche Keywords führen zu Conversions?

Voice Search

Vor erst 11 Jahren wurde das iPhone von Apple auf dem Markt gebracht. Die Smartphones haben das mobile Surfen revolutioniert. Websites konnten plötzlich relativ normal dargestellt werden und haben damit ein anderes Gefühl des mobilen Surfens herbeigeführt! Mittlerweile googeln und kaufen die Menschen einfach im Café oder in der U-Bahn. Über 56 Millionen Deutsche nutzen das mobile Internet! Immer neue Funktionen werden von Version zu Version der Smartphone-Hersteller annonciert. Sprachbefehle verstehen? Das ist längst kein Problem mehr für Apple & Co. Mein erstes Buch „Schluss mit 08/15-Websites“ habe ich sogar teilweise durch Siri eingesprochen. Sicherlich musste ich hier und da etwas korrigieren, doch in manchen Phasen ging es so leichter und schneller.

Und auch auf den Straßen sprechen die Menschen immer mehr mit ihren Smartphones: Adressen werden in Google Maps diktiert und vor allem: Suchanfragen eingesprochen. „Wo ist das nächste chinesische Restaurant?“ Allein an dieser Suchanfrage sehen wir bereits, dass die Keywords länger werden. Einge tippt würde die Suchanfrage eher „Chinesisches Restaurant“ lauten. Auf diese Wandlung der Suchanfragen müssen sich Unternehmen einstellen. Es werden immer mehr unterschiedliche Suchanfragen mit der Sprachsuche

gestellt. Diese zu interpretieren ist eine große Herausforderung für Google. Dafür hat das Silicon Valley-Unternehmen die KI RankBrain entwickelt, die diese Herausforderung meistern soll.

Es wird prognostiziert, dass 2020 jede zweite Suchanfrage mit der Sprache oder einem Bild eingehen wird. Darauf müssen sich Unternehmen einstellen, indem unter anderem laufend Keywordrecherchen durchgeführt werden. Suchmaschinenmarketing ist ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess, der immer mehr auf strategischer Ebene entschieden wird!

Zusammengefasst

Nach und nach werden Künstliche Intelligenzen das operative Online-Marketing übernehmen. Deshalb wird das Thema Online-Strategie immer wichtiger: Eine Strategie, die Unternehmen unverkennbar macht und den Fokus vorgibt. Dabei muss der Mensch und das Persönliche wieder mehr in den Vordergrund gerückt werden. Insbesondere auf Websites!

Dieser Artikel ist in dem Magazin gmbh chef erschienen. Weitere Informationen finden Sie unter gmbhchef.de.

gmbhchef.
Impulse für GmbH-Geschäftsführer

ANSCHRIFT

Sensational Marketing GmbH
Dönhoffstraße 40
51373 Leverkusen

KONTAKTDATEN

Tel.: 0214 – 864 996 940
Fax.: 0214 – 864 996 949

Über den Autor Bastian Sens

Geschäftsführer der Sensational Marketing GmbH in Leverkusen

Bastian Sens ist seit 2010 Geschäftsführer der Sensational Marketing GmbH in Leverkusen - der Agentur für strategisches und operatives Online-Marketing. Mittlerweile hat Bastian Sens bereits drei Bücher im Springer Gabler-Verlag publiziert und ist Dozent für Online-Marketing in Köln.



Für Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

E-Mail: opteamierer@sensational.marketing

Telefon: 0214 / 864 996 940



ANSCHRIFT

Sensational Marketing GmbH
Dönhoffstraße 40
51373 Leverkusen

KONTAKTDATEN

Tel.: 0214 – 864 996 940
Fax.: 0214 – 864 996 949

<https://sensational.marketing>