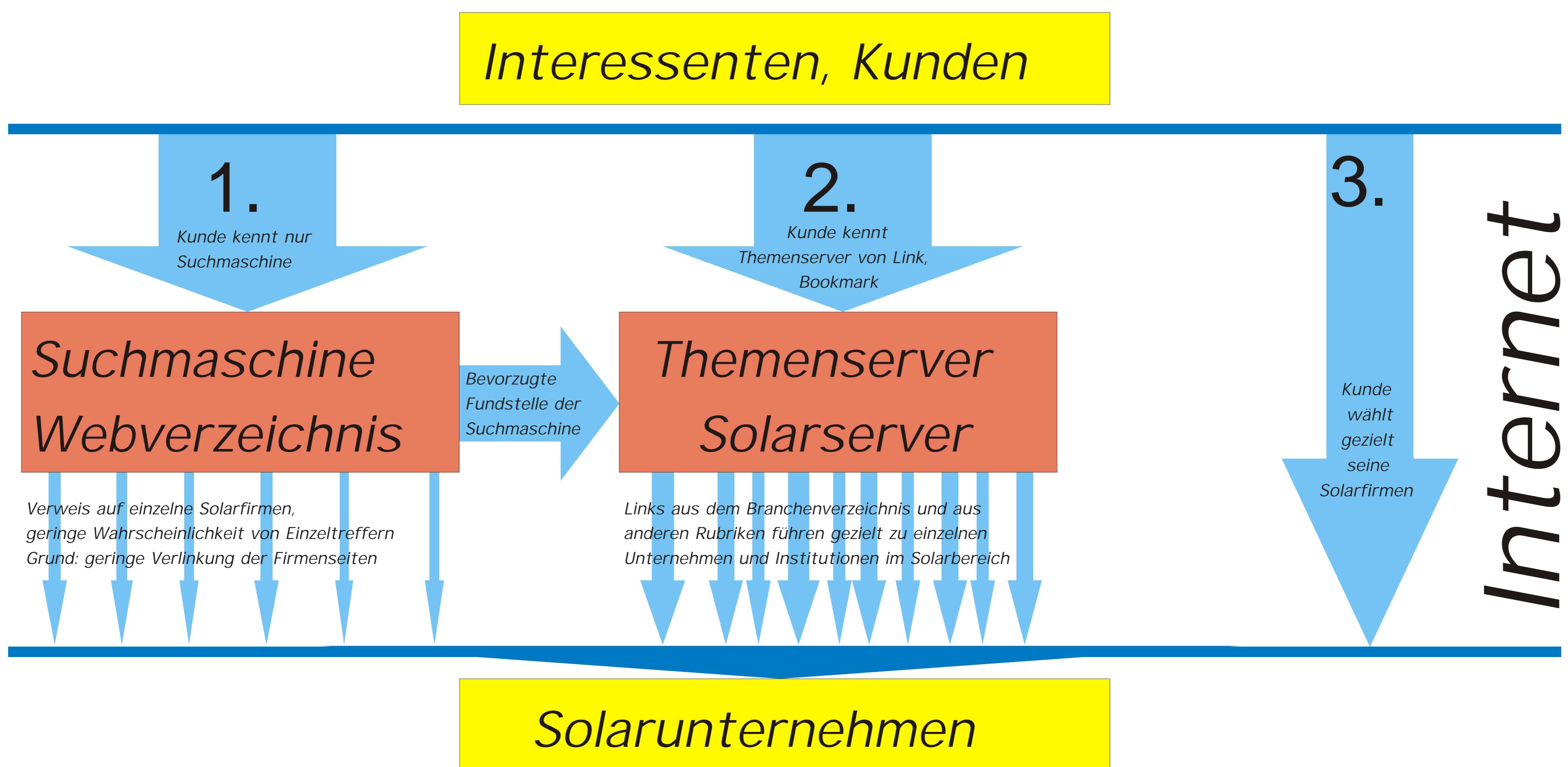


Die Kommunikation der Solarindustrie mit ihren Kunden über das Internet

Eduard Heindl, Tübingen

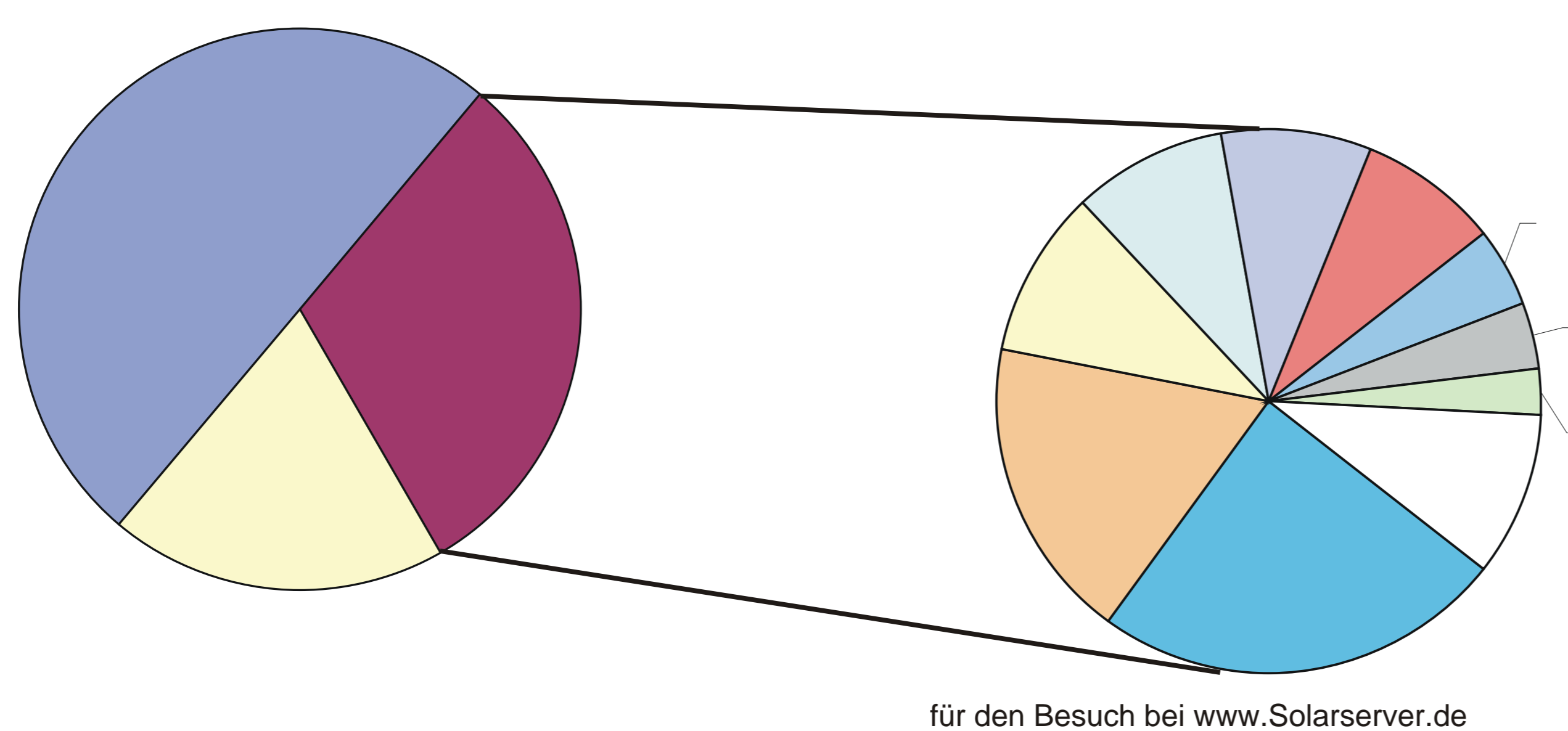
Dipl.-Phys, Dipl.- Ing.
eduard@heindl.de

So finden die Kunden ein Unternehmen im Internet

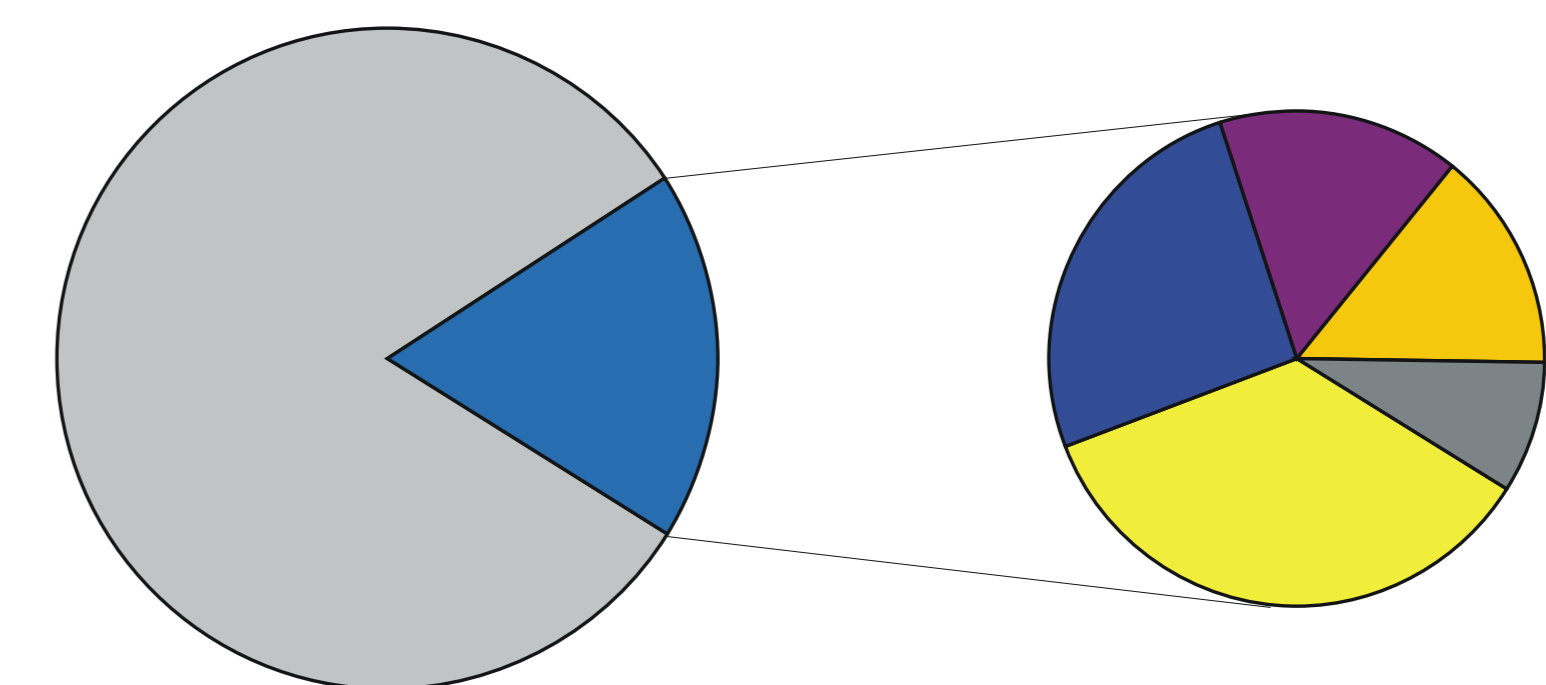


Beobachtungen aus dem Logfile des Solarservers:

Etwa 50 Prozent der Besucher kommen über Bookmarks, die im Browser gesetzt wurden.
Weitere 31 Prozent der Besucher werden über Suchmaschinen an den Solarserver verwiesen,
die restlichen 19% kommen über externe Links.



Eingaben in Suchmaschinen,
die zum Solarserver führen



Die Kunden geben häufig nur einfache Schlagworte in die Suchmaschine ein, damit werden nur Websites gefunden, die sich sehr allgemein mit dem Thema befassen.

Folgerungen:

1. Kunden suchen zunächst mit einfachen Suchworten in wenigen, bekannten Suchmaschinen
2. Viele Interessierte setzen einen Bookmark auf die zentrale Website zur Solarenergie
3. Die Websites der Solarbranche werden häufig über Hyperlinks aus den Solarportalseiten aufgerufen

Literatur:

- Eduard Heindl, Karin Maier, Der Webmaster, Addison Wesley München 2000,
- <http://www.hitbox.com/cgi-bin/displayRank.cgi?Environmental/ranking/25>
- <http://www.solarserver.de>

ISBN 3827316413