

# Werbe-Kit: Welche Waffen Sie im Online-Marketing zumindest brauchen

Wer eine Website besitzt und diese **aktiv online** und **offline** bewerben will, braucht stets entsprechendes Promotion-Material. Welche Werbeunterlagen sollten Websitebetreiber bereithalten?

## **Werbepbanner**

Grafische Werbepbanner werden immer mal wieder benötigt. Schwierig wird es, wenn jeder Werbepartner eine andere Grösse verlangt. Banner werden in den Formaten GIF, JPG oder Flash erstellt. Die bekanntesten Bannergrösse lauten in Pixeln: 156 x 60, 234 x 60, 400 x 50, 468 x 60. Das Gewicht der Dateien sollte 10 KB nicht überschreiten. Da Banner nach einiger Zeit ausbrennen (d. h. sie verlieren ihre Wirkung), sollte man einen zweiten bzw. weitere Sets zur Verfügung stellen können.

## **Textbanner**

Als Alternative zu grafischen Werbepbannern gibt es Textbanner. Hier erspart man sich die Zeit für die Gestaltung, muss diese aber für möglichst griffige Texte investieren. Textbanner umfassen in der Regel 2 bis 3 Sätze und schliessen mit einer Handlungsaufforderung (Klicken Sie jetzt, bestellen Sie, etc.)

## **Keywords**

Wie heissen die Schlüsselwörter rund um Ihr Geschäft? Listen Sie alle Wörter sortiert nach Wichtigkeit auf. Für das Online-Marketing (Anmeldung in Suchsystemen, Erstellung von Kleinanzeigen, Suchmaschinenoptimierung, etc.) brauchen Sie diese Schlüsselwörter immer mal wieder.

## **Meta-Tags / Pitch Elevator**

Für die Anmeldung in Suchkatalogen, für Einleitungen auf der Homepage und für Visitenkarten brauchen Sie immer mal wieder ein bis zwei knackige Sätze, die Ihre Dienstleistungen optimal beschreiben. Verwenden Sie in diesen Sätzen Ihre wichtigsten Schlüsselwörter. Jeder kann sich vorstellen was Sie machen, wenn auf Ihrer Visitenkarte „Bäckerei“ steht. Was aber macht konkret eine Firma, auf deren Visitenkarte „Verfahrenstechnik“ steht? Hier helfen zwei erläuternde Sätze schnell weiter.

## **Firmen-Portrait**

In einigen Branchenportalen gibt es jeweils die Möglichkeit die eigene Firma in Form eines Portraits vorzustellen. Hier benötigen Sie in der Regel einen längeren Text und komprimierte Bilder im JPG-Format.

## **Slogan**

Einen griffigen Slogan braucht (fast) jeder der Werbung schaltet.

## **USP**

Dieses Kürzel steht für Unique Selling Proposition. USP definiert den Unterschied zwischen einer Firma und ihren Mitbewerbern. Wie lautet der USP Ihres Betriebes?

## **Firmenlogo und Fotos**

Halten Sie gute Fotos in mehreren Formaten und Grössen (JPG und TIF) zur Verfügung. Sujets: Firmensitz, Mitarbeiter, Produkte, ...

www.task-force.ch

## Langfristig mitspielen

Content (Inhalte) ist wichtig. Im Web gibt es viele Möglichkeiten kostenlos Werbung für die eigene Website zu machen. Was Sie aber immer wieder brauchen sind gute Inhalte. Z. B.

- Fachartikel
- Pressemitteilungen
- Gastbeiträge z. B. für Blogs
- Fotos
- Filme

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Walser Organisation

Lebau 1084

CH - 9428 Walzenhausen

Tel. ++41 / 71 / 890 01 90

info@task-force.ch

<http://www.task-force.ch>

Die Task-Force hilft ihren Kunden den Internetauftritt mit den darin enthaltenen Produkten und Dienstleistungen mit Website-Promotion-Massnahmen besser zu vermarkten. Sie analysiert Websites auf ihre Benutzerfreundlichkeit in technischer und marketingmässiger Hinsicht.

- ✓ Website-Analyse
- ✓ Website-Optimierung
- ✓ Website-Pflege
- ✓ Website-Beratung
- ✓ Website-Promotion

Stand: 20.09.2010

Diese Checkliste ist Freeware. Sie können die Datei unentgeltlich Ihren Freunden und Bekannten weitergeben, es auf Ihrer Webseite zum kostenlosen Download anbieten, es als Bonus zu Ihren Produkten anbieten, auf anderen Datenträgern veröffentlichen, etc.

Voraussetzung für die Weitergabe ist, dass immer nur die unveränderte Originaldatei weitergegeben wird und der Inhalt in keiner Weise verändert wird. Die Weitergabe gegen Entgelt ist ausdrücklich untersagt. Reproduktion, auch auszugsweise, nur unter Verwendung der Quellenangabe <http://www.task-force.ch>

[www.task-force.ch](http://www.task-force.ch)