

After Sales Marketing per Website

Haben Sie eine Idee, was "*Original-Ersatzteile*" sein könnten?

Nein?

Auch ich tue mich schwer damit

Und doch ist das der dominierende Begriff, wenn man **bei Google nach Ersatzteilen sucht**, und zwar vom Maschinen- und Anlagenbau. Hier steht nicht der Kunde im Vordergrund, sondern der Versuch, etwas zu verkaufen.

Ein ziemlich hilfloser Versuch. Der zudem von Google nicht im Mindesten honoriert wird.

Dabei kann auch Ihr After-Sales-Marketing mit ein wenig know how (und etwas Fleiß) im Netz ganz vorne mitmischen.

Ohne besagte *Original-Ersatzteile*

Bei Google auf dem 1. Platz mit ... Ersatzteilen

Mittlerweile ist der Wettbewerb auch bei Ersatzteilen angekommen. Das liegt nicht zuletzt an der Transparenz durch das Internet. Jeder kann sich schon durch Bezeichnungen per Web-Suche einen Überblick über den Ersatzteil-Markt verschaffen.

Noch schützt die geringe Häufigkeit der Bedarfe zumindest Teile des Absatzes. Doch der Markt erodiert.



Daher gilt es auch für Sie, im Netz Präsenz zu zeigen. Selbst wenn loyale Kunden noch immer anzutreffen sind.

Aber auch das bröckelt, je weiter man sich von Deutschland entfernt. Denn mit dem Abstand fällt auch Ihr Haupt-Argument:

die schnelle Verfügbarkeit vor Ort

Doch das kann kein Grund sein, den Markt aufzugeben. Denn der Aufwand für ein gutes Ranking ist überschaubar.

Der Beitrag entstammt meinem Vortrag auf dem [Forum Ersatzteillogistik 2020](#).

Sie können das Manuskript auf der Seite [Download](#) herunterladen.



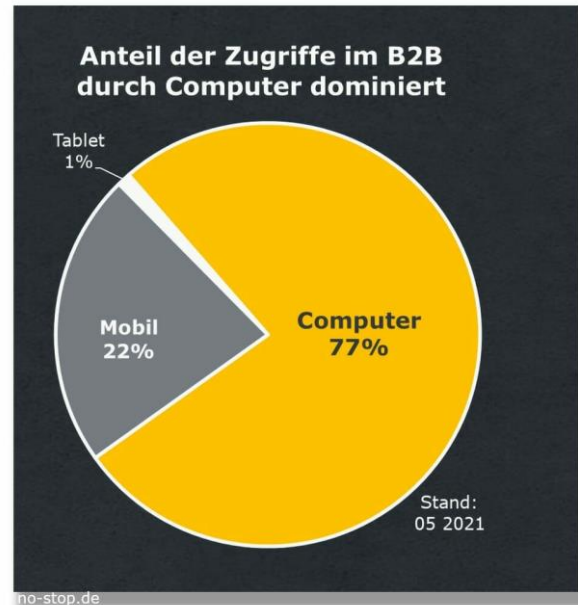


Im B2B ein Gerücht: "mobile first" Einfühlungsvermögen und Statistik erforderlich

Lassen Sie sich nichts einreden. Suchmaschinen-Optimierung ist keine Hexerei von 20-Jährigen. Das gilt auch für so ein anspruchsvolles Thema wie "mobile first". Davon ist, wie hier zu sehen, auch 2021 nichts zu merken.

Deshalb sind es im B2B vor allem zwei Elemente, die eine gute Wirkung im Internet bestimmen

- einfache statistische Ansätze und
- das Verständnis, was Suchende (Ihre Kunden?) tatsächlich wollen.



Dabei gilt für die Suche nach Ersatzteilen und zugeordneten Begriffen das gleiche, wie Sie es von der [Ersatzteil-Disposition](#) kennen. Die Zahlen sind eher klein, und auch alles andere als regelmäßig:

Suchbegriff in Google	Kategorie	Suchen / Monat	Wettbewerbu	Bezahlwerbung	
				von	bis
abc analyse ersatzteile	Kennzahlen	20	Gering	- €	- €
abc ersatzteile	Kennzahlen	40	Mittel	0,10 €	0,20 €
abschreibung ersatzteile	Bestand	10	Gering	- €	- €
bestandsmanagement ersatzteile	Bestand	0-10	Unbekannt	- €	- €
data driven ersatzteillogistik	Kennzahlen	10	Unbekannt	- €	- €
definition ersatzteil	Ersatzteil	0	Unbekannt	- €	- €
definition ersatzteile in din 31051	Ersatzteil	0	Unbekannt	- €	- €
din 24420 ersatzteile	Ersatzteil	10	Gering	- €	- €
ersatzteil definition	Ersatzteile	20	Gering	- €	- €
ersatzteil lager	Lager	110	Niedrig	0,06 €	0,28 €
ersatzteil pricing	Preis	20	Gering	2,97 €	3,00 €
ersatzteil service	Ersatzteile	170	Niedrig	0,80 €	0,95 €
Ersatzteilabwicklung	Ersatzteile	0-10	Unbekannt	- €	- €
ersatzteilbedarf	Bestand	10	Gering	- €	- €

no-stop.de

Suchbegriffe zu Ersatzteilen im After Sales Marketing

Damit steht Ihr After Sales Marketing wie immer anders da, als ein Marketer für Sneaker oder zuckerhaltige Sprudelgetränke.

Trotzdem müssen Sie präsent sein. Denn Ihr Wettbewerber vom grauen Markt ist schon längst im [After Market](#) präsent.



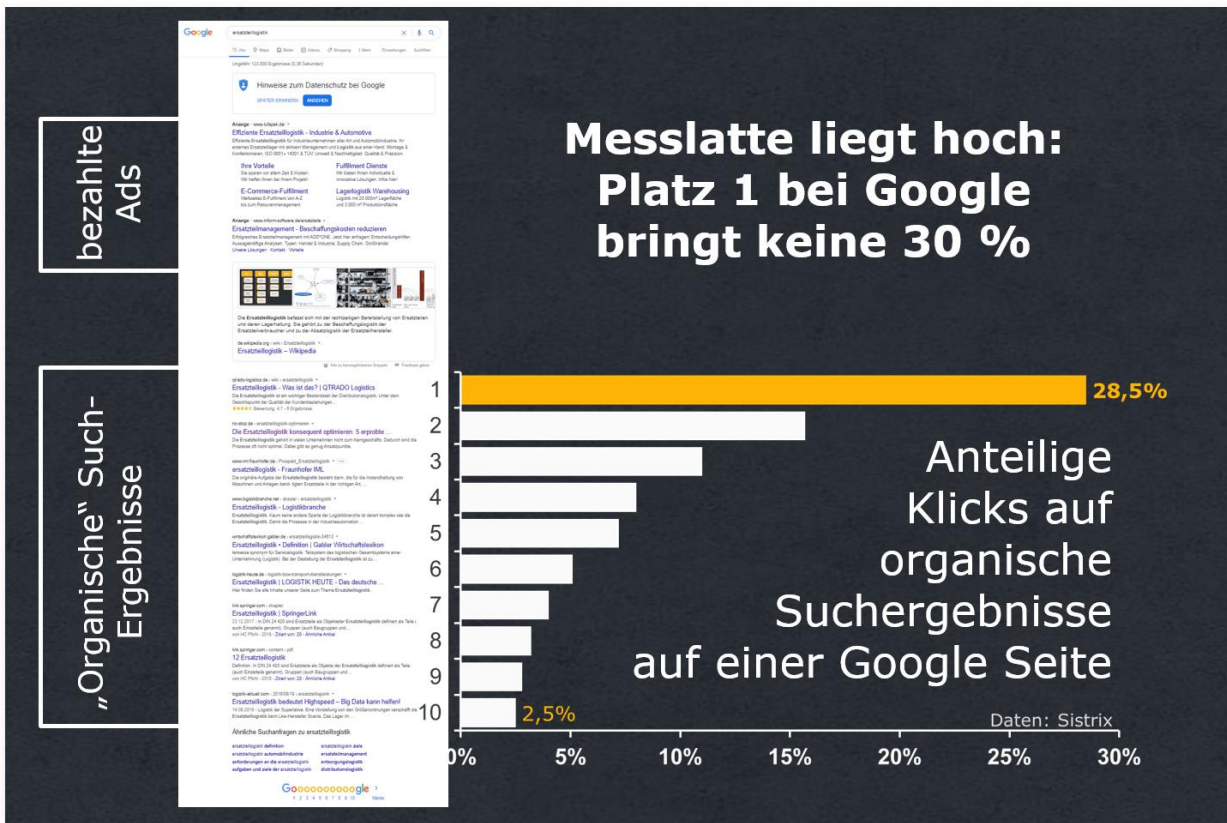
Wie wäre es, wenn Ihre Kunden einfach mehr Teile bei Ihnen kaufen wollen

[durch Workshop "Marketing" loslegen](#)

Statistik hinter dem After Sales Marketing im Netz

Um bei so wenigen Suchen im Netz zu bestehen müssen Sie sich auf **Ihre** Suchbegriffe konzentrieren. In jedem Ihrer Beiträge. Nur so weiß Google, wofür Ihre Website überhaupt steht. Wenn Sie es richtig gemacht haben, landen Sie auf Seite 1.

Und wenn Sie es richtig gut gemacht haben, dann sogar auf Platz 1:



Platz 1 bei Google bringt bestenfalls 30% der Seitenbesucher



Dabei muss es eigentlich Platz 1 bei Google sein. Denn nach einer Erhebung von [Sistrix](#) klicken auf Platz 2 kaum mehr halb so viele Suchende, wie auf Platz 1. Zum Ende der ersten Suchergebnis-Seite sind wir dann bei niedrigen 1-stelligen Prozentwerten.

Nehmen wir jetzt an, Sie hätten alles richtig gemacht:

- viel guter Text (Ihre Artikelnummern, [Bezeichnungen](#), [Marken-Namen](#)),
- die passenden Begriffe, die Ihre [Kunden auch tatsächlich suchen](#),
- interessante Bilder und auch Grafiken,
- womöglich Menschen, die Ihre Seite empfehlen, und sie deshalb verlinken,
- Überschriften sowie Ihre URL, die ebenfalls die gesuchten Worte beinhalten.

Dann müssen Sie nur noch auf den Google-Bot warten, damit der Ihre Seite hoch indexiert. Ihrem Platz 1 steht damit nichts mehr im Weg. Außer Ihr Wettbewerber natürlich.

Doch woher wissen Sie eigentlich, dass es Ihre [Sales Promotion für Ersatzteile](#) jetzt geschafft hat?

Regelkreis der Suchmaschinen-Optimierung

Google unterstützt nicht nur bei der Suche passender Such-Begriffe. Google hilft auch bei der Analyse. Ebenfalls kostenlos. Dadurch erhalten Sie ein Werkzeug, um Ihren Erfolg zu messen.

Leider ist es allerdings noch ein weiter Weg, um auch den monetären Erfolg zu messen. Schließlich sind wir lediglich den ersten Schritt gegangen.

Mittel der Wahl kann die [Search Console](#) sein. Allerdings gibt es etliche andere Lösungen, um das Ranking zu messen. Auch diese kosten meistens nichts.

Das bei allen Lösungen gezeigte Ranking gilt allerdings nur für tatsächlich durchgeführte Suchen. Und damit auch für Ihre eigenen Tests. Die wichtigste Erkenntnis daraus lautet:

Sie müssen keine perfekte Website abliefern.

Sie müssen lediglich besser sein als der Wettbewerb auf der Suchergebnis-Seite.

Deshalb lohnt ein wenig Internet-Recherche. Damit finden Sie heraus, warum



andere Seiten vor Ihrer stehen. Wenn Sie das wissen, können Sie Ihre Optimierung starten.

Dumm nur:

wenn Sie ehrgeizig sind, und es Ihre Zeit erlaubt, hört die Arbeit nicht auf

Ziel muss es sein, dass Sie für Ihren After Sales ein Marketing aufbauen, dass **Kunden Sie finden**.

Oder genauer:

dass diese an Ihrer Website vorbeikommen müssen

Ergebnis der Arbeit: ein ordentlicher Anteil der Suchergebnisse

Suchanfrage bei Google	Klicks	Impressionen	CTR	Position
ersatzteillogistik		790		11
ersatzteilmanagement		706		12
ersatzteilbeschaffung		340		4
ersatzteilgeschäft		151		6
definition ersatzteil		118		7
ersatzteilmanagement excel		91		7
lieferpflicht für ersatzteile		85		10
ersatzteilpreise		82		5
handy ersatzteil		67		38
ersatzteil definition		64		8
ersatzteile definition		61		7
definition ersatzteil maschinenba		60		4
klassifizierung ersatzteile		55		1
ersatzteillager aufbauen		50		4
ersatzteillager organisation		49		2
abc design ersatzteile		48		32
abc analyse ersatzteile		47		1
verschleiß- und ersatzteile		47		9
klassifizierung ersatzteile abc		46		2

Google Search Console unterstützt Ausrichtung des After Sales Marketings im Web



Webshop: Sagen Sie Google, was Sie eigentlich anbieten

Wenn Sie Ersatzteile über einen Webshop anbieten, stoßen Sie allerdings an Grenzen. Dann können Sie nämlich nicht mehr jedes einzelne Teil manuell in Texte einbauen. Das muss Ihre Shop-Software erledigen. Das gilt selbst dann, wenn Ihr Shop nur mit einer Anmeldung zur Verfügung steht.

Woher soll Google eigentlich wissen, dass Sie dieses Teil auch tatsächlich anbieten?

Ihre Wettbewerber mit gut geführte Ersatzteilshops haben weniger Hemmungen. Das können Sie selbst testen, indem Sie eine Ihrer Ersatzteilnummern im Internet suchen. Häufig landen Sie auf inhaltsarmen Seiten. Aber immerhin existieren die. Und diese Seiten gäbe es nicht, wenn sich nicht jemand davon Geschäft verspräche.

Das können Sie besser. Sie müssen auch nicht gleich mit dem Preis winken. Schließlich wollen Sie Ihre [Hochpreispolitik](#) für Ersatzteile verteidigen. Trotzdem sollte es für Sie ein Leichtes sein, bei Google auf Platz 1 zu landen.



Werbung für After Sales Services ankurbeln: Direktmarketing und erfolgreiche Präsenz in elektronischen Medien

[zu Ihrem Projekt
"After Sales Marketing"](#)

Menschen im After Sales Marketing als Zielgruppe

Auch wenn Sie Google überzeugen, haben Sie noch keinen Menschen dazu gebracht, auf "Ihr" Such-Ergebnis zu klicken. Dazu gehört durchaus etwas Finesse. Dazu können Sie Google vorschlagen, wie der Suchergebnis-Text aussehen soll. Hier sind Sie als Werbetexter für After Sales Marketing gefragt. Denn Sie müssen nicht nur die Such-Intention erraten. Und beantworten natürlich. Sie müssen außerdem die Fantasie der Suchenden so anregen, dass genau Ihre Website sie weiterbringt.




Die Organisation im Hintergrund erledigt zum Beispiel [Yoast](#), ein Plugin für WordPress:

Service-Techniker zur Verkaufsförderung im After Sales einsetzen

<https://no-stop.de/verkaufsfoerderung-im-after-sales-durch-service-technik...> ▼

Service-Techniker arbeiten ständig im Einsatz bei und mit Kunden. Damit stehen sie für einen der wichtigsten Kanäle zur **Verkaufsförderung**. Schon durch...

 Code-Schnipsel bearbeiten

SEO Titel

 Codeschnipsel-Variable einsetzen

Service-Techniker zur Verkaufsförderung im After Sales einsetzen

Permalink

verkaufsfoerderung-im-after-sales-durch-service-techniker

Meta-Beschreibung

 Codeschnipsel-Variable einsetzen

Service-Techniker arbeiten ständig im Einsatz bei und mit Kunden. Damit stehen sie für einen der wichtigsten Kanäle zur Verkaufsförderung. Schon durch ...

Yoast unterstützt das angezeigte Suchergebnis (SERP) für Sales Promotion

Sie erraten es womöglich schon. Bei diesem Beitrag geht es um [Verkaufsförderung](#) durch Kundendienst-Techniker. In dem Fenster oben werden Google die Texte vorgeschlagen, die Sie bei Suchen (hoffentlich) sehen. Außerdem wird die URL festgelegt. Das ist der lesbare Text in der Adresszeile Ihres Browsers.

Diese Elemente müssen passen. Das sind nämlich Ihre Köder, damit Suchende genau auf Ihr Suchergebnis klicken.

Und genau diesen Erfolg sollten Sie messen



Tatsächliche Besuche auf Ihre Website messen

Starten wir mit einer Analogie. Was definiert ganz maßgeblich den Umsatz in einem Laden?

Es sind

- die Anzahl der Besucher
- deren Verweildauer im Geschäft.

Das ist auf Ihrer [Webseite](#) nicht anders. Und deshalb muss die Messung dieser beiden Größen im Mittelpunkt Ihres [After Sales Marketing](#) im Netz stehen.

Was die meisten Internet-Benutzer dabei nur erahnen, wird hier transparent. Denn bei jedem Seiten-Besuch hinterlassen wir alle etliche Spuren. Nicht zuletzt hat das die Datenschützer auf den Plan gerufen. Daher müssen Sie bei erstem Aufruf einer Seite den lästigen Cookie-Banner ertragen. Allerdings sind Sie auch ohne Cookie erkennbar. Denn praktisch alle relevanten Daten muss Ihr Server sowieso speichern. Dann ist es doch einfacher, wenn Sie die allzu bequemen Tools, wie [Google Analytics](#), nutzen.

Die Urteile des **Bundesgerichtshofs zum Widerspruch gegen Cookies** und des **Europäischen Gerichtshofs** von 2022 lassen das Vorgehen wie hier gezeigt fragwürdig erscheinen. Insbesondere die Datenübertragung personenbezogener Daten in die USA durch Analytics könnte rechtswidrig sein.

Empfehlung daher:

Nutzung anderer Tools

Das sieht für die Einstiege auf Ihre Webseite zum Beispiel so aus:

Ort ?	Seite ?	Quelle/Medium ?	Betriebssystem ?
1. Graz	/projekt-neue-ersatzteil-preisliste/	google / organic	Windows
2. Zurich	/branding-bei-ersatzteilen-steigert-after-sales-umsatz/	google / organic	Windows
3. Berlin	/abc-analyse-ersatzteil-umsatz/	google / organic	Windows
4. Berlin	/glasscheiben-verpacken/	google / organic	iOS
5. Heilbronn	/klassifikation-ersatzteile/	google / organic	Windows
6. Schwabisch Hall	/klassifikation-ersatzteile/	google / organic	Windows
7. Jettingen-Scheppach	/bestandsoptimierung-von-ersatzteilen/	google / organic	Windows
8. Hamburg	/glasscheiben-verpacken/	google / organic	iOS
9. Trier	/abc-analyse-ersatzteil-umsatz/	google / organic	Windows
10. Saarbrücken	/zentralisierung-ersatzteillistik/	google / organic	Windows
11. Bad Rappenau	/bestandscontrolling-von-ersatzteilen/	google / organic	Windows
12. Leonberg	/spare-parts-pricing/	google / organic	Windows
13. Lingen	/marktpotenzial-fuer-ersatzteile-ausbauen/	google / organic	Windows

no-stop.de



Besucher auf der Seite halten: Wie lange geblieben? Wie viele Seiten aufgerufen?

Der Einstieg ist allerdings nur die halbe Wahrheit. Jetzt müssen Sie den Leser tiefer in Ihre Website hineinziehen. Das klappt jedoch nicht, wenn Sie über sich selbst schreiben. Stattdessen sprechen Sie die [Sprache des Kunden](#). Je länger Ihr Leser Interessantes liest, desto größer die Kundenbindung. Dazu müssen Sie so spezifisch auf Kundenbedürfnisse eingehen, wie möglich. Werbung im eigentlichen Sinn tritt in den Hintergrund.

Sie selbst mögen die schließlich auch nicht

Ob Sie dabei erfolgreich waren, können Sie dann in einer anderen Ansicht beurteilen. Doch seien Sie nicht enttäuscht, wenn es zunächst mit ziemlich kleinen Zahlen losgeht:

Ort	Seite	Seitenaufrufe	Einzelne Seitenaufrufe	Durchschn. Zeit auf der Seite	Einstiege
		184 % des Gesamtwerts: 100,00 % (184)	171 % des Gesamtwerts: 100,00 % (171)	00:00:59 Durchn. für Datenansicht: 00:00:59 (0,00 %)	126 % des Gesamtwerts: 100,00 % (126)
1. (not set)	/chaotische-lagerhaltung-in-ersatzteil-lagern/	1 (0,54 %)	1 (0,58 %)	00:00:00	1 (0,79 %)
2. (not set)	/ersatzteillogistik-optimieren/	1 (0,54 %)	1 (0,58 %)	00:00:15	1 (0,79 %)
3. (not set)	/optimierung-in-ihrem-ersatzteillager/	1 (0,54 %)	1 (0,58 %)	00:00:00	0 (0,00 %)
4. (not set)	/after-sales-promotion/	2 (1,09 %)	1 (0,58 %)	00:00:02	0 (0,00 %)
5. (not set)	/ersatzteillogistik-optimieren/	1 (0,54 %)	1 (0,58 %)	00:01:08	0 (0,00 %)
6. (not set)	/klassifikation-ersatzteile/	1 (0,54 %)	1 (0,58 %)	00:00:00	1 (0,79 %)
7. (not set)	/kompetenz-after-sales-2-2/	1 (0,54 %)	1 (0,58 %)	00:00:46	0 (0,00 %)
8. (not set)	/marktpotenzial-fuer-ersatzteile-ausbauen/	4 (2,17 %)	1 (0,58 %)	00:01:38	1 (0,79 %)
9. (not set)	/lagerkapazitaet-fuer-ersatzteile-steigern/	1 (0,54 %)	1 (0,58 %)	00:00:00	1 (0,79 %)
10. (not set)	/branding-bei-ersatzteilen-steigert-after-sales-umsatz/	1 (0,54 %)	1 (0,58 %)	00:00:00	1 (0,79 %)

Einzelzugriffe ergeben Gesamtbild für After Sales Marketing im Web

Denn Sie erinnern sich. Schon die Anzahl der Suchen pro Monat ist ziemlich klein. Davon klickt im besten Fall ein Drittel auf "Ihr" Suchergebnis. Wiederum davon springt mehr als die Hälfte sofort wieder zurück zur Suche. Selbst die, die dann noch bleiben, versuchen es erst gar nicht mit Ihrem Kontaktformular. Oder einem Anruf. Und auch die Anmeldung zu Ihrem Shop wird leider allzu oft ignoriert.

Letzteres zu optimieren sprengt hier jedoch den Rahmen. Mehr dazu an anderer Stelle



Sie wollen mit Ihren **Ersatzteilen** auch im Web die Nummer 1 sein?

Dann sollten Sie die Best Practices für eine Suchmaschinen-Optimierung umsetzen.

Warum also nehmen Sie nun nicht einfach unverbindlich und kostenlos **Kontakt** zu mir auf?

Denn als erfolgreicher [Marketing-Berater für den Maschinenbau](#) kann ich Sie bei der Einführung von Internet-Werbung und auch der Optimierung Ihres Web-Auftritts unterstützen.



Diplom-Ingenieur

Andreas E. Noll

Am Hang 12
61476 Kronberg

"Nutze Deine Zeit, sie kommt nie wieder"-
Ivan Blatter



Andreas.Noll@no-stop.de



[+49 160 581 97 13](tel:+491605819713)