

DER GEHEIME ERFOLGSRATGEBER

MIKRO- NISCHEN



RECHTLICHER HINWEIS

Dieses Buch ist © urheberrechtlich geschützt.

Sie dürfen dieses Buch weder verkaufen, noch verschenken, öffentlich anzeigen oder in irgendeiner Form vertreiben.

Es wurden alle Versuche unternommen um die Richtigkeit der Informationen in dieser Publikation zu gewährleisten. Der Autor dieser Publikation übernimmt keinerlei Haftung für Fehler, Auslassungen, gegensätzliche Darstellungen in dieser Information oder gar Schäden und Kosten die dadurch entstanden sind.

Aufgrund der sich schnell wandelnden Natur des Internets übernimmt der Autor zu keiner Zeit Gewähr für die Vollständigkeit und Richtigkeit der Inhalte

Dieses Buch ist nicht als rechtlicher, geschäftlicher oder finanzieller Ratgeber ausgelegt. Alle Leser werden darauf hingewiesen dafür die Dienstleistungen von kompetenten Fachleuten in rechtlichen, geschäftlichen oder finanziellen Bereichen in Anspruch zu nehmen.

Wenn in diesem Buch gelegentlich Beispiele aus der Vergangenheit verwendet werden dienen diese nur zu Beispielszwecken. Es werden keine Garantien abgegeben, dass der Leser **bei Anwendung dieser Techniken dieselben Erfolge haben wird.**

Der Autor übernimmt weder die Verantwortung noch Haftung dafür, was Sie aus diesen Informationen machen. Nutzen Sie Ihr eigenes Urteilsvermögen.

Jede Ähnlichkeit mit spezifischen Leuten oder Organisationen und jede Ähnlichkeit mit lebenden, toten, oder anders realen oder fiktiven Personen ist in keiner Weise beabsichtigt.

In praktischen Ratgebern, wie auch bei allem anderen im Leben, werden keinerlei Einkommensgarantien gemacht. Die Leser werden darauf hingewiesen, sich ihr eigenes Urteil zu bilden und den individuellen Umständen entsprechend zu handeln.

Wir empfehlen Ihnen, dieses Buch auszudrucken, um das Lesen zu erleichtern.

Nutzen Sie diese Informationen auf Ihr eigenes Risiko.

Inhalt

Einleitung	3
Was ist ein Nischenmarkt?	5
Vorteile einer Mikronische und Nischenmarketing	
Wie Sie Keywords nutzen	
Wie Sie Backlinks nutzen.....	19
Wie können Sie an Mikronischen Webseiten Geld verdienen?	19
Typen von Mikro Nischen Software.....	36
Wie Internet Mikro Nischen Marketing Software funktioniert?	37
Mikro Nischen Finder	37
Ihre Vorteile wenn Sie den Mikro Nischen Finder einsetzen	453
Warum es keine gute Idee ist nur auf ein einziges Keyword abzuzielen	475
Zusammenfassung	51

Einleitung

In einer Wirtschaft, die sich anscheinend in einer dauerhaften Abwärtsspirale befindet (ein Sturzflug ist nicht dauerhaft!), müssen Geschäftsinhaber neue Wege erschließen, um ein Einkommen aus verschiedenen Nischen zu generieren. Das Internet ist voller immenser Möglichkeiten für Hoffungsvolle, genau das zu tun. Und genau da kommt das Mikronischen-Marketing ins Spiel.



Diese spezielle Art von Marketing schlägt gerade Wellen in der Welt der online-Geschäfte. Warum? Die Flexibilität, die diese Geschäftsstrategie angehenden Unternehmern bietet, ist mit keiner anderen Marketing-Strategie vergleichbar. Mit anderen Worten, sogar Neulinge im Internet-Marketing können große Erfolge haben, wenn sie diese Strategien anwenden.

Dieses Buch vermittelt Ihnen alles, was sie über dieses Marketing-Bonanza wissen müssen. Darüber hinaus lernen Sie auch die einzigartigen Nischenmarketing-Strategien und die Werkzeuge kennen, die die Online-Unternehmen auf die Landkarte bringen. Sie erfahren auch, wie Sie aus dem Verhalten der Konsumenten Verkäufe generieren und Ihre Nische mittels Mikro-Marketing vermarkten können. Auch erfahren Sie, wie Sie mit diesen Marketing-Strategien Geld verdienen ohne dabei selber Geld in die Hand zu nehmen.

Was ist ein Mikro-Nischen-Markt?

Was ist ein Nischen-Markt?

“Nischenmarketing ist die Fähigkeit eines Verkäufers, Produkte oder Dienstleistungen zu fördern und an Konsumenten zu verkaufen.”

Nischenmärkte können sich durch die Geografie, die Kultur, das Geschlecht, die ethnische Zugehörigkeit, die sexuelle Orientierung, etc. voneinander unterscheiden. Egal welche Zielgruppe, Nischenmarketing richtet seine Bemühungen darauf, was dieser Markt wollen könnte, und will die häufigsten Bedürfnisse dieser bestimmten Kundengruppe abdecken. Bemühungen darauf herauszufinden was dieser Markt wollen könnte, und darauf die häufigsten Bedürfnisse dieser bestimmten Kundengruppe



abzudecken.

Es ist nicht verwunderlich, dass manche Märkte einen Zielmarkt benennen, um damit zu arbeiten. Anders als die weit verbreitete Meinung ist diese Marketing-Taktik tatsächlich einfacher. Sich auf eine spezifische Nische zu konzentrieren, erspart dem Internet-Marketer eine Menge Arbeit und kann den wachsenden Ansprüchen der Kunden gerecht werden, während sichergestellt ist, dass die Dienstleistungen und Produkte, die zu Ihrer Nische passen, immer verfügbar sind.

“Haben Sie erst einmal eine Nische gefunden und entscheiden sich, darin einzusteigen, dann ist der beste Ansatz, Marketing-Strategien zu verwenden, die spezifisch zu dieser Kundengruppe passen.”

Der richtige Ansatz für die richtige Nische wird sicherstellen, dass die Produktgruppe für diese bestimmte Nische nützlich ist und mehr Vorteile bietet, als irgendeine andere Produktlinie auf lange Sicht hinaus.



Vorteile einer Mikro-Nische und Nischenmarketing

Nischen oder Mikro-Nischen-Marketing ist eine großartige Möglichkeit, um einen spezifischen Konsumentenmarkt aufzudecken, der wegen des geringeren Volumens vielleicht übersehen oder ignoriert wird. Zum Beispiel werden große Unternehmen aus der Telekommunikation einen kleineren (potentiellen) Kundenstamm eher ignorieren, der sich, sagen wir mal, auf Nonprofit-Organisationen ausrichtet.

“Kunden einer vertrauensbasierten Nonprofit-Organisation, wären zum Beispiel nicht an dem interessiert, was eine solche Firma zu verkaufen hätte, es sei denn, sie würde ihre Verkaufsstrategie an deren Charakter anpassen.”

Mit anderen Worten, Nischen oder Mikro-Nischen-Märkte stellen sich der Aufgabe, mit einzigartigen Produkten und Dienstleistungen die Kundenwünsche in dieser bestimmten Nische zu befriedigen.

Zum Beispiel können schlaue Vermarkter auf lokaler Ebene eine Nische anzapfen und ihre



Marketing-Strategie soweit anpassen, dass sie die Bedürfnisse der Kunden abdeckt und so ihr Vertrauen gewinnt.

➤ Nischen-Marketing v/s Massen-Marketing

Wer einen Massenmarkt bearbeitet, muss ein Produkt besitzen, das nahezu jeder Kundentyp kaufen möchte. Dies ist der Grund, weshalb eine Massenmarktstrategie eher die Marke fördert und bewirbt, als das Produkt an sich. Der Ansatz des Massenmarketings konzentriert sich zum Beispiel darauf, alle Dell-Produkte zu verkaufen, statt nur die Laptops, für die die Firma so bekannt ist, selbst wenn der Kunde in der Tat beabsichtigt, ein Dell-Laptop zu kaufen. Große Unternehmen neigen dazu, solche Produkte mittels zielgerichteter Marketingtechniken zu verkaufen.

Nischenmärkte beinhalten nur einen speziellen Typ von Konsument, es handelt sich um ein kleines Segment eines größeren Marktes, der normalerweise von einem Unternehmen bedient wird, das eine Massenmarketing-Strategie nutzt. Wie auch immer, der Hauptvorteil eines Nischenmarktes ist, dass die Konsumenten normalerweise bereit sind, mehr für ein Produkt auszugeben, das genau ihren Vorstellungen entspricht.

“Unternehmen neigen auch deshalb dazu, Nischenmarketing zu nutzen, da der Wettbewerb durch andere Firmen geringer ist.”

Anders gesagt, wenn ein Marketer eine Nische auf diesem Weg vermarktet, bedeutet das normalerweise erhöhte Gewinne. Die Tatsache, dass wenig Wettbewerb herrscht, ist ein zusätzlicher Vorteil. Eine effektive Nischenmarketing-Strategie bedeutet also, dass ein Marketer in der Lage ist, seine Kunden für eine längere Zeit zu halten. Im seltenen Fall, dass ein Nischenvermarkter einen Kunden an die Konkurrenz verliert, wird der Verlust nicht so groß sein, weil der potentielle Gewinn pro Kunde überschaubar ist. Mit anderen Worten, Sie werden keinen umsatzstarken Kunden verlieren, da diese Art von Marketing in kleineren Dimensionen stattfindet.

Das vielleicht Beste am Nischenmarketing ist, dass es auf fast alle Arten von Geschäften angewendet werden kann. Zum Beispiel können sich Immobilienmakler auf Apartment-Häuser statt auf Einfamilienhäuser konzentrieren. Die Möglichkeiten sind nahezu unbegrenzt.

“Ein Buchladen könnte sich auf einen Nischenmarkt mit einem bestimmten Autor konzentrieren. Eine Kosmetikfirma könnte sich auf Frauen einer bestimmten Altersgruppe einstellen, so, dass deren Produkte für jede Altersgruppe anwendbar sind ungeachtet dessen, wo diese Frauen leben.”

Mikro-Nischen-Marketing

Eine Mikro-Nische ist, wie es der Name schon andeutet, auf einer noch kleineren Skala als das Nischenmarketing. Anders ausgedrückt, Mikro-Nischen-Marketing basiert auf dem Marketing auf nur einem Segment eines Nischenmarktes.

Zum Beispiel

1. **Massen-Markt** – Wir verkaufen Samsung Produkte.
2. **Nischen-Marketing-Taktik** – Wir verkaufen Samsung Kühlschränke.
3. **Mikro-Nischen-Marketing** – Wir verkaufen Samsung Kühlschränke in Frankfurt.

Sehen Sie das Bild? Einen Nischenmarkt aufzufinden, könnte den Wettbewerb beseitigen, jedoch kann sich ein Nischenmarkt gerade für angehende Online-Unternehmer als nützlicher erweisen. Wenn Sie in einem Nischenmarkt eine noch kleinere Untergruppe definieren und die zu genau

Die Verbraucher neigen eher dazu, ihren eigenen Empfehlungen zu vertrauen, als den allgemeinen Informationen ihrer Mitbewerber, die auf eine größere Zielgruppe ausgelegt sind.

dieser Kundengruppe passenden Produkte finden, haben Sie eine Mikro-Nische an der Hand. Wenn Sie noch unsicher sind, was Sie an einer kleineren Version des Nischenmarktes hervorheben wollen, dann haben wir hier ein paar Ideen.

1. Glaubwürdigkeit

Der Bereich Ihrer Spezialisierung wird eingeschränkt, wenn Sie an einer Mikronische arbeiten. Das kann Ihnen einen Vorteil gegenüber anderen Nischen verschaffen. Da Sie nur auf eine spezielle Untergruppe Ihrer Nische abzielen, werden sich die Kunden mehr an Ihre Empfehlungen halten.

Warum? Die Verbraucher neigen eher dazu, ihren eigenen Empfehlungen zu vertrauen, als den allgemeinen Informationen Ihrer Mitbewerber, die auf eine größere Zielgruppe ausgelegt sind.

Sich auf einen speziellen Fachbereich zu konzentrieren, wird Ihnen helfen, langfristige Beziehungen zu Ihren Kunden aufzubauen, die genau das Produkt oder die Dienstleistung gesucht haben, die Sie anbieten.

2. Lassen Sie die Konkurrenz im Staub liegen

Sie können auch nur ein einziges Portfolio von Produkten und Dienstleistungen haben, wenn Sie Ihr Geschäft in einer Mikro-Nische vermarkten. Bedenken Sie, dass die Spezialisierung der Schlüssel ist. Ihre

Konkurrenz mag sich auf dieselbe Nische wie Sie konzentrieren, aber während diese ihren Markt ebenfalls ausweiten möchten, wird der Mangel an Spezialisierung sie aus dem Gleichgewicht bringen.

3. Genießen Sie mehr ROI

ROI bedeutet soviel wie “return on investment.” (Das Geld das aus Ihren Investitionen wieder zurück fließt) Das Beste am Mikro Nischen Marketing ist dass es Ihnen den grossen Vorteil erlaubt



höhere Preise zu verlangen für Ihre Produkte und Dienstleistungen.

“Spezialisierung in allem hat seine Vorteile. Es erlaubt Ihnen, sich als Experte zu positionieren, in was auch immer Sie verkaufen. Die Kunden fühlen sich bei jenen Firmen wohl, von denen sie qualitativ hochstehende Informationen und Produkte erhalten – und die ihnen glaubwürdig erscheinen.”

Wenn Sie sich bereits als Experte in Ihrem Bereich etabliert haben, können Sie sich darauf konzentrieren, Ihre Marke aufzubauen. Alles, was Sie tun müssen, ist sich darauf zu konzentrieren, dass Ihre Produkte oder Dienstleistungen in den Köpfen Ihrer Kunden eine Spitzenposition einnehmen.

“Ihre Kunden werden bald Ihren Namen mit der Nische verbinden, die Sie fördern. Auf diese Weise werden viele immer wieder zurückkehren.”

Mikro-Nischen-Marketing kann Ihnen auch helfen, eine Beziehung zu Schlüsselkunden effizienter aufzubauen. Das ist auf jeden Fall besser, als ständig auf Verkäufe aus zu sein.

Dies erspart Ihnen auch den Aufwand, mit größeren Firmen konkurrieren zu müssen, die ihren Markennamen bereits in ihrem breiten Markt etabliert haben. Natürlich verfügen diese Unternehmen über ein größeres Marketing-Budget, das ihnen erlaubt, bei der Konkurrenz die Nase vorn zu haben. Allerdings haben Sie etwas, was diese nicht haben – **Spezialisierung**, auch

Denken Sie daran, es ist in einem eingeschränkten Nischenmarkt einfacher, mit den neuesten Trends und Events mitzuhalten, als in einem Mainstream-Markt oder einer Unternische.

wenn jene den Anspruch haben, alles unter der Sonne zu verkaufen.

4. Bleiben Sie mit den neuesten Trends auf dem Laufenden

Ein anderer Grund, weshalb Mikro-Nischen-Marketing eine bessere Alternative zu Mainstream-Marketing ist: Sie haben freie Hand Produkte zu erstellen, an die noch keine führende Marke gedacht hatte.

Konzentrieren Sie Ihre Marketing-Aktivitäten auf ein einzelnes Marktsegment, können Sie auch eine spezifische Zielgruppe von Kunden ansprechen.

► Was sind Mikro-Nischen-Webseiten?

Mikro-Nischen benötigen trotz ihrer Erscheinung dennoch konsequentes und zielgerichtetes Marketing. Und der einzige Weg, wie Sie das erreichen, ist durch eine Mikro-Nischen-Webseite. Das Konzept für eine solche Webseite ist ziemlich simpel. Alles was Sie tun müssen, ist, eine kleine Nische auszusuchen und zu bestimmen, ob Sie Ihre Marketing-Strategie auf Informationen oder auf aktuelle Produkte und Dienstleistungen ausrichten möchten.

Als nächstes sollten Sie eine Webseite erstellen, die sich auf spezielle Keywords konzentriert. Anders ausgedrückt, Sie müssen spezifische Keywords bestimmen, die zu diesem bestimmten Markt passen. Sie möchten die Wörter aussuchen, die Ihre potentiellen Kunden benutzen, wenn sie im Internet suchen. Wenn Sie die richtigen Keywords für Ihren Markt aussuchen, werden Sie schnell merken, dass

Ihre Webseite viel Traffic bekommt. Zwangsläufig wird Ihre Webseite von Google als auch von anderen großen Suchmaschinen besser bewertet und das bringt Ihnen auch mehr Traffic und Umsätze in Ihre Nische.

Zum Beispiel ist es wahrscheinlicher, dass jemand nach Autobatterien sucht, als nach einer Marke, die diese verkauft. Anders gesagt, sie suchen nach einem Artikel, indem sie Suchphrasen eintippen wie “Autobatterie kaufen”, “Autobatterie”, Batterien zu verkaufen”, “gebrauchte Autobatterien zu verkaufen”, etc.

Keywords nutzen

Was tut ein Mikro-Nischen-Vermarkter, um dafür zu sorgen, dass solche Besucher zu seinem Online-Laden geleitet werden? Der fähige Mikro-Nischen-Vermarkter wird auf seiner Webseite oder auf seinem Blog die gleichen Keywords einsetzen (in der exakten Reihenfolge)

Diese Blogs und Verkaufsseiten bieten dem Kunden nicht nur die gewünschten Informationen, nach denen sie suchen, sondern verhelfen ihm, durch eine Weiterleitung auf

die Webseite das zu bekommen, wonach er sucht. verhelfen ihm, durch eine Weiterleitung auf die Webseite, das zu bekommen wonach er sucht.

Klingt einfach oder nicht? Falsch! Einfach ein paar bekannte Wörter einzutippen, um die Kunden in Ihre Nische zu locken, scheint auf den ersten Blick eine bequeme Marketing-Strategie zu sein. Wie auch immer, Sie tun Ihrem Geschäft damit keinen Gefallen, wenn Sie nicht wissen, was Sie tun. Anders gesagt, es zahlt sich aus zu wissen, wie Sie eine Webseite aufsetzen müssen, die sich gut vermarkten lässt.

Glauben Sie auch nicht, dass es ein Zuckerschlecken ist, die richtigen Keywords zu finden. Nicht nur, dass Ihre ausgesuchten Keywords genügend Schwung haben sollten, um Ihnen den Internet-Traffic zu bringen, der Sie vorwärts bringt, sie sollten auch einzigartig genug sein, damit Sie von den Suchmaschinen höher eingestuft werden, als jene Keywords, die Ihre Konkurrenz verwendet.



“Das bedeutet, dass Ihre Keywords so wenig wie möglich Wettbewerb haben sollten, damit Sie außerhalb eines bereits überfüllten Online-Marktes stehen. Eine saubere Keyword-Recherche

wird Ihnen zeigen, was die heißesten Keywords sind, und werden Ihnen einen Vorsprung auf die Konkurrenz verschaffen.“

Allerdings ist das Herausfiltern der richtigen Keywords ein ermüdender Prozess. Sie mögen denken, dass Sie die Wörter kennen, die die meisten Konsumenten benutzen, aber das ist nur selten der Fall, wie Ihnen die meisten Online-Marketer versichern können. Hinzu kommt, dass Sie unbedingt herausfinden müssen, ob die Nische, auf die Sie abzielen, tatsächlich das Potential hat, Ihnen überhaupt Profite einzubringen.

Backlinks nutzen

Eine Nische zu bestimmen und eine Webseite darum herum zu bauen, sieht vielleicht einfach aus. Bis es dann um Backlinks geht.

Diese Links werden sicherstellen, dass Ihre Webseite (wie auch Ihre Dienstleistungen und Produkte) das Tageslicht in den Suchmaschinen sehen. Sie können auf zahlreichen Arten andere Seiten dazu bringen, auf Ihre Seite zu verlinken, beispielsweise über Kommentare in Foren, Lesezeichen in Social Bookmark Diensten oder Artikeln in Artikelverzeichnissen. Dies scheint ein ermüdender Prozess zu sein, aber wenn Sie einmal damit angefangen haben, dann können Sie Ihre Webseite in die Höhe schnellen sehen, bevor Sie es sich versehen.

Wie können Sie aus Mikro-Nischen-Webseiten Geld verdienen?



Es gibt viele Wege, wie Sie mit einer Mikro-Nischen-Webseite Geld verdienen können. Die meisten Mikronischen-Marketer sind als Affiliates unterwegs für große Online-Läden wie Amazon oder eBay. Es steht Ihnen auch frei, über Netzwerke wie Google AdSense Pay-per-Click-Werbung in Ihre Seite einzubinden.

Grundsätzlich können Sie solche Werkzeuge nutzen, um die Verwaltung Ihrer Online Werbekampagnen zu vereinfachen.

Zum Beispiel kann Google AdSense relevante Scripts aus Ihrer Webseite ziehen und als Werbung für Ihre Nische nutzen. Diese zielgerichteten Werbungen haben das Potential, Profite zu generieren, die zwischen 5 Cents und Hunderten von Euros liegen, wenn der potentielle Kunde darauf klickt.

Wie der Name schon sagt, sind Mikro-Nischen-Webseiten sehr klein. Aus diesem Grund erstellen viele Nischenvermarkter auch gerne so viele dieser Webseiten wie sie nur können, um damit ein messbares Einkommen zu erzielen. Solche Webseiten haben außerdem den Vorteil, dass sie über die Zeit in der Anzahl steigen, speziell wenn Sie sie verwalten, um den meisten Profit aus den vorhergehenden zu schlagen.

“Tatsächlich gibt es Online-Unternehmer, die komfortabel von ihren Mikro-Nischen-Webseiten leben können.”

Es braucht nur ein wenig harte Arbeit und viel Ausdauer von Ihrer Seite. Es wird Zeiten geben, wo Sie vor allem in der Anfangsphase nicht besonders viel Profite machen, aber Sie werden feststellen, dass Ihr Geschäft mit der Zeit immer mehr wächst. Alles, was Sie tun müssen, ist sicherzustellen, dass Sie an der Spitze bleiben, sogar wenn es so aussieht, dass niemand Sie beißen wird.

Wie können Sie durch Mikro-Nischen Marketing Ihren Markennamen fördern?

Oder anders gesagt, wie können Sie bestimmen, welche Nische Sie vermarkten wollen? Es könnte einfach sein, so ein Vorhaben umzusetzen. Wie auch immer, Sie würden sich damit selber keinen Gefallen tun, wenn Sie in eine Nische einsteigen, die nicht marktfähig genug ist, um Ihr Zielpublikum anzuziehen. Mit anderen Worten, die Nische, für die Sie sich entscheiden, wird sich nicht als ein dauerhaftes Geschäft erweisen, wenn Sie nicht sicherstellen, dass sie das Potential hat, Profite für Sie zu generieren.

“Es ist daher am besten, wenn Sie Ihre Perspektiven eingrenzen und den Typ von Mikro-Nische finden, auf den Sie abzielen möchten, statt die erstbeste Nische zu wählen, die Ihnen gerade gefällt.”

Mikro-Nischen haben dazu den Vorteil, dass Sie höhere Preise für Artikel verlangen können, die für die meisten Leute schwer zu finden sind, darüber hinaus ist auch Ihre Klientel stark eingegrenzt.

Wie bereits erwähnt, ist ein Nischenmarkt so etwas wie ein Spin Off oder eine Untergruppe einer größeren Industrie, die sich nur auf spezifische Produkte oder Dienstleistungen konzentriert. Die Produkte oder Dienstleistungen, die Sie verkaufen

möchten, werden von einer kleineren Nachfrage auf dem Markt abhängen. Die folgenden Schritte helfen Ihnen, eine heiße Nische zu bestimmen.

1. Brainstorm-Sitzungen

Sie müssen für Ihre Mikro-Nischen Ideen generieren, bevor Sie überhaupt daran denken können, Geld damit zu verdienen.

Es ist wichtig, dass Sie sich darauf konzentrieren, eine Nische zu bestimmen, die kaufwillige Kunden hat. Zum Beispiel können Sie selber versuchen, nach bekannten Nischen zu suchen. Diejenigen, die am meisten angeklickt werden, sind Webseiten über Dating, Haustiere, Kochen, Darlehen, Schönheitsprodukte, Reisen, Haar/Hautpflege, Versicherungsprodukte, um nur einige wenige zu nennen. Diese Ideen sollten nur als Vorschläge dienen, um Sie zum Nachdenken anzuregen. Ihnen mag vielleicht aufgefallen sein, dass diese Nischen sehr eingeschränkt sind. Die



Keywords, die die Leute in dieser Nische nutzen, um zu finden, wonach sie suchen, sind meistens eingeschränkt und spezifisch.

Das heißt, die Keywords, die Sie sich aussuchen, um die Aufmerksamkeit einer bestimmten Nische auf sich zu ziehen, müssen sich nicht notwendigerweise auf einen Markennamen, ein Produkt oder eine Dienstleistung beziehen, um das Zielpublikum anzusprechen.

“Sie können von jemandem, der auf der Suche nach Haarpflegeprodukten ist, nicht verlangen, dass er spezifisch nach der Marke fragt, die Sie vermarkten.”

Ihre Aufgabe als Nischenmarketer ist es, diese Nischenideen in Hauptkategorien und Unterkategorien zu unterteilen, die Ihre Kunden automatisch zu Ihren Produkten oder Ihren Dienstleistungen leitet. Was auch immer der Fall sein wird, egal an welches Thema Sie denken, Sie können sich darauf verlassen, dass es einen Markt dafür gibt. Versichern Sie sich einfach, dass es ein Markt ist, der profitabel genug ist für Sie ist und aus dem Sie das meiste herausholen können.

1. Den Markt kennen

Es zahlt sich aus zu wissen was andere Leute im größten Supermarkt der Welt dem World Wide Web, so alles kaufen.

“Schauen Sie sich immer wieder mal an wonach die Leute auf Online Marketing e-Commerce Webseiten wie Amazon und eBay suchen.”

Dies wird Ihnen Ideen liefern, welche Anforderungen an einen populären Markt gestellt werden und über die Kaufrends.

Anders gesagt, Sie müssen Ihr Zielpublikum einschränken. Denken Sie darüber nach. Wie können Sie bestimmen, was Sie vermarkten, wenn Sie nicht einmal wissen, wonach die Leute suchen?

Der einzige Weg ist herauszufinden, welche Online “Wasserlöcher” die Besucher gerne ansteuern. Sie können damit beginnen, indem Sie die sozialen Netzwerke wie Twitter, Facebook oder MySpace abstecken, um eine Idee zu bekommen, was die Leute im Allgemeinen mögen und was Sie am wahrscheinlichsten kaufen würden.

1. Was Sie bei der Bestimmung Ihrer Zielgruppe beachten sollten

Wie bereits erwähnt, sollte Ihre Nische oder Ihr Mikro-Nischenmarkt eine ausreichende Anzahl von Kunden haben, die ausschließlich an Ihren Produkten oder Dienstleistungen interessiert sind. Darüber hinaus sollte auch die nötige Kaufkraft vorhanden sein sowie die Ressourcen, um alles aus Ihrer Nische zu kaufen. Zudem sollten sie sich leisten können, was Sie verkaufen.

Sie können keine Kunden erwarten, wenn Ihre Preise für Ihre Produkte nicht deren Vorstellungen entsprechen. Das wäre nicht sehr praktisch.

Es ist wichtig, dass Sie Ihre Möglichkeiten prüfen, wie etwa die Konkurrenzfähigkeit Ihrer ausgewählten Nische, ihre Gesamtgröße und die Gewinnspanne, bevor Sie sich für ein Preismodell entscheiden oder ein Zielpublikum, das es sich möglicherweise leisten kann.

Sie können damit beginnen, indem Sie die sozialen Netzwerke wie Twitter, Facebook oder MySpace "abstecken" um eine Idee zu bekommen was die Leute im Allgemeinen mögen und was sie am wahrscheinlichsten kaufen werden.

Zum Beispiel hat eine Recherche aufgezeigt, dass die gefragtesten Nischen im Jahr 2010 diejenigen waren, die sich mit den Themen Beziehungen, Gesundheit oder Diät, geschäftsrelevanten Themen, Selbstentwicklung, Umwelt, Kochen befassen, um nur ein paar wenige zu nennen.



2. Finden Sie Ihre eigene Nische

Es ist Zeit, Ihre ganz eigene Nische zu finden. Sie können sich diesen Prozess einiges einfacher gestalten, indem Sie verschiedene Nischenfinder-Tools nutzen.

Die beiden bekanntesten sind wohl der Micro Niche Finder und der Market Samurai (mehr darüber später).

Wie der Name bereits vermuten lässt, handelt es sich um Keyword-Software, die entwickelt wurde, um Mikro-Nischen zu lokalisieren.

Das Beste an diesen Nischenfindern ist, dass Sie Ihre Suche um die Hälfte einschränken auf eine Liste der bekanntesten Nischen im Internet. Zum Beispiel wurde Market Samurai entwickelt, um bekannte Pay-per-Click-Werbungen und suchmaschinenoptimierte Links zu finden.

3. Machen Sie aus einer Nische eine Mikro-Nischen-Idee

Denken Sie daran, im Gegensatz zu Massenvermarktern, die ein ganzes Sammelsurium an Werbekampagnen und Leuten haben, die sie am Laufen halten, werden Sie sich alleine auf Ihre Marketing-Reise begeben. Es gibt absolut keinen Weg, wie Sie jeden und alle auf einmal zufriedenstellen können, also versuchen Sie es erst gar nicht. Wenn Sie versuchen, alle glücklich zu machen, werden Sie niemanden zufriedenstellen, am allerwenigsten sich selber. Daher ist es am besten, wenn Sie Ihre Nische in kleine “mundgerechte Stücke” aufteilen, oder in handliche Einheiten. Das ist keineswegs faul; nur wirtschaftlich sinnvoll.

Handelt es sich um ein breitgefächertes Thema wie eine “Dating”, konzentrieren Sie Ihren ganzen Geschäftssinn nicht nur auf die “Dating”-Nische, sondern auf alles, was sich darauf beziehen könnte, wie “Senioren Dating”, “Single Mutter Dating” oder “Asiatische Frauen daten.”

Andere Beispiele für die Werbung in einer Mikronische könnten sein “Kaufen Sie Fahrradketten in Kerpen” oder “Grillen Sie einen besseren Burger auf dem Außengrill”. Die Möglichkeiten werden nur durch Ihre Kreativität eingeschränkt.

Diese Beispiele sollten Ihnen eine klare Idee davon geben, wie Sie Ihre Marketing-Optionen eingrenzen können. Auf diese Weise können Sie die von Ihnen gewählte Nische in viele Mikro-Nischen segmentieren und es spielt keine Rolle, was eigentlich Ihre Mutternische ist.

4. Mikro-Nischen geben Ihnen einen Wettbewerbsvorteil

Wie oben bereits besprochen, ist das Beste am Mikro-Nischen-Marketing, dass Sie besser zu verwalten sind als größere Projekte. Das bedeutet, dass Sie genügend Zeit aufwenden können, um alle Störungen auszugleichen, die in einer Mikro-Nische auftreten können.

“Größere Firmen müssen manchmal Millionenbeträge locker machen, vor allem wenn es sich bei ihren ‚Pannen‘ um etwas Größeres handelt wie Rückrufe bei Produktüberholungen.”

Nicht nur das, diese Unternehmen tragen als Resultat solcher “Pannen” auch die Hauptlast erheblicher finanzieller Verluste.

Werbung für Ihre Produkte und Dienstleistungen auf sozialen Medien wie Facebook und Twitter ist eine schlaue Strategie, da Sie das Potential haben, blitzschnell einen Kundenstamm aufzubauen.

5. Arbeiten Sie an einem Marketing-Plan

Hier müssen Sie praktisch werden. Die Sache mit den Marketing-Strategien ist, dass es eine Weile dauert, bis sie Früchte tragen. Mit anderen Worten, haben Sie eine “Versuchen und scheitern”-Mentalität, dann wird es ein langer Weg, bis Sie Ihre Ziele erreichen.

Generell ist beim Mikro-Nischen-Marketing eigentlich nur der Himmel das Limit. Die am häufigsten von erfolgreichen (und angehenden) Mikro-Nischen-Vermarktern genutzten Taktiken sind Blogbeiträge, Pay-per-Click-Werbungen oder Artikel-Marketing. Viele Mikro-Nischen-Vermarkter nutzen Social Media Portale, um eine Liste von Anhängern zu bekommen.

Produkte und Dienstleistungen auf Social Media Portalen wie Facebook und Twitter zu bewerben ist schlau, da diese Webseiten das Potential haben, in Windeseile einen Kundenstamm aufzubauen. Zum Beispiel ist alles, was Sie auf Facebook benötigen, um einen Anhänger zu bekommen, der bequeme “Like”-Button. Wie auch immer, probieren Sie ruhig auch andere Wege aus.

Das Gute an Mikro-Nischen ist unter anderem, dass sie einem genug Zeit lassen, um auf jedes Problem zu reagieren, das entstehen könnte.

Auf diese Weise werden Sie sich in einer besseren Position finden, um langfristige Beziehungen mit Ihren Kunden zu schmieden. Darüber hinaus sind Kunden nur

dann bereit, loyal zu bleiben, wenn sie denken, dass ihre Wünsche in höchstem Maße erfüllt werden. Wer bereit ist, all das zu tun und vielleicht noch ein bisschen mehr, hat eine größere Chance, an die Spitze der Konkurrenz zu gelangen und auch da zu bleiben.

6. Arbeiten Sie sich durch die Schritte

Nehmen wir einmal an, Sie suchen nach einer Mikro-Nischen-Idee für eine Autowäscherei. Geben Sie das Hauptwort "Autowäsche" in das Keyword Tool Ihrer Wahl. Ihr Keyword Tool wird Ihnen vielleicht 1.000 Suchen für die Wörter anzeigen, die Sie eingetippt haben.

Zum Beispiel erhalten sie eine Auflistung mit "Suzuki Auto Wäsche", "Auto Wäsche in Dortmund" oder "Auto Wäsche München". Alle enthalten das, was Sie erwarten können, wenn Sie herausfiltern, wonach Ihre potentiellen Kunden suchen.

Anders gesagt, Sie können aus einer einzigen breiteren Nische wie "Autowäsche" eine Menge Mikro-Nischen finden. Eines ist sicher, Sie werden kein Problem damit haben, Leute zu finden, die nach solchen Mikro-Nischen suchen. Die 1.000 Suchen sind Beweis genug, dass Sie auf der richtigen Spur sind, wo eine vermarktbare Nische vermutet wird.

7. Seien Sie begeistert von Ihrer Nische oder Mikro-Nische

Niemand in Ihrer Nische wird sich groß bemühen mit Ihnen Geschäfte zu machen sofern Sie nicht einen Anreiz dazu geben. Und der einzige Weg das zu erreichen ist, wenn Sie begeistert sind von dem was Sie verkaufen.

Eine Mikro-Nische zu bewerben erfordert, dass Sie Ihre Besucher auf dem Laufenden halten über bestimmte Themen, die sie interessieren, über Artikel und Blogs. Um jedoch sicherzustellen, dass die Kunden bei der Stange bleiben, sollten sie Ihre Gratisausgaben mit Begeisterung schreiben.

Wenn Sie selbst nicht begeistert genug sind von Ihrer Nische, wie können Sie dann von sich erwarten, darüber zu schreiben? Eine gleichgültige Haltung wird sich in den Inhalten Ihrer Webseite widerspiegeln.

Sehen Sie es mal so: Wenn Sie nicht begeistert genug sind von dem, was Sie vermarkten, wie können Sie dann von Ihren Kunden erwarten, dass sie Ihnen vertrauen? An diesem Punkt werden Sie eine Brücke schlagen müssen zwischen einer Nische mit einem vielversprechenden Keyword (oder einem, das sich bezahlt macht) und dem Schwung, darüber zu schreiben.

Alles was Sie brauchen, ist Vertrauen in Ihre Fähigkeiten und Ausdauer, die sicherstellt, dass Sie auf Kurs bleiben.

Aktualisieren Sie häufig

Sorgen Sie dafür, dass Ihre Webseite regelmäßig neue Inhalte bekommt. Egal welche Nische Sie ansteuern, es wird Ihrem Geschäft nicht nutzen, wenn Sie Ihre Kunden nicht über Neuigkeiten informieren. Kunden wollen neue und frische Inhalte sehen, wenn Sie Ihre Webseite besuchen. Zum Beispiel würden sie gern etwas Aufregendes sehen wollen wie neue Gutscheine oder Produkte. Geben Sie ihnen einen Grund, wieder auf die Seite zurückzukommen.

Für welche Art von Taktik Sie sich auch entscheiden, grundsätzlich sollten Sie Ihrem Zielpublikum immer etwas Neues und auch etwas Fesselndes bieten und das am besten jedes Mal, wenn sie Ihre Seite besuchen.

Dies wird zumindest sicherstellen, dass sie Sie nicht im Stich lassen. Sogar eine aus dem Ruder laufende Webseite kann mit exklusiven Werbeangeboten wieder auf Kurs gebracht werden.

Die besten Beispiele für dieses Prinzip sind Affiliate-Webseiten, die zusätzliche Geschäfte bringen können, oder Werkzeuge, die sie sonst nirgends online finden. Boni wie diese zu versprechen, kann den Wert Ihrer Webseite erhöhen und für Ihre Kunden ein Leckerbissen sein.

Typen von Mikro-Nischen-Software

Natürlich können Sie nicht mühsam jede einzelne Nische anvisieren, indem Sie sorgfältig nach den vielversprechendsten Keywords suchen. Aus diesem Grund entscheiden sich die meisten Nischen-Vermarkter für eine Internet-Nischenmarketing-Software, um die Suche nach einer günstigen Nische zu vereinfachen. Anders gesagt, die Nutzung dieser Art von Software nimmt Ihnen die digitale Laufarbeit ab.

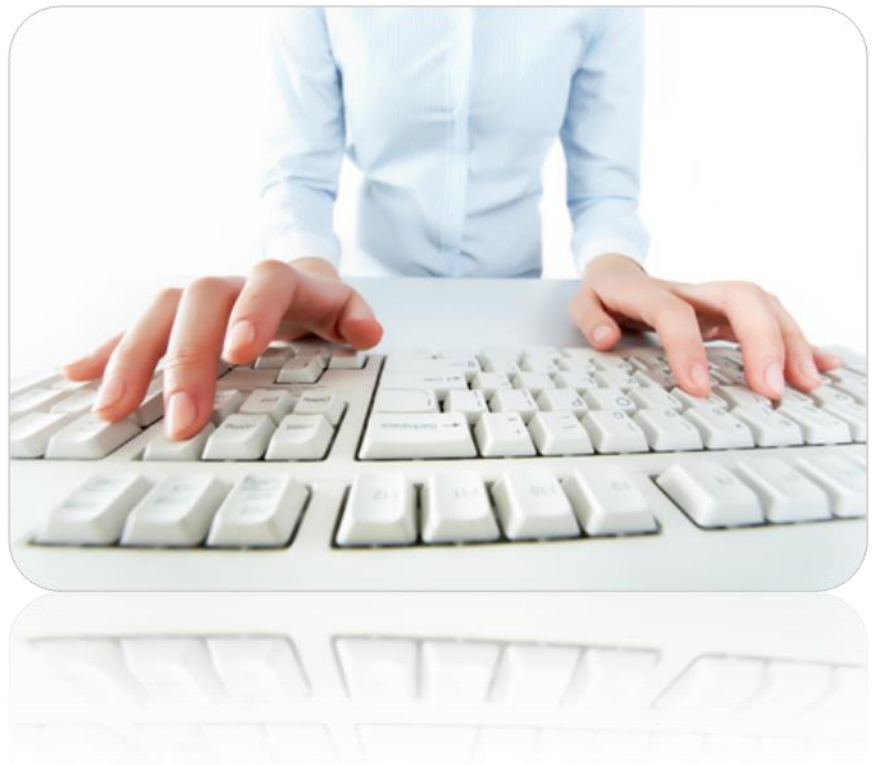
Grundsätzlich erfordern alle diese Arten von Software, dass Sie die Keywords eingeben, auf die Sie in Ihrer Nische oder Mikro-Nische abzielen. Haben Sie das einmal getan, übernimmt die Software und erledigt den Rest.

Eine solche Software versichert Ihnen auch, dass Sie keine Zeit auf unprofitable Nischen verschwenden. Intelligente Software wird weniger bekannte aber sehr profitable Nischen aufzeigen.

Wie funktioniert Internet-Mikro-Nischen Marketing-Software?

Als erstes müssen Sie Ihre Optionen zur Nische eingrenzen, die Sie ansteuern möchten. Danach ist alles, was Sie tun müssen, Ihre gewünschten Keywords in die Suchmaske des Nischen Software Tools einzugeben.

Die Software wird dann auf alle möglichen Arten nach Nischen suchen, die auf Ihren Keywords basieren, die Sie eingegeben haben. Die Suchergebnisse, die Ihnen die Software liefert, werden die bekanntesten im Web sein..



“Diese Art von Software gibt Ihnen einen Überblick, was bestimmte Kundengruppen online suchen.”

Da die Software Ihnen eine Vorstellung vermittelt, wie viele Suchanfragen regelmäßig für ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung eingehen, werden Sie wissen, welche Mikro-Nischen Sie anvisieren sollten, weil sie am profitabelsten sind.

Wenn Sie mit allen Informationen zu Ihrer Nische ausgerüstet sind, können Sie die Software auch nutzen, um nach Synonymen Ihrer gewählten Keywords zu suchen.

Das Beste an den meisten Nischen-Findern ist, dass Sie nicht nur über eine Keyword-Suchoption verfügen, die für Nischenmarketing essentiell ist, sondern den Nutzern eine Vielzahl von praktischen Werkzeugen mitgeben, die das Finden Ihrer eigenen Nische noch mehr erleichtert.

Es gibt auch komplexere Software, die über noch mehr Funktionalitäten verfügt. Zum Beispiel können Sie bei manchen Anwendungen auch Ihre Suchen speichern. Das kann praktisch sein, vor allem wenn Sie mehrere Nischen auf einmal haben und etwas benötigen, womit Sie alles nachverfolgen können. Es gibt auch Thesaurus-Funktionen, die eine Wortsuche wie in einem Wörterbuch ermöglichen.

Und nicht nur das, ganz moderne Software bietet Ihnen meist noch Keywords an, die selten vorkommen, da sie falsch geschrieben sind. (Manche Menschen kümmern sich nicht groß um korrekte Interpunktion, Grammatik oder Rechtschreibung, wenn sie ihre Keywords eintippen, um ihre gewünschten Produkte oder Dienstleistungen zu finden).

Aus diesem Grund sollten Sie darauf achten, dass Ihre Internet-Nischenmarketing

-Software, die Sie gerade nutzen (oder benutzen möchten) aktuell mit den neuesten Markt- und Suchtrends ist.

Aus einer kleinen Nische Geld zu verdienen wird nicht so einfach werden. Es wird viele Marketer da draussen geben die auf dieselbe Nische und dieselben Keywords setzen. Der Wettbewerb im Online Markt ist hart. Jeder Marketer versucht sich die profitabelste Nische abzugraben, also bleiben Sie am besten auf den Fersen.

Mikro Nischen Finder

An diesem Punkt werden Sie mir wahrscheinlich zustimmen, dass eine schlaue Keyword-Recherche eine der integralsten Aspekte im Online Marketing ist. Der Micro Niche Finder ist einer der meistgenutzten Tools, um Mikro-Nischen aufzuspüren. Der Micro Niche Finder hilft Ihnen dabei, nach einer speziellen Nische zu suchen. Nebenbei hilft er Ihnen auch bei folgendem. Der Micro Niche Finder kann Ihnen helfen nach einer spezifischen Nachfrage in einer spezifischen Nische zu suchen, worauf Sie eine Webseite erstellen können.

Geographische Ausrichtung

Der Mikro Nischen Finder ist eines der wenigen Nischen-Finder-Tools, in dem Sie Ihre Suche nach spezifischen geografischen Begebenheiten sowie nach Sprachen eingrenzen können. Das macht es jedem leichter, der eine Mikro-Nischen-Marketing-Strategie fahren möchte, um ein bestimmtes Publikum anzusprechen.



Umfassende Nachforschung

Eines der praktischsten Dinge am Mikro-Nischen-Finder ist, dass Sie andere Keyword Recherche Tools nutzen können. Sie können Google Trends als auch andere Arten von kostenloser Software verwenden, um Ihre Nischensuche einfacher zu machen.

Projekt Management

Diese Software erlaubt Ihnen ebenfalls, alle Keywords in einer separaten Projektdatei oder einer Tabellenkalkulation zu archivieren. Das kann Ihnen eine Menge Zeit ersparen. Vor allem, wenn Sie Ihre Mikro-Nischen nachverfolgen wollen.

Sie müssen wissen, welche grundlegenden Keyword-Sätze Sie mit dieser Software nutzen können. Die häufigsten sind folgende:

1. Vor-Begriff

Dies kann jeder Schlüsselbegriff oder Satz sein, den die Nutzer eingeben, um sie mit Ihren eigenen Keyword-Phrasen zu verwenden. Nachdem der Nutzer seine Keyword-Phrasen eingegeben hat, fängt der Micro Niche Finder an zu suchen und bietet bis zu 250 mögliche Nischenmarkt-Wörter.

2. Breitgefächerte Keyword-Sätze

Dies sind Wörter, die eine breitere Bedeutung haben wie Autor, Kreditkarte, Mode, Fußball, Baseball, etc. In anderen Worten, diese sind so generisch wie Keywords nur sein können. Die Software wird so viele Keywords finden wie möglich.

3. Produkt Name

Wenn Sie den Namen eines Produktes im Mikro Nischen Finder eingeben, zeigt er Ihnen verschiedene Keywords, die sich auf dieses Produkt beziehen.

Lassen Sie uns zum Beispiel mal annehmen, Sie gehen auf Amazon.com. Sie stellen fest, dass die meistverkauften Artikel Rotstifte sind. Danach öffnen Sie den Micro Niche Finder und tippen das Wort "Rotstifte" in die Suchmaske.

"Die Software würde dann eine Liste von mehr als 200 Wörtern oder Keywords generieren die sich auf rote Kugelschreiber beziehen."

Nun löschen Sie jene Keywords, von denen Sie denken, dass sie für Ihre Nische unwesentlich sind. Wenn Ihnen zum Beispiel Keywords wie “kostenlose rote Stifte” oder “Rote Stifte kostenlos“ begegnen, würden Sie diese ausschließen, da Sie Ihnen nicht nutzen würden.

Nachdem Sie die Keywords, die Sie als nutzlos eingestuft haben, losgeworden sind, können Sie weitere irrelevante Keywords aus der Liste eliminieren. Zum Beispiel können Sie ein Kriterium setzen, indem Sie Keywords löschen, die ein eher niedriges Suchvolumen aufweisen.

Danach müssen Sie die Wettbewerbsposition der Keywords bestimmen, die Sie ausgesucht haben. Mit anderen Worten, Sie werden herausfinden müssen, welche Keywords den meisten Traffic auf Ihrer Seite generieren.

“Der Mikro Nischen Finder kann herausfinden wie stark oder konkurrenzfähig jede Nische ist.”

Wenn ein spezifisches Keyword zu stark umworben wird dann zeigt es der Mikro Nischen Finder zum Beispiel mit einem roten Kreis davor an.

Wenn das Keyword nur mäßig konkurrenzfähig ist, zeichnet die Software einen gelben Kreis. Sie werden einen grünen Kreis sehen, wenn eine Konkurrenz nicht oder kaum nennenswert vorhanden ist. Am besten wäre es, wenn Sie Ihre Mikro-Nischen-Marketing-Vorhaben mit jenen Keywords starten, die einen grünen Kreis haben. Suchphrasen im grünen oder gelben Bereich werden Ihrer Webseite einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz verleihen, weil

einzigartige Keywords mehr Traffic für Ihre Webseite bedeuten. einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz verleihen, weil einzigartige Keywords mehr Traffic für Ihre Webseite bedeuten.

Der Mikro Nischen Finder kann Ihnen auch sagen, ob Ihr ausgewähltes Keyword als eine .org or .net Domain verfügbar ist. Es kann Ihnen auch die Anzahl der Backlinks nennen, die Sie für Ihre Keywords nutzen können, als auch den zu erwartenden prozentualen Anteil der Besucher, die vielleicht die Artikel kaufen, die Sie anbieten.

Darüber hinaus kann es Ihnen auch die Anzahl der Webseiten nennen, mit denen Sie mittels denselben Keywords im Wettbewerb stehen werden, als auch die Kosten für die Adwords-Werbung bei Google.

Die Vorteile vom Mikro Nischen Finder

Wenn Sie ein hohes Einkommen erzielen möchten, dann ist der Micro Niche Finder eines der besten Online-Marketing-Tools auf dem Markt. Er hilft Ihnen nicht nur, profitable Nischen anzuzapfen, er liefert Ihnen auch mögliche Keywords, die Sie für Ihre Inhalte nutzen können. Zielgerichtete Keywords in Ihrem Inhalt werden definitiv Ihre Webseite für die Suchmaschinen optimieren.

Der Mikro Nischen Finder hat dazu noch folgende Vorteile:

Der Micro Niche Finder ist bekannt dafür, dass er am besten mit der Google Suchmaschine zusammen arbeitet. Es gibt viele andere Keyword Tools, die um exakt dieselben Phrasen wetteifern wie Sie. Viele dieser Sätze sind noch nicht erschlossen und haben daher die Kapazität, viele Leads und Traffic für Ihre Webseite zu generieren. Dies kann viel Zeit und Aufwand erfordern vor allem, wenn Sie es selber versuchen. Dadurch, dass der Micro Niche Finder eine lange Liste von vielversprechenden Nischen und Mikro-Nischen-Keywords bereitstellt, hebt er das Konzept der schnellen Keyword-Recherche auf die nächste Ebene.

“Wenn Sie die richtigen Keyword-Sätze finden und auch nutzen, bedeutet das, dass Sie auf dem richtigen Weg sind, um den benötigten Traffic auf Ihre Webseite zu bringen.”

Ein Fehler, der Sie wahrscheinlich viel kostet, ist wahrscheinlich nicht einmal der, dass Sie die falschen Keywords aussuchen. Artikel anzubieten, für die es keine
VeMaRegio
<http://www.vemaregio.de>

Nachfrage gibt, wird Ihre Webseiten-Besucher nicht auf Ihrer Seite verweilen lassen. Sicher landen diese über die Suchmaschinen durch die von Ihnen so sorgfältig ausgewählten suchmaschinenoptimierten Keywords auf Ihrer Webseite, aber sie werden keinen Grund finden auf Ihrer Seite zu bleiben, wenn Sie nicht das verkaufen, wonach diese Besucher suchen.

Und genau da glänzen der Micro Niche Finder und andere Online Keyword Tools am meisten

Sie helfen Ihnen sowohl dabei, relevante Keywords zu finden, die zu Ihrem spezifischen Bereich passen, als auch dabei, die profitablen Märkte zu finden, die Sie verfolgen können.

Dies nimmt Ihnen das Rätselraten ab wenn Sie bestimmen möchten welche Art von Produkten oder Dienstleistungen das Potential besitzen sich zu verkaufen und welche nicht.

langen Keywords oder Keyword-Sätze anpeilen, die die Leute am wahrscheinlichsten eintippen, wenn sie Ihre gewünschten Produkte suchen, die Sie für sie anbieten möchten.

Warum es eine schlechte Idee ist, nur auf ein einzelnes Keyword abzuzielen

“An diesem Punkt könnten Sie Ihre gewünschte Domain für den maximalen Nutzen aus Google einsetzen. Das bedeutet, dass Ihre Webseite wahrscheinlich auf den ersten Seiten dieser berühmten Suchmaschine steht.”

Entweder das oder Sie haben es endlich nach zahllosen Versuchen geschafft, auf den ersten beiden Seiten der Suchmaschinen zu landen. Aber da gibt es ein Problem. Ihrer Webseite scheint der Traffic zu fehlen, den Sie benötigen, um daraus ein Einkommen zu erzielen.

Das Keyword, auf dem Ihre Webseite basiert, scheint nicht die Kapazität zu haben, genügend Besucher anzuziehen, und Ihr Business trägt die Hauptlast des Ganzen.

Das ist einer der wenige Nachteile, auf die Sie im Mikro-Nischen-Blogging stoßen werden. Sie könnten in Versuchung geraten, auf ein einziges Keyword zu setzen, um Ihre Klientel anzupeilen, aber das ist etwas, das Sie absolut nicht tun müssen.

Anders ausgedrückt, Sie haben mehr von relevanten Keywords als von einem hohen Google Ranking. Ihre Webseite braucht lange Keywords oder Sätze, die die Leute am wahrscheinlichsten eintippen, wenn sie nach ihren gewünschten Gütern suchen – Güter, die auf Ihrer Webseite angeboten werden können.

Sie müssen sich in die Lage Ihrer Kunden versetzen, wenn Sie einen Schimmer davon bekommen möchten, was sie suchen werden.

Dafür sollten Sie sich eine lange Liste von Keywords bereitstellen von denen Sie denken, dass es Ihnen Besucher (und potentielle Kunden) bringt, die hoffen, auf Ihrer Seite das zu bekommen, wonach sie suchen. Der Grund, weshalb Sie lange Keywords nutzen sollten, ist, dass es von Anfang an den nötigen Schwung in Ihren Marketing-Bemühungen bringen sollte.

“Stellen Sie sicher, dass Sie dies alles für die Inhalte auf Ihrer Seite tun. Denken Sie daran, dass es ihnen mehr nützen wird, lange Keywords einzubinden, die aus drei Sätzen bestehen, statt zu versuchen, auf eine einzige heiße Phrase abzuzielen.”

Das wird Ihre Chancen auf Traffic für Ihre Inhalte und ein gutes Ranking bei Google mehr als verdreifachen.

Lange Keywords einzusetzen, wird die beste Methode sein, wenn Sie Besucher auf Ihrer Webseite haben möchten.

Das letzte, was Sie wahrscheinlich tun wollen, ist eine Knochenarbeit für ein lumpiges Keyword zu investieren, das vielleicht eine hohe Suchmaschinenbewertung einbringt, aber keine zahlenden Kunden auf Ihre Webseite führt.

Stellen Sie daher sicher, dass Ihre Keyword-Recherche intensiver ist und das Potential hat, Sätze zu generieren, von denen das Google Keyword Tool nur allzu glücklich wäre, diese aufzugabeln. Wenn Ihnen das Tool nur einen flüchtigen Blick auf Ihre Keywords gibt, dann sollten Sie dran bleiben, bis Sie die richtigen bekommen.

Auch deswegen sollten Sie sicherstellen, dass eine genau zutreffende Domain für Ihre Webseite verfügbar ist.

Nischenfinder-Tools wie der Micro Niche Finder und Word Tracker liefern Ihnen nicht nur die Phrasen, die Sie möchten, sondern schlagen Ihnen auch relevante Keywords vor, die Ihnen ebenfalls weiter helfen können.

Unnötig zu erwähnen, Keywords mit einem Bezug sind wichtig, wenn Sie Keywords oder Inhalte suchen, zum Beispiel eine Webseite, die über Inhalte wie

“Anwälte” verfügt, sollte auch lange oder darauf bezogene Keywords haben wie
“Scheidungsanwalt” oder “Versicherungsansprüche” etc.

Schlussfolgerung

In der Wirtschaft, so wie sie im Moment ist, wird es immer schwieriger, auf neue innovative Ideen zu kommen, um ein regelmäßiges Einkommen zu erzielen. Das Beste am World Wide Web ist, dass es den Leuten die Möglichkeit eröffnet, dasselbe in weniger als der Hälfte der Zeit zu erledigen.

Mikro-Nischen und Nischen-Webseiten geben Ihnen zusätzlich den Vorteil, dass Sie mit allem arbeiten können, was Sie sich selber aussuchen. Sie brauchen kein Geschäft von Grund auf aufzubauen. Alles, was Sie dazu brauchen, sind handliche Werkzeuge und die richtigen Strategien, die Ihnen alles bieten, was Sie brauchen, um Ihre eigenen geschäftlichen Unternehmungen zu starten – aus dem Komfort Ihres Zuhauses.

Gerold Kiefer



VeMaRegio

Geschäftsführer

VeMaRegio

<http://www.vemaregio.de>

Spielbergstrasse 21

D-55271 Stackeden-Elsheim

Tel: +49-6130-207 02 21

Mobil: +49 -171-210 76 59

E-Mail: gk@vemaregio.de

Web: www.vemaregio.de