

# Das „Finder-Net“ für Neukunden

von Michael Wiese

Wenn Sie als Unternehmen oder Freiberufler im Internet gefunden werden wollen, müssen Sie lange nach den richtigen Seiten suchen. Denn im Netz wissen Sie nie, wo Ihr potenzieller Kunde gerade genau das sucht, das Sie bieten. Google und Google AdWords sind zwar schon nahezu Pflicht, doch es gibt neue spannende Möglichkeiten, sich finden zu lassen. mittelstandcoach.de hat sich das Netz für Sie „vorgeknöpft“:

## Google und Google AdWords

Hierzu sind bei mittelstandcoach.de bereits Beiträge erschienen. Der Unterschied ist einfach: Google AdWords zeigt bezahlte Textanzeigen, so genannte „sponsored links“, die über oder neben den normalen, unbezahlten Google-Suchergebnissen platziert werden. Sie zahlen nur einen vorher vereinbarten Preis pro Klick. Also wenn jemand auf Ihre Textanzeige klickt und so auf die gewünschte Seite Ihres Unternehmensauftritts gelangt.

Da kleine und mittlere Unternehmen es kaum schaffen, unter den ersten unbezahlten Suchbegriffen im Bildschirmbereich zu landen, empfiehlt sich AdWords für regionale, nationale oder internationale Eintragungen. Alles weitere hierzu ist Schritt für Schritt erklärt unter [www.google.de/adwords](http://www.google.de/adwords).

Ihre Internetseiten sollten Sie dennoch von Profis für Suchmaschinen optimieren lassen. Damit Sie z.B. als Gerüstbauer aus Dortmund bei der Eingabe von „Gerüstbau Dortmund“ oder „Gerüste Ruhrgebiet“ auch bei nicht bezahlten Suchbegriffen stehen. Vorsicht ist bei Blendern geboten, die Ihnen versprechen, Sie bei den wichtigsten Suchbegriffen auf die ersten Plätze zu bringen. Schauen Sie mal nach, wo diejenigen selbst bei Suchmaschinen-Marketing oder –Optimierung stehen. Außerdem: Lassen Sie sich Referenzseiten nennen, die Sie dann mit entsprechenden Schlagworten bei Google suchen. Und **vereinbaren Sie erfolgsabhängige Honorare**. (z.B. Platz 1-3 x€ Platz 4-6 y€ etc.)

## Affiliate Marketing,...

... auch Partner-Marketing genannt, ist die erfolgsabhängige Schaltung von Textanzeigen oder Bannern auf Partner-Seiten. Website-Betreiber schalten Ihre Werbung und Sie zahlen nur, wenn sich z.B. ein Interessent bei Ihnen gemeldet hat oder wenn ein Kauf zustande gekommen ist. Lesen Sie dazu unseren ausführlichen Artikel über Affiliate-Marketing.

### **Knüpfen Sie Netzwerke in Portalen**

Zeigen Sie Präsenz in Portalen wie mittelstandscoach.de und Xing. Stellen Sie Ihr Unternehmensporträt oder/und Ihr persönliches Profil ein. Zeigen Sie, was Sie bieten und verlinken immer und überall auf Ihre Homepage. Beteiligen Sie sich an Foren, wie dem Ratgeberforum auf mittelstandscoach.de und profilieren sich dabei mit Ihrer Kernkompetenz.

Oder stellen Sie dort Fragen, die Sie selbst für Ihren Unternehmenserfolg beantwortet haben möchten. So hinterlassen Sie Spuren, die potenzielle Auftraggeber finden können. Sei es eher zufällig, oder weil in den jeweiligen Portal-Suchmaschinen nach Angeboten und Dienstleistungen gesucht wurde, die Sie dort auch so eingetragen haben.

### **Banner-Kampagnen selbst gestalten und regional schalten**

United Internet Media, der Betreiber von web.de, gmx und 1&1, bietet günstig Banner und Textanzeigen auf seinen stark frequentierten Portalen an. Der Clou ist, dass man die Banner ohne Vorkenntnisse selbst gestalten kann. Textanzeigen für ca. 50 Cent pro Klick können genauso regional geschaltet werden wie Banner, die bei 89 € für 5.800 Einblendungen starten. Alle Infos hierzu finden Sie auf [www.telemedia.united-internet-media.de](http://www.telemedia.united-internet-media.de)

### **Lassen Sie andere im Netz für sich werben.**

Anbieter wie ormigo.com haben auch einen neuen interessanten Weg gefunden. Sie tragen dort in ein Formular ein, zu welchen Dienstleistungen Sie neue Kunden gewinnen wollen. Ormigo bewirbt dies dann gebündelt auf stark frequentierten Internetportalen. Sie müssen nur festlegen, wie viel Ihnen eine Kundenanfrage wert ist und in welchem Aktionsradius Sie tätig sein wollen. Mehr dazu auf [www.ormigo.com](http://www.ormigo.com).

### **Vorsicht bei kostenpflichtigen Online-Branchenbüchern!**

Hunderte dieser Anbieter mit oft vorsintflutlichem Design buhlen um die Gunst der Unternehmer. Tragen Sie sich nur dort ein, wo der Auftritt und Ihr Eintrag optisch hochwertig erscheinen. Und

möglichst kostenlos oder für geringes Entgelt. Denn hier wird einfach zu wenig Nutzwert für Ihr gutes Geld geboten. Und es resultieren hieraus viel zu wenige Besuche, Anfragen und Aufträge.

Testen können Sie katalogähnliche Angebote wie auf allesklar.de, web.de und yahoo.de. Bei Branchenbüchern können wir höchstens gelbeseiten.de, meinestadt.de und goyellow.de zum Test empfehlen. Lassen Sie sich von Ihrem Website-Programmierer auswerten, wie viele Besucher von den jeweiligen Einträgen zu Ihnen kommen, damit Sie unnötige Kosten vermeiden.

Konstruktive Kontakte und gute Geschäfte im Internet wünscht Ihnen

Michael Wiese  
Redaktionsleitung  
mittelstandcoach.de

---

Autor

Michael Wiese  
mittelstandcoach.de  
Robert-Bosch-Str. 2  
49134 Wallenhorst  
E-Mail Redaktion: redaktion(at)mittelstandcoach.de  
Web: <http://www.mittelstandcoach.de>

---