

**Puzzle**

Nicht *die* eine große Idee führe zum Ziel, sondern viele kleine, aber wichtige Optimierungen, die Hand in Hand gehen müssen.

Nur viele kleine Schritte führen zum echten Erfolg

Die Bedeutung von „tiny gains“ in der Marketing-Digitalisierung oder warum man mit kleinen Verbesserungen die SEO-Nummer 1 wird.

Gastkommentar

•• Von Jörg Hasenleithner

WIEN. Wir glauben nicht an die „eine“ große Idee, das ultimative Patentrezept, um beim Google Suchindex quasi aus dem Stand auf Platz 1 zu springen. Die eierlegende Wollmilchsau der generischen Suche gibt es nicht – nur den Fleißigen gehört die SEO-Welt.

Keine klassische To-do-Liste

Auch eine verbindliche To-do-Liste, die Schritt für Schritt aufzählt, was getan werden muss, um das Google-Suchergebnis ultimativ zu verbessern, wird man vergeblich suchen. Google basiert auf Algorithmen – schon eine kleine (aber die richtige) Verbesserung kann so zu einem Sprung nach vorn verhelfen, da auch andere Zahnräder in Bewegung gesetzt werden. Google belohnt logisches Vorgehen und Fleiß. Es muss sowohl an den In-

halten als auch an der Technik permanent gearbeitet werden.

Die dramatischen Facts: Das Google-Suchergebnis um einen Platz von 3 auf 2 zu verbessern, bedeutet das 4-Fache an Zugriffen (Durchschnitts/Erfahrungswert in hochkompetitiven Märkten – z.B. Tourismus).

Das Gesetz der „Tiny Gains“

Dies bedeutet aber auch in Folge mehr qualitative Besucher, höhere Conversions und mehr Leads. Für ein 4-Stern Superior Hotel in einem Wintersportort ist es also sehr wohl von Bedeutung, ob man bei relevanten Suchbegriffen auf Platz 2 oder 3 liegt und sich so über eine gute Zimmerauslastung freuen kann.

Und jetzt kommt das Gesetz der *tiny gains* ins Spiel: Warum können laufend (monatlich, wöchentlich, täglich) durchgeführte kleine Verbesserungen den Sprung nach vorn nahezu garantieren? Und warum reicht

es nicht, mit 85% Zielerreichung zufrieden zu sein und hier zu verharren? Wer das technische Verbesserungspotenzial nicht nützt, der verzichtet auf schnellere Ladezeiten (vor allem mobil) und riskiert fehlerhafte bzw. unpassende Zielseiten.

So stellt man die Geduld seiner User auf eine harte Probe und kämpft gegen eine hohe Absprungrate. Wer jeden Tag etwas besser wird, macht in Summe einen großen Sprung nach vorn, weil das Internet täglich „verzinst“.



© Widerhall

Jörg Hasenleithner, GF der Unternehmensberatung und Agentur Widerhall.