

DIGITAL KNOWLEDGE MANAGEMENT

Wie Sie durch Off-Page SEO Ihre Website vernetzen und mehr potentielle Kunden erreichen



Swiss  **DKM**
DIGITAL KNOWLEDGE MANAGEMENT

INHALT

**Suchmaschinenoptimierung
technisch gesehen**

03

**Warum Knowledge
Management**

04

**Best Practice
Knowledge Strategie**

05

**Das SwissDKM
All-in-One Tool**

06

Ein Kommentar

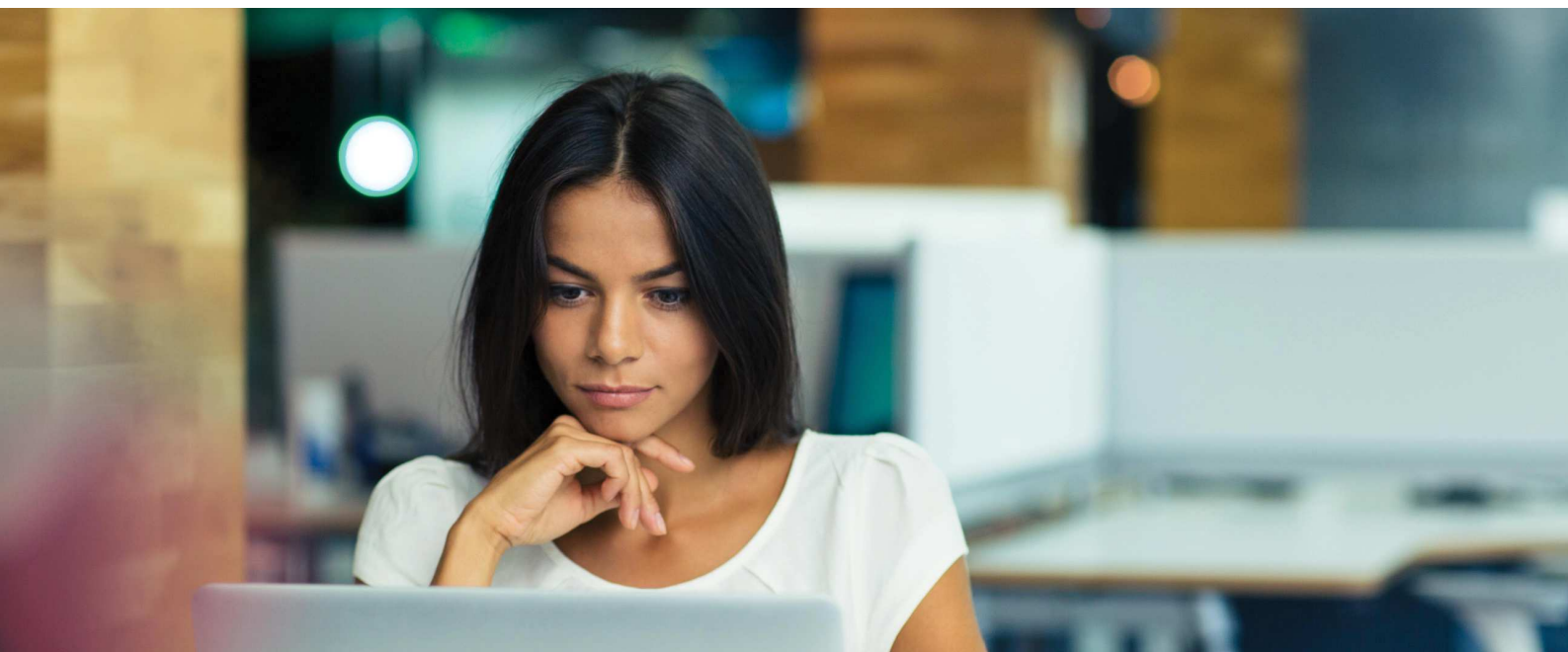
07



Suchmaschinenoptimierung technisch gesehen

Um in der digitalen Welt besser auffindbar zu sein, werden mittels Massnahmen die eigene Position in den Suchmaschinen für potentielle Kunden verbessert. Diese werden Suchmaschinenoptimierung, kurz SEO genannt. Dabei wird grundsätzlich zwischen drei Kategorien unterschieden, nämlich technischen, On-Page und Off-Page Massnahmen.

Die technischen Massnahmen fokussieren sich vor allem auf den Aspekt, wie gut Webcrawler von Suchmaschinen den eigenen Internetauftritt interpretieren und wie sie dies in ihren Suchergebnissen ausweisen bzw. positionieren. Optimierungen in diesem Bereich haben Veränderungen in der Logik der eigenen Website bzw. dem Programmiercode zur Folge.



Der On-Page Aspekt befasst sich mit Massnahmen, welche ausschliesslich auf der eigenen Website stattfinden.

Dabei geht es hauptsächlich um den präsentierten Inhalt auf der eigenen Website, welcher wiederum von Webcrawlern der Suchmaschinen interpretiert wird. Je mehr qualitativer Content vorhanden ist, umso interessanter wird die Website von Suchmaschinen eingestuft und somit die Positionierung verbessert.

Massnahmen für Off-Page umfassen alle Tätigkeiten, welche auf anderen Websites, also ausserhalb der eigenen Website, geschehen. So kann beispielsweise mit Backlinks oder Social Signs Einfluss auf die Positionierung der eigenen Website in den Suchmaschinen genommen werden. Als Backlinks werden Verweise von anderen Websites auf die eigene Website verstanden. – Social Signs sind Social-Media-Signale in Form von Tweets auf Twitter, Likes, Shares, Comments auf Facebook etc.

Warum Knowledge Management? Präsent sein!

Digital Knowledge Management ist ein wesentlicher Bestandteil der ganzheitlichen Suchmaschinenstrategie, dennoch wird die Tragweite und Wichtigkeit von vielen Unternehmen unterschätzt und entsprechende Massnahmen immer noch zu einseitig umgesetzt. Zunehmender Konkurrenzdruck, skalierbare Unterscheidbarkeit gegenüber Mitbewerbern und gerade hinsichtlich der Verlagerung und Veränderung des Suchverhaltens von Internetusern sind geeignete Massnahmen dringend notwendig.

Relevante Informationen und Lösungen zu einem Produkt (oder einer Dienstleistung) zur Verfügung zu stellen ist und wird vor allem in Zukunft ausschlaggebend für den unternehmerischen Erfolg sein.

Sie präsentieren Ihren potenziellen Kunden relevante und hilfreiche Inhalte und Informationen. Das schafft Aufmerksamkeit.

Dabei können Sie vernetzte digitale Dienste unterstützen, welche die Grundlage für jede Kundeninteraktion bilden. Durch Verwaltung der relevanten Unternehmensinformationen sind Sie immer präsent, wenn Kunden und Interessenten Kaufabsichten haben.

Fehlen diese Informationen, sind suboptimal, unvollständig oder fehlen gar ganz, springt der Kunde vom Kauf ab. Diese Informationen sollten Ihren Kunden über vielfältige Kanäle angeboten werden.

Der Kunde erhält über die gesamte Customer Journey hinweg einen Mehrwert an relevanten Informationen, die zur Interaktion bewegen. Somit kann das Unternehmen den entstandenen Kontakt weiterführen, weitergehende Informationen anbieten und somit seine Kompetenz und Servicebereitschaft unter Beweis stellen.

Die Aufgabe des Knowledge Management

ist es, alle relevanten Informationen, Leistungen, sowie Lösungen so breit und vollständig wie möglich zu positionieren, um potenzielle Kunden in der Evaluationsphase abzuholen und das Interesse an Ihrem Unternehmen zu wecken.

Das ist von zentraler Bedeutung, denn mehr als 80% des Traffics auf Webseiten werden heute aus der organischen Suche (SERP) generiert. Es unterstreicht die zentrale Bedeutung einer guten Suchmaschinen Ranking Strategie.

Best Practice
Knowledge Strategie

1

**Aktivieren Sie
frühzeitig**

Den Kunden, die nach einer Problemlösung suchen, sollen alle relevanten Informationen zur Verfügung stehen und über alle Kanäle im Internet verbreitet werden.

In dieser Phase sollen möglichst viele Quellen/Informationen des eigenen Unternehmens auf relevanten Plattformen, Foren usw. zu finden sein. Das führt dazu, dass die Kunden zum richtigen Zeitpunkt mit den richtigen Inhalten und Informationen angesprochen werden:

Genau auf die Interessen und Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt, wenn diese danach sucht.

2

**Agieren Sie
rechtzeitig**

Es gilt den Kaufprozess zu begleiten sowie unterschiedliche Erwartungen und Entscheidungskriterien einzuschätzen, um bei der Entscheidung aktiv zu unterstützen. In dieser zweiten Phase kommuniziert das Unternehmen mit potenziellen Kunden über die bevorzugten Kanäle und stellt Inhalte, Lösungen, Antworten und Entscheidungshilfen bereit. Somit positioniert sich das Unternehmen als vertrauenswürdige Informationsquelle. Umso mehr ist es wichtig, relevante Daten für die potenziellen Kunden strukturiert im Internet bereit zu stellen, um aus einem Lead einen Kunden für das Unternehmen zu gewinnen.

3

**Aktualisieren Sie
nachhaltig**

Die Zufriedenheit bestehender Kunden überzeugt weitere potenzielle Kunden. In dieser dritten Phase sprechen die Kunden Empfehlungen für das Unternehmen und seine Produkte aus. Mithilfe einer kontinuierlichen Kommunikation und Bereitstellung weiterer Informationen ermöglicht es das Unternehmen weiter mit ihm in Kontakt zu bleiben. Hierbei ist es wichtig diese Empfehlungen für weitere potenzielle Kunden und Webseitenbesucher sichtbar zu machen.

Die erfassten Daten kann das Unternehmen jedem Website-Besucher (mithilfe von dynamischen Inhalten) zur Verfügung stellen und so bei Suchmaschinen und Informationsportalen aktuell bleiben.

All-in-One Tool **SwissDMK**

Digital Knowledge Management

Aktualisieren Sie Ihre Einträge in Echtzeit in über 40 digitalen Diensten mit nur einem Online Tool (SaaS-Lösung), damit Kunden sich im entscheidenden Moment für Sie entscheiden.

Managen und steuern Sie alle relevanten Informationen, Suchbegriffe, Marken, Stichwörter usw. einheitlich aus einem Tool.

Netzwerk & Datenkontrolle

Sorgen Sie dafür, dass Ihre Karten, Apps, Sprachsuchtools, digitale Assistenten, Suchmaschinen, GPS-Systeme und soziale Netzwerke immer auf dem neuesten Stand sind, damit Sie überall und zu jeder Zeit gefunden werden.

Off-Page Content

Bereichern Sie Ihre Online-Präsenz durch informative Inhalte, die in der digitalen Welt kommuniziert werden. Dies ist entscheidend für Ihr Ranking und besteht aus mehr als nur reinen HTML-Texten.

Social Media

Verwalten Sie Ihre Social-Media-Präsenz an einem Ort. Durch die Möglichkeit des Vorausplanens und des übersichtlichen Managements können Sie sicherstellen, dass Ihre Social-Media-Kanäle aktiv, ansprechend und informativ sind.

Marktumfeld & Mitbewerberanalyse

Die Beobachtung des Marktumfelds und Ihrer Mitbewerber ist essenziell für eine erfolgreiche Off-Page-Strategie. Dabei wird auch die digitale Performance Ihres Unternehmens, Ihrer Mitbewerber und Ihrer Sichtbarkeit verglichen.

Reputationsmanagement

Überwachen Sie Ihre Performance und die Bewertungen Ihrer Mitbewerber im Internet. Reagieren Sie proaktiv auf Online-Bewertungen und analysieren Sie diese, um die Kundenzufriedenheit zu steigern.

Strukturierte Daten

Sorgen Sie dafür, dass Suchmaschinen und intelligente Dienste Informationen über Ihren Standort verstehen können, indem Sie Schema Markup verwenden.

Products & Services

Bietet Unternehmen eine innovative Plattform zur dynamischen Präsentation ihrer Angebote, Produkte und Dienstleistungen. Mit detaillierten Beschreibungen bietet das Modul vielseitige Möglichkeiten, wichtigen Content und dadurch Reichweite und Sichtbarkeit zu schaffen.

About Us

Jedes Profil enthält Informationen und berufliche Qualifikationen und Kompetenzen der Mitarbeiter. Schaffen Sie Vertrauen für die Kunden und heben Sie die Qualität und Fachkompetenz Ihres Unternehmens hervor.

Ein Kommentar



Nino Tonsa
Geschäftsführer

Meine langjährige Tätigkeit als Kundenberater von Lösungen im Bereich Online bzw. Offline Kommunikation, ermöglicht mir ein gutes Bild der Schweizer KMU betreffend den veränderten Bedingungen rund um Kommunikationslösungen, wie beispielsweise Social Media oder Google-Services.

Ab einem gewissen Punkt schritt die Digitalisierung stetig voran und wurde komplexer. Dieser Trend hat seither nicht an Fahrttempo verloren, im Gegenteil: Immer mehr Unternehmen beteiligen sich an diesem Trend und verschnellern ihn dadurch.

Gleichzeitig stellt diese Veränderung viele Unternehmen vor neue Herausforderungen. Gerade erst mussten technische und On-Page Massnahmen definiert und umgesetzt werden, währenddessen wird die Off-Page-Strategie immer mehr ein Thema. Viel Wissen und Zeit sind für eine gute Off-Page-Strategie erforderlich. Hier setzen wir an und bieten eine gute, in der Praxis bewährte Standardlösung.

Bringen Sie Ihr Unternehmen auf einen neuen Level. Mit nur einem Tool eine gute Off-Page SEO Strategie. Das ist Digital Knowledge Management!

SwissDKM ist ein Brand der
aitron gmbh
Zürichstrasse 4
8134 Adliswil
Tel +41 44 552 67 22
www.swissdkm.ch

