



Global Networking

Web 2.0 ist derzeit das „Zauberwort“ für alle Bereiche, nicht nur des Marketings. Dabei ist der Begriff, von mySpace bis google, zu weitläufig, um überhaupt noch als Schlagwort zu dienen. Zwischen Anwendungen wie Wikis, RSS Feeds, Blogs und Social Bookmarking stellt sich die Frage, wie Werbung und Vertrieb des eigenen Unternehmens sinnvoll von den neuen Möglichkeiten des Web 2.0 profitieren können. Die Pflege eines sozialen Netzwerks, nutzergenerierte Inhalte und Crossmedia zeichnen das „Mitmach-Web“ aus und machen es für den Verkauf und die Marketingabteilung gleichermaßen interessant.

Braucht mein Unternehmen einen Corporate Blog für Marketing, PR und das User Feedback? Möchte meine Firma per Social Networking oder durch eine eigene Community den internen Austausch von Kontaktinformationen fördern? Und muss es ein Wiki zur Dokumentation von unternehmens-eigenem Know-how sein? Die Firma *Europages*, führende europäische B2B-Suchmaschine, erklärt, wie sie ihre Internetplattform Web 2.0 tauglich gestaltet – und welche Kommunikationsstrategie dahinter steckt.

Europages – der Netzwerkgedanke

Europages ist mit den in ihm referenzierten Unternehmen ein Spiegelbild des europäischen Wirtschaftsgeflechts. Dieser dem Geschäftsmodell zugrunde liegende Netzwerkgedanke hat *Europages* dazu bewogen, in Web 2.0-Dienste zu investieren: Auf myEuropages zum Beispiel können ab 2008 sowohl Inserenten als auch Nutzer der Suchfunktion ein eigenes Profil erstellen, Unternehmensinformationen wie Firmenadresse und Logo aktualisieren sowie sich über die Rentabilität des eigenen Eintrags informieren, ohne *Europages* kontaktieren zu müssen. Allerdings bedarf es weiterhin des Kontakts zu einem *Europages* Berater, um kostenpflichtige Dienste zu buchen oder abzubestellen.

Living on video

Auch die Videooption fällt unter nutzergenerierte Inhalte und ist ein Web 2.0 typisches Mittel, multimedial auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen. Der *Europages* Videospot zum Beispiel ist eine

animierte Präsentation der in *Europages* annoncierenden Firmen, um Produkte und Dienstleistungen vorzustellen. Die komplette Produktion des Spots übernimmt *Europages* – von der Suche der passenden Bilder auf der Webseite des Kunden über das Verfassen des Textes und des Story-Boards bis zum Einfügen von Videoeffekten. An-

schließend wird der Text in sechzehn Sprachen übersetzt und über einen Link auf der Webseite des Inserenten zugänglich gemacht.

Für Produkte und Dienstleistungen effizient werben

„User generated content“ bedeutet bei *Europages* auch, seinen Nutzern Raum für das Einstellen von Fallstudien und Anwendungsbeispielen anzubieten. Marketing und Verkauf können so zusätzlich und kostenlos auf Produkte und Dienstleistungen aufmerksam machen. Und der Steller von Suchanfragen erhält bei seiner Suche etwa nach einem Werbemittelhersteller in den Niederlanden nicht nur die Kontaktdaten entsprechender Unternehmen, sondern wird zusätzlich über das Portfolio des Unternehmens informiert, ohne sein Geschäftsverzeichnis zu verlassen. *Europages* selbst verfügt zunehmend über eine Vielzahl an Dokumenten zum Know-How von Firmen aus unterschiedlichsten Bereichen – und steigert so seinen eigenen Wert als spezialisierte Suchmaschine.

Sichere Dienste

Gleichzeitig bedeutet dieses Web 2.0 typische Einstellen von Daten durch den Nutzer für *Europages*, ausführlichere und stets aktualisierte Informationen über Geschäftsfelder seiner Inserenten zu erhalten, um das eigene Dienstleistungsportfolio weiterzuentwickeln – um dann im Bereich Cross Media für seine Kunden aktiv zu werden. *Europages* selbst nutzt zahlreiche Kooperationspartner wie eStara für die kostenlose



Paolo Giuri
Generaldirektor der Firma Europages

Europages lässt Inserenten und interessierte Firmen europaweit miteinander in Kontakt treten und unterstützt so Import- und Exportaktivitäten aktiv. Ähnlich wie die Gelben Seiten (zu den Aktionären von *Europages* zählen drei der bedeutendsten Herausgeber der Gelben Seiten in Europa, darunter auch die DeTeMedien) können so etwa Hersteller von Werbemitteln europaweit kostenlos gesucht werden. Anders als in nationalen Verzeichnissen stehen mit *Europages* derzeit 900.000 Unternehmen in 35 Ländern auf einmal zum Abruf bereit und sind in 26 Sprachen zugänglich, so dass ein in *Europages* referenziertes Unternehmen unabhängig von der Sprache, in der die Suchanfrage gestellt wurde, gefunden wird.



Internet

Anruf-Option oder maporama für die Kartenfunktion und den Routenplaner-Service. Dem Nutzer kostenloser Dienste stellt sich hier die Frage nach der Datensicherheit. Denn natürlich helfen die vom Nutzer gestellten Suchanfragen *Europages* dabei, ein besseres Verständnis vom Datenfluss und der Webnutzung seiner Kunden zu erhalten, um demgemäß sein eigenes Online-Angebot auszurichten. Die *Europages* Verkaufsleiter werden ständig mit aktualisierten Auskünften zu Suchanfragen und Wirtschaftlichkeit etwa von Werbeschaltungen versorgt, um dem entsprechend zu agieren.

Aktivitätsanalysen sorgen für Transparenz

Zur Analyse der Webaktivitäten hat *Europages* Dataminging-Experten eingestellt. Nutzer und Inserenten profitieren davon in Form detaillierter Statistiken. Dazu zählen Metainformationen wie die Anzahl einzelner Besucher pro Tag, die Anzahl der gestellten Suchanfragen, der aufgerufenen Seiten, der angefragten Branchen und Rubriken, die geografische Herkunft der Aktivität oder auch die Anzahl der Kontakte. Die Ergebnisse dieser Aktivitätsanalyse sorgen für Transparenz, die dann wiederum *Europages*-Kunden zugute kommt – vor allem in Hinblick auf den Return of Investment des inserierenden Unternehmens. Dabei greift *Europages* auf den weltweit führenden Lösungsanbieter für die Auslieferung und Beschleunigung von Online-Content und Geschäftsprozessen zurück: durch Akamai erkennt *Europages*, ob etwa ein Internetuser oder eine Suchmaschine auf seine Dienstleistungen zugreift, sodass Zugriffe

auf Annoncen nunmehr in Echtzeit gemessen werden, um präzise Auskunft über die Rentabilität einer Einschaltung zu geben. Für den Nutzer der B2B-Suchmaschine beschleunigt diese Technologie zudem die Antwortzeit bei Suchanfragen.

So werden Sie gefunden

Nutzer von Amazon A9 System oder Google kennen Web 2.0 typische „lernfähige“ Funktionen bereits; *Europages* versucht sich an einer umfangreicheren Nomenklatur. Um die Relevanz und Vollständigkeit der Suchergebnisse zu verbessern und die Sichtbarkeit der Inserenten zu erhöhen, hat sich etwa die so genannte „Volltextsuche“ als häufig unzureichend erwiesen. Denn die damit erzielten Suchergebnisse sind zum Teil unvollständig, und im Falle eines Tippfehlers wird überhaupt kein Ergebnis gefunden. Elemente der Linguistik, Statistik und Mathematik werden so miteinander kombiniert, dass Worte unabhängig von ihrem Modus, Genus, ihren Synonymen, etymologischen Wurzeln beziehungsweise phonetischem Klang gefunden werden. Die Integration von Lexika und Wörterbüchern ermöglicht es, weitere Suchergebnisse im Zusammenhang mit der durchgeführten Suche anzugeben. 2008 wird die Nomenklatur von *Europages* beispielsweise über 35.000 in sechzehn Sprachen übersetzte Schlüsselbegriffe enthalten. Gerade Unternehmen, die seltene und sehr spezifische Waren herstellen oder solche Dienstleistungen anbieten, profitieren von einer umfassenden und präzisen Taxonomie. Mit seiner Form des „semantischen Web“ weist *Europages* in die Zukunft des Web

2,0 und Web 3.0. „Hier knüpfen unsere Bemühungen um eine in Nomenklatur und Taxonomie optimierte Suchmaschine an“, erklärt Paolo Giuri, Generaldirektor von *Europages*. „Dabei versichern wir uns selbst ständig, mit *Europages* durch die großen Suchmaschinen wie Google oder Yahoo indexiert zu sein und unter den ersten Links gelistet zu werden. Denn davon profitieren in Folge vor allem unsere Inserenten.“ Ob allerdings *Europages 2.0* auch mit Mobiltelefonen kompatibel sei, verneint Paolo Giuri bislang: „Diese Funktion ist bislang nicht Teil unserer Web 2.0-Strategie, aber wir sind für alles offen, was unsere Kunden im Netz der Zukunft weiterbringt.“ ■ *Julia Isken*

Europages GmbH
D – 82152 Martinsried
Tel.: 089-452285-111
Fax: 089-452285-110
eMail: kontakt@europages.de
www.europages.com
www.europages.de

2 / 2

Copyright (Dedica) No reproduction without authorisation

EUROPAGES GER