



## **Transparenz zwischen SEO-Agentur und Kunde**



## Transparenz im Verhältnis zwischen SEO-Agentur & Kunde

1. Transparenz im Web
2. Transparenz in Erstgesprächen und Angeboten
3. Transparenz in OnSite-Optimierung
4. Transparenz im OffSite-Marketing
5. Transparenz bei Rückfragen
6. Chancen hoher Transparenz
7. Risiken hoher Transparenz
8. Anspruch auf Transparenz
9. Eigene Erfahrungen
10. Schlussfolgerungen

**transparenz**  
**schafft**  
**akzeptanz**



## Transparenz im Verhältnis zwischen SEO-Agentur & Kunde

### 1, Transparenz im Web – Websites & Blogs

- Viele Agenturen-Websites ...
  - plappern wild in Fach-Chinesisch
  - werben mit erreichten Web-Platzierungen
  - Machen Versprechen, die SEO nie halten kann  
„So verdoppeln Sie Ihren Umsatz und halbieren die Kosten.“
- **Positives Gegenbeispiel:** Immer mehr SEO-Blogs mit verständlichen Artikeln und sinnvollen Themen – ganz ohne „SEO ist tot“-Hysterie  
=> SEOKRATIE.de/blog => SEO-Trainee.de => SEO-United.de/blog

**I understand  
only train station**



## Transparenz im Verhältnis zwischen SEO-Agentur & Kunde

### 1, Transparenz im Web – Mitgliedschaften, Qualitätssiegel, Speaker-/Sponsor-Logos

- Deutsche sind geil auf Zertifikate  
=> Sind Zertifikate wirklich Spiegelbild von Qualität & Seriosität?
- Was bringen Siegel & Rankings  
=> Wer macht bei welchem Anbieter mit und warum?
- Speaker / Sponsor auf Konferenzen  
=> Lohnt die „Ochsentour übers Land“?



140



65



28



190



17



100



## Transparenz im Verhältnis zwischen SEO-Agentur & Kunde

### 2, Transparenz in Erstgesprächen und Angeboten

- Angebote ohne Vorgespräch sind für beide Seiten riskant
  - => eine Website-Analyse kann dieses Gespräch nicht ersetzen
  - => Bietet noch irgendwer SEO-Standard-Pakete an?
- Vorgespräch sollte realistische Aussichten vermitteln
  - => SEO ist ein Prozess und kein Projekt – OnSite + OffSite
  - => nur „ganzheitlich strategische“ Ansätze werden Erfolg bringen
- Angebot muss Vorgespräch zusammenfassen und „Fahrplan“ bepreisen
  - => realistischer Zeithorizont: alles bis 6 Monate finde ich schwierig !!





## Transparenz im Verhältnis zwischen SEO-Agentur & Kunde

### 3, Transparenz in OnSite-Optimierung

- Hier ist Service = Schulung = Wissenstransfer
- Kunde muss in die Lage versetzt werden, OnSite-SEO zu verstehen  
=> Kunde muss lernen, SEO-gerecht zu publizieren
- Metadaten sind nicht mehr genug = SEO ist MEHR  
=> Benutzerfreundlichkeit, Conversion-Optimierung  
=> Das Soziale des WWW muss dem Kunden begreiflich gemacht werden





## Transparenz im Verhältnis zwischen SEO-Agentur & Kunde

### 4, Transparenz im OffSite-Marketing

- Ganz schwierige Nummer für viele Agenturen
- Linkbuilding findet teilweise sehr intransparent statt
  - => 1. Argument: „Unser gut behütetes Betriebsgeheimnis“
  - => 2. Argument: Angst vor Enttarnung des Link-Netzwerkes
- DOCH: Wer's bezahlt, dem gehört es auch! Oder nicht?!
- UND: Wer Angst vor Enttarnung hat, spielt mit dem Business des Kunden?!

**Wahrheit**  
falsch richtig  
was ist Wahrheit ?





## Transparenz im Verhältnis zwischen SEO-Agentur & Kunde

### 5, Transparenz bei Rückfragen

- Ein SEO zum anderen: „Und du betreust gar keine Kunden-Projekte mehr?“  
Antwort: „Nee! Diese ewige Rückfragerei – und immer muss man dasselbe erzählen – und ständig diese unterschwellige Unzufriedenheit. Fürchterlich!“
- Kunden wollen verstehen, es gelingt ihnen aber nicht immer.
- Kunden wollen wissen, was für ihr gutes Geld gemacht wird.
- Kunden mögen Agenturen nicht  
=> Misstrauen zu Anfang sehr groß
- Ohne das Talent, komplizierte Dinge einfach erklären zu können, geht nix  
=> Man muss das Lehrer-Gen haben







## Transparenz im Verhältnis zwischen SEO-Agentur & Kunde

### 6, Chancen hoher Transparenz

- Man kann den Kunden infizieren  
=> SEO & Onlinemarketing gelingen erst MIT dem Kunden
- Versteht der Kunde die Zusammenhänge, versteht er auch die Rechnung ☺
- Wer in der Startphase eines Projekts Zeit in Transparenz-Gespräche investiert, kriegt im späteren Projektverlauf viel Zeit geschenkt
- Kunden, die verstehen, empfehlen weiter:  
=> wie eine Horde Außendienstmitarbeiter ☺





## Transparenz im Verhältnis zwischen SEO-Agentur & Kunde

### 7, (Vermeintliche) Risiken hoher Transparenz

- Der Kunde zapft mein Wissen ab und ist danach weg!  
=> Wieviele Kunden sind dazu wirklich in der Lage?
- Ich züchte mir doch nicht meine eigene Konkurrenz groß  
=> Ist das wirklich so? Nicht jeder kann/will selbstständig sein!  
=> By the way: Wie lösen wir Nachwuchssorgen in der Branche?
- Was, wenn der Kunde alles ausplaudert?  
=> Welche Geheimnisse kann er ausplaudern?  
=> Und ... wem gegenüber – Google etwa?





## Transparenz im Verhältnis zwischen SEO-Agentur & Kunde

### 8, Gibt es einen Anspruch auf Transparenz?

- JA – der Kunde hat Anspruch auf die Transparenz, die er möchte!
  - => Wer die Sause zahlt, wird ja wohl nach Details fragen dürfen.
  - => Niemand kauft „die Katze im Sack“ ... Vertrag hin oder her!
  - => Und ... wieviele Kunden wollen es denn wirklich genau wissen?
- Außerdem: SEOs sind Dienstleister!
  - => Es ist Teil des Service-Gedankens, auf Kundenfragen zu antworten.





## Transparenz im Verhältnis zwischen SEO-Agentur & Kunde

### 9, Meine eigenen Erfahrungen mit Transparenz im SEO-Alltag

- Wir haben Transparenz zum Geschäftsmodell gemacht!  
=> individuelle Workshops & Seminare mit wochenlanger Wartezeit  
=> hohe Empfehlungsquote, gerade auch aus offenen Vorträgen
- Erfolgserlebnisse überwiegen => SEO-Profi-Berlin.de >> Referenzen
- Beratungsversager lassen sich nicht verhindern;  
aktualisierte SEO-Profi Projekt-Statistik:

140 Projekte aus 2009 – 2012

36 % Beratungsversager

43 % Projekte abgeschlossen

21 % Bestandskunden





## Transparenz im Verhältnis zwischen SEO-Agentur & Kunde

### 10, Und was sind meine Schlussfolgerungen aus alledem?

- Man muss persönlich, kompetent und sympathisch überkommen!
- Man muss komplizierte Dinge sehr einfach erklären können!
- Man muss trotzdem „Tacheles reden“!
- Man muss SEO vom Marketing her denken!
- Man muss auf Augenhöhe sein!
- **Wer Transparenz nicht will, wird scheitern!**





## 10 Jahre dskom in Berlin - Onlinemarketing-Experte seit 2002

- [www.SEO-Profi-Berlin.de](http://www.SEO-Profi-Berlin.de)
- [sd@SEO-Profi-Berlin.de](mailto:sd@SEO-Profi-Berlin.de)
- [www.twitter.com/dskom](http://www.twitter.com/dskom)
- [www.facebook.com/SEO.Profi.Berlin](http://www.facebook.com/SEO.Profi.Berlin)
- [plus.google.com > SEO Profi Berlin](https://plus.google.com/SEO-Profi-Berlin)
- [xing.com/profile/Sven\\_Deutschlaender](http://xing.com/profile/Sven_Deutschlaender)



Sven Deutschländer  
SEO Profi Berlin @ dskom GmbH

Stockholmer Straße 31, 13359 Berlin  
Tel.: 030 4990 7084  
Fax: 030 4990 7085

