# Suchen und Finden



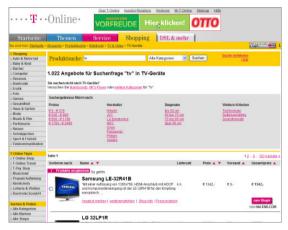
#### Die Suche verändert sich rasant:

### Sie ist künftig Form der Navigation, bedeutender Vertriebskanal und Bestandteil neuer Produkte

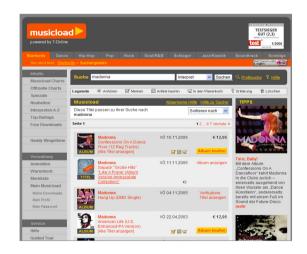
	Früher	Heute	Morgen
Produkt Positio- nierung	• Einfaches Website- Feature zur Organisation von Content	• Eigenständiges Produkt mit verschiedensten Features und Auspräg- ungen: Suchräume, lokale Suche, etc.	<ul> <li>Schlüssel-Produkt: Suchmaschinen werde zu Portalen</li> <li>Bestandteil neuer Produktwelten der TOI</li> </ul>
Rolle des Kunden	<ul> <li>Geringe Akzeptanz aufgrund Trefferungenauigkeit</li> </ul>	<ul> <li>Hohe Akzeptanz und steigende Anforder- ungen an Features</li> </ul>	<ul> <li>Suche wird sich als alternative Navigation etablieren</li> </ul>
	<ul> <li>Niedrige Bedeutung von Marke für Suchauswahl</li> </ul>	<ul> <li>Suche wird zunehmend Ausgangspunkt für Online Sessions</li> </ul>	<ul> <li>Kunde bringt Suche zunehmend Vertrauen entgegen</li> </ul>
Reichweite/ Mone-	<ul> <li>Kein Suchmaschinen- Marketing</li> <li>Suche als</li> </ul>	<ul> <li>Erkennen von Suche als Reichweiten- generator</li> <li>Eingeschränkte</li> </ul>	<ul> <li>Suche wird Vertriebskanal, generie und hält Traffic im Netzwerk</li> </ul>
tarisierung	Reichweiten- generator unerkannt	Zuführung von qualifizierten Traffic	Suche generiert direkt und indirekte Umsätze



### Die Produktsuche bei T-Online: Einfach und zuverlässig.



**Shopping-Suche im Portal** 



Musik-Suche bei Musicload



Shopping-Suche im Suchportal



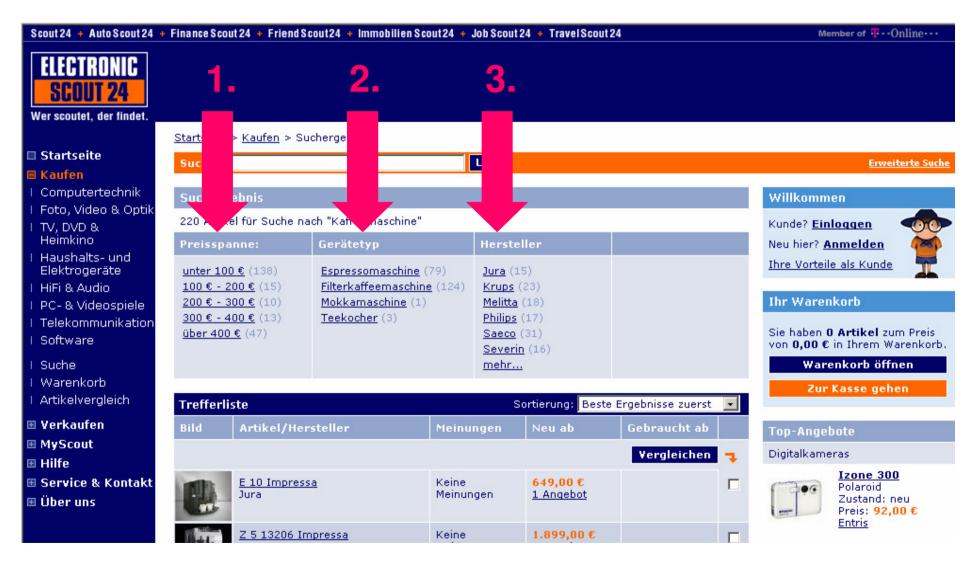
Musik-Suche im Suchportal



Anzeige von T-Online-Produkten in der Websuche



# Was bedeutet das für die Präsentation von Produkten? Fokussieren auf das Wesentliche.



## Suchen und Finden

