

Suchmaschinenoptimierung

Nutzen Sie Google richtig

Sie ist weltweit rund um die Uhr im Einsatz. Fast alle Internetuser, zumindest im deutschsprachigen Raum, benutzen sie, viele haben die Suchmaschine Google sogar als Startseite in ihrem Browser festgelegt – ein Vorteil für Ihre Kanzlei!

Wer einen Steuerprofi sucht, recherchiert immer öfter im Internet, zuerst wird „gegoogelt“. Ein Großteil der potenziellen Neumandanten sucht seinen Dienstleister im Internet. Dort sieht er sich die Homepage des Anbieters an, verschafft sich einen ersten Eindruck und entscheidet sich dann, ob er in der Kanzlei anruft.

Für Sie als Steuerberater ist daher eine zeitgemäße und ansprechende Homepage wichtig, verlassen Sie sich nicht nur auf Empfehlungen Ihrer Mandanten.

Suchmaschinenmarketing als Zauberwort

Haben Sie schon mal was von SEO und SEM gehört? SEO steht für Suchmaschinenoptimierung, eine Abkürzung aus dem Englischen (Search Engine Optimization), SEM steht für Suchmaschinenmarketing – Search Engine Marketing. Als Kanzlei sind Sie nicht konkurrenzlos, wer von potenziellen Mandanten gefunden werden will, muss sich deshalb richtig anstrengen.

Eine Suchmaschinenoptimierung verschafft Ihrer Kanzlei ein gutes Ranking bei den Suchmaschinenergebnissen, das heißt Ihre Homepage wird im Idealfall weit vorne geli-

stet. Eine gute Position in den Suchergebnissen erhöht die Wahrscheinlichkeit, von potenziellen Mandanten gefunden zu werden, wesentlich. Während Ihnen mittels SEO Topplatzierungen im Suchmaschinenranking gelingen, dient Ihnen das Produkt Google Adwords als kostentransparente Werbeplattform. Hier können Sie treffgenau potenzielle Mandanten für sich gewinnen.

Wie funktioniert das? Ganz einfach: Wenn Sie bei Google etwa die Begriffe „Wirtschaftsprüfer Köln“ nachschlagen, erscheinen neben den Suchergebnissen auch auf der rechten Bildschirmseite mehrere Anzeigen – in diesem Fall von verschiedenen Wirtschaftsprüfern und Kanzleien. Diese Werbung erscheint ganz gezielt, sie ist auf Ihre Suche genau abgestimmt. Vielleicht haben Sie schon mal auf eine dieser Anzeigen reagiert und sich zum Weiterlesen animieren lassen. Das ist auch der Trick: Diese Werbeeinblendungen richten sich ausschließlich an potenzielle Kunden, die sich bereits für Ihre Dienstleistung aufgrund ihrer Suchanfrage interessieren.

Sie bestimmen selbst die Kosten Ihrer Anzeigenstellung. Besonders gut daran ist, dass Sie nur die tatsächlichen Klicks auf Ihre Anzeige zahlen. Bei Google Adwords können Sie die Kosten Ihrer Kampagne festlegen und auch steuern, es gibt keine Verpflichtung für einen vorgegebenen Mindestbetrag: Sie bestimmen Ihr Budget indem Sie eine Tagesgrenze von beispielsweise sieben Euro festlegen und einen maximalen Betrag von zehn Cent pro Klick fixieren. Ihre Kanzlei-Anzeige erscheint nach dem 70. Aufruf dann nicht mehr, sondern erst wieder am darauffolgenden Tag, damit Ihr Budget eingehalten wird. Sie zahlen nur, wenn ein Nutzer auf Ihre Anzeige klickt, nicht für die Anzeigenschaltung selbst.

Damit Sie möglichst zielgruppengenau kommunizieren, können Sie festlegen, dass Ihre

Werbe-Einschaltung für Ihre Kanzlei nur für User einer bestimmten Stadt oder Region in einem bestimmten Land sichtbar ist. Sie können aber auch den Bereich auf Deutschland oder die ganze Welt ausweiten. Somit können Sie den Erfolg und die Kosten Ihrer Schaltung kontrollieren, schließlich geben die Anzahl der Klicks und Ihr Budget schnell Aufschluss über den Erfolg. Ebenso können Sie abfragen, wie oft Ihre Anzeige erschienen ist, unabhängig von den Klicks darauf.

Anzeigenposition von mehreren Faktoren abhängig

Ihre Anzeigenposition wird anhand mehrerer Faktoren bestimmt, unter anderem vom Expertengrad, von Ihrer herkömmlichen Suchmaschinenposition, sowie von Ihrem Budget. Daher empfiehlt es sich, Ihre SEO- und SEM-Maßnahmen in die Hand eines Profis zu legen, damit Ihnen ein guter Platz sicher ist.

Eine Investition in Suchmaschinenoptimierung- und -marketing bringt mehr Besucher auf Ihrer Website, deshalb sollten Sie mit einer aktuellen, userfreundlichen und informativen Homepage positiv auffallen. SEO- und SEM-Maßnahmen in Kombination mit einer ansprechenden Homepage dienen vor allem der Erschließung von neuen Kunden. Machen Sie sich die Suchmaschinenwelt zu Nutze, um mit einem vernünftigen Budget eine große Wirkung zu erzielen.

» Serienplaner

Teil 62 –
SteuerConsultant 01/2012
Public Relations
für Kanzleien

Teil 63 –
SteuerConsultant 02/2012
Google Adwords

Teil 64 –
SteuerConsultant 03/2012
Relaunch der
Kanzlei-Website

Abonnenten-Service

Abonnenten können im Internet unter www.steuer-consultant.de das Themenarchiv nutzen und unter anderem alle Teile der Serie „Marketing“ kostenlos nachlesen.



Johann Aglas

ist Geschäftsführer der Atikon Marketing & Werbung GmbH im oberösterreichischen Leonding. Atikon hat sich auf das Marketing und die Homepage-Gestaltung für Steuerberater spezialisiert.

E-Mail: johann.aglas@atikon.com
www.atikon.com