



Online-Marketing Trends 2018 für den Mittelstand: Was kommt. Was bleibt.

Das Jahresende ist immer ein guter Zeitpunkt um zu schauen, welche neuen Entwicklungen es im Marketing gibt, und welche bisherigen Themen uns auch im nächsten Jahr beschäftigen werden. Wir haben in unsere Glaskugel geschaut und folgende Trends ausgemacht, die für das digitale Marketing im Mittelstand relevant sind.

SSL-Verschlüsselung

Das Internet ist definitiv kein sicherer Ort für persönliche Daten, dies zeigen die immer häufiger werdenden Hackerangriffe und Nachrichten über diverse Daten-Leaks. Umso wichtiger ist es, dass Unternehmer darauf achten, ihre Webseite zu schützen. Regelmäßige Software-Updates sind daher ebenso notwendig wie die Verschlüsselung mit HTTPS, das heißt einem SSL-Zertifikat. Sobald personenbezogene Daten übertragen werden, ist eine Verschlüsselung sogar Pflicht gemäß § 13 Telemediengesetz. Und dies ist bereits bei einem Kontaktformular oder einem Kommentarfeld der Fall.

Zudem rankt Google SSL-verschlüsselte Webseiten nicht nur besser, im Browser „Google Chrome“ sind Seiten ohne SSL-Zertifikat zusätzlich als unsicher markiert, was auf Besucher abschreckend wirken kann.

Sicherheit der Kundendaten

Am 25.05.2018 tritt die neue Datenschutzverordnung DSGVO in Kraft. Sie stärkt unter anderem die Auskunftsrechte der Kunden und ihr Recht auf Datenlöschung. Wer dagegen verstößt, muss mit hohen Bußgeldern rechnen. Unternehmen, die mit personenbezogenen Daten ihrer Kunden arbeiten, sollten jetzt unbedingt klären, wie sie künftig Daten erfassen, verarbeiten und löschen.

Die neue Verordnung hat auch Auswirkungen auf die Datenschutzhinweise von Webseiten oder Online-Shops. So müssen zusätzlich zu den schon jetzt erforderlichen Hinweisen auch Informationen zum Beispiel zu der Rechtsgrundlage für die Datenverarbeitung oder die Speicherdauer der Daten ersichtlich sein.

Mobil zuerst

Auch diese Erkenntnis ist nicht neu: Webseiten werden zunehmend über Smartphones und Tablets aufgerufen und dabei vorrangig hochkant betrachtet. Breite Menüs und umfangreiche Navigationen wie bei der Desktop-Variante funktionieren dabei nicht. Darum sorgt das Responsive Webdesign dafür, dass Webseiten auf allen Ausgabegeräten und den unterschiedlichen Displaygrößen optimal ausgespielt werden. Neu ist allerdings, dass die Darstellung auf dem Smartphone mittlerweile oft sogar wichtiger ist als die in der Desktop-Variante.

Zudem gilt für Google ab 2018 das Motto „Mobile First“. Bislang bewertet die Suchmaschine nur, ob es für Webseiten neben der klassischen Version auch eine mobile gibt. Künftig wird dies quasi „umgedreht“, mobile Inhalte priorisiert und nur noch nebenbei geprüft, ob es zusätzlich eine Desktop-Variante gibt. Wichtig: Achten Sie darauf, dass Ihre Webseite eine möglichst geringe Ladegeschwindigkeit hat und reduzieren Sie die Dateigrößen von Bildern, Grafiken etc. Denn auch der Page-Speed ist ein wichtiger Rankingfaktor.

Digitale Sprachassistenten

Die Technik spricht immer häufiger zu uns beziehungsweise wir mit ihr. Die wichtigsten Sprachassistenten sind:

- Alexa für Amazon Echo, Echo Dot und Co.
- Siri für iPhone und Apple HomeKit
- Google Assistant für Google Home
- Cortana für Microsoft Sprachsteuerung mit PC-Anbindung
- Bixby für Samsung Smartphones

Laut Google werden jetzt bereits 20 Prozent aller Sachfragen über die Sprachsuche gestellt, die Tendenz für 2018 ist stark steigend. Aber auch Suchanfragen werden immer häufiger mündlich erfolgen – mit deutlichen Auswirkungen auf die Suchmaschinenoptimierung. Damit Webseiten gefunden werden, ist eine noch stärkere Ausrichtung auf die relevanten Suchbegriffe notwendig. Nur wer die Wortwahl seiner Kunden kennt und diese in seinen Texten online berücksichtigt, wird von den Sprachassistenten gefunden.

Benutzerfreundlichkeit

Der Begriff Usability fällt immer häufiger auch im Zusammenhang mit Webseiten. Stand früher das Design im Vordergrund, geht es jetzt darum, die Handhabung so einfach wie möglich zu machen – vor allem bei der mobilen Nutzung. Je besser das Webdesign auf die Nutzer abgestimmt ist, umso länger bleiben sie und interagieren mit ihr.

Kostenlose Analysetools wie Piwik oder Google Analytics geben unter anderem Auskunft über Sitzungsdauer, Seitenaufrufe und Absprungrate. Diese Werte sollten Unternehmer regelmäßig überprüfen, denn nur so erfahren sie, ob Benutzer die Webseite tatsächlich wie gewünscht nutzen. Und auch für Suchmaschinen ist die Aufenthaltsdauer ein wichtiger Rankingfaktor.

Content Marketing

Zeigen Sie Ihren Besuchern und Google, dass Ihre Webseite lebt! Und das Thema wird auch 2018 weiter an Bedeutung gewinnen. Denn nur wenn die Inhalte so aufbereitet sind, dass sie die Fragen und Bedürfnisse der Nutzer befriedigen, wird auch ein gutes Ranking bei den Suchmaschinen erreicht.

Dazu gehört, dass regelmäßig Beiträge veröffentlicht werden wie zum Beispiel News, Tipps, Produktvorstellungen, Mitarbeiterporträts, Best-Practice-Stories, Fachinformationen, etc.

Wichtige Links

Test: Ist Ihre Webseite für Mobilgeräte optimiert?

www.search.google.com/test/mobile-friendly

Test Page-Speed:

www.developers.google.com/speed/pagespeed/insights

Analoger Service

Internet of Things, sprachgesteuerte Geräte, künstliche Intelligenz – all dies nimmt zu und man könnte glauben, dass damit auch der Wunsch nach Service abnimmt. Ganz im Gegenteil: Selbst die Generation Y (geboren zwischen 1980 und 2000), die mit Self-Service und digitalen Angeboten groß geworden ist, will in Servicefragen den Kontakt zu „echten“ Menschen.

Kontaktmöglichkeiten wie Telefon und Mail sollten daher möglichst prominent auf der Webseite platziert sein, gegebenenfalls auch in Ergänzung mit einer Chat-Funktion, wo Kunden direkt mit dem Support online in Echtzeit kommunizieren können.



Claudia Mattheis
Geschäftsführerin
mattheis.Werbeagentur GmbH

www.mattheis-berlin.de