

Kundenbindung über das Internet

Möglichkeiten des aktiven Onlinemarketings

01.11.2006

Dipl.-Verw. Ök. (FH) Katharina Neuber

Definition:

- Unter Onlinemarketing versteht man alle Marketingaktionen, die mit Hilfe des Internets erfolgen.
 - E-Mail-Marketing
 - Suchmaschinen-Marketing
 - Affiliate-Marketing

Ziel:

- Steigerung der Besucher auf der Homepage (Ansprache potentieller Kunden)
- Steigerung des Bekanntheitsgrades, Image
- Umsatzsteigerung/Gewinnsteigerung
- Verringerung von Streuverlusten
- Zeit- und Kostenersparnis

Definition:

- Versand von Marketingbotschaften via E-Mail

Vorteile

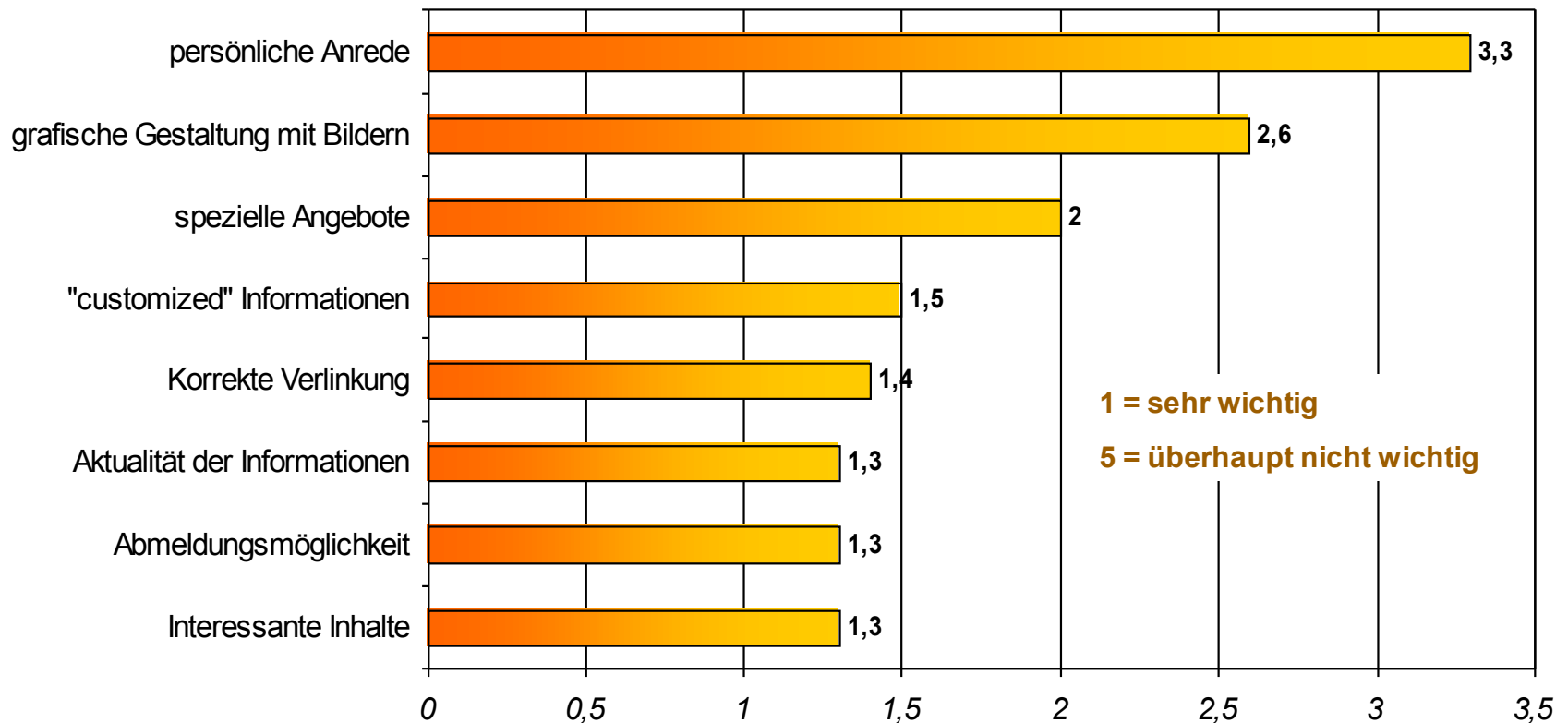
- Zielgerichtete und individuelle Kundenansprache
- Kostengünstig und breit streubar

Bitte beachten:

- Immer als Permission-Marketing also mit Erlaubnis des Kunden
- Double-Opt-in und Opt-out Funktion für den Kunden

Erfolgsfaktoren für Werbemails/Newsletter*:

Wichtige Aspekte (Mittelwerte)



* Online-Umfrage von 434 Usern durch www.marketagent.com im August 2003

Definition:

- Suchmaschinen Marketing, auch SEM (Search Engine Marketing) genannt, impliziert alle Aktivitäten zur zielgruppenspezifischen Gewinnung von Besuchern für eine Homepage über den Einsatz von Suchmaschinen.

Instrumente:

- Suchmaschinenoptimierung/SEO (Search Engine Optimization)
- Suchmaschinenwerbung

Ziel:

- Homepage auf den Ergebnisseiten bestimmter Suchmaschinen, nach dem Eintrag eines für die Homepage relevanten Suchwortes, sehr weit vorn zu listen

- Maximale Sichtbarkeit der eigenen Homepage durch geschicktes Suchmaschinen-Management
- Eintragung der Homepage in den wichtigsten Suchmaschinen
 - www.google.de
 - www.search.msn.de
 - www.altavista.de
 - www.yahoo.de
 - www.fireball.de
 - www.lycos.de
 - www.web.de
- Wie komme ich mit meiner Homepage auf die vordersten Plätze der Resultatliste?
 - Meta-Tags (Wörter, Phrasen, die den Inhalt der Seite kategorisieren)
 - Doorway Pages (enthalten schnelle versteckte Weiterleitungen, die auf Webangebot verweisen)
 - Adwords (auffällige Kennzeichnung eines Eintrages zur optischen Abhebung)

- Wenn Sie Produkte oder Dienstleistungen auf Ihrer Homepage anbieten, müssen Sie zunächst Ihre Homepage bewerben!

Dazu gehören:

- Geeignete Wahl der Domain (Name der Internetseite)
- Eintragen in Suchmaschinen und Verzeichnisdiensten
- Werbung für die eigene Homepage auf fremden Seiten
- Cross-Media (Werben für die Website auf anderen Werbemedien)
 - Briefbögen
 - Flyer
 - Visitenkarten
 - Präsentationsmappen

Testen Sie kostenlos die Suchmaschinentauglichkeit Ihrer eigenen Website unter:

[www.seekport.de/seekbot/!](http://www.seekport.de/seekbot/)

Definition:

- Nutzung zahlreicher Partner zur wechselseitigen Vermarktung von Produkten

Vorteile

- Provision durch erfolgreich vermittelte Transaktionen
- Kostenersparnis durch geringere Werbeausgaben
- Steigerung des Bekanntheitsgrades durch wechselseitige Verlinkung der Internetseiten

Bitte beachten:

- Möglichkeit der Erfassung und Abrechnung der Umsätze und Transaktionen

- Versicherungsunternehmen werben auf den Seiten von Reiseanbietern
- Autovermietungen werben auf den Seiten von Reiseunternehmen
- Softwareproduzenten werben auf der Seite von Computerherstellern

Werbeformen im Internet:

- Werbung per Text
- Werbung per Bild
- Werbung per Ton

Beispiele:

- Banner (grafische Animation, die eine Werbebotschaft kommuniziert)
 - www.wernigerode-ag.de
- Pop up
 - www.business24.com
- Link
 - www.wernigerode-ag.de/site/news/pressestimmen/oktober/index.php

- Umsatz in elektronischen Handel im Jahr 2004 um 76% auf 202,6 Milliarden € im Vergleich zum vergangenen Jahr angestiegen (Quelle: EITO im Auftrag des BITKOM)
- 89% davon B2B-Transaktionen

Funktionen für Online-Shops:

- Begrüßung
- Personalisierung
- Produktkatalog
- Warenkorb
- Bestellung
- Auftragsausführung

Vorteile:

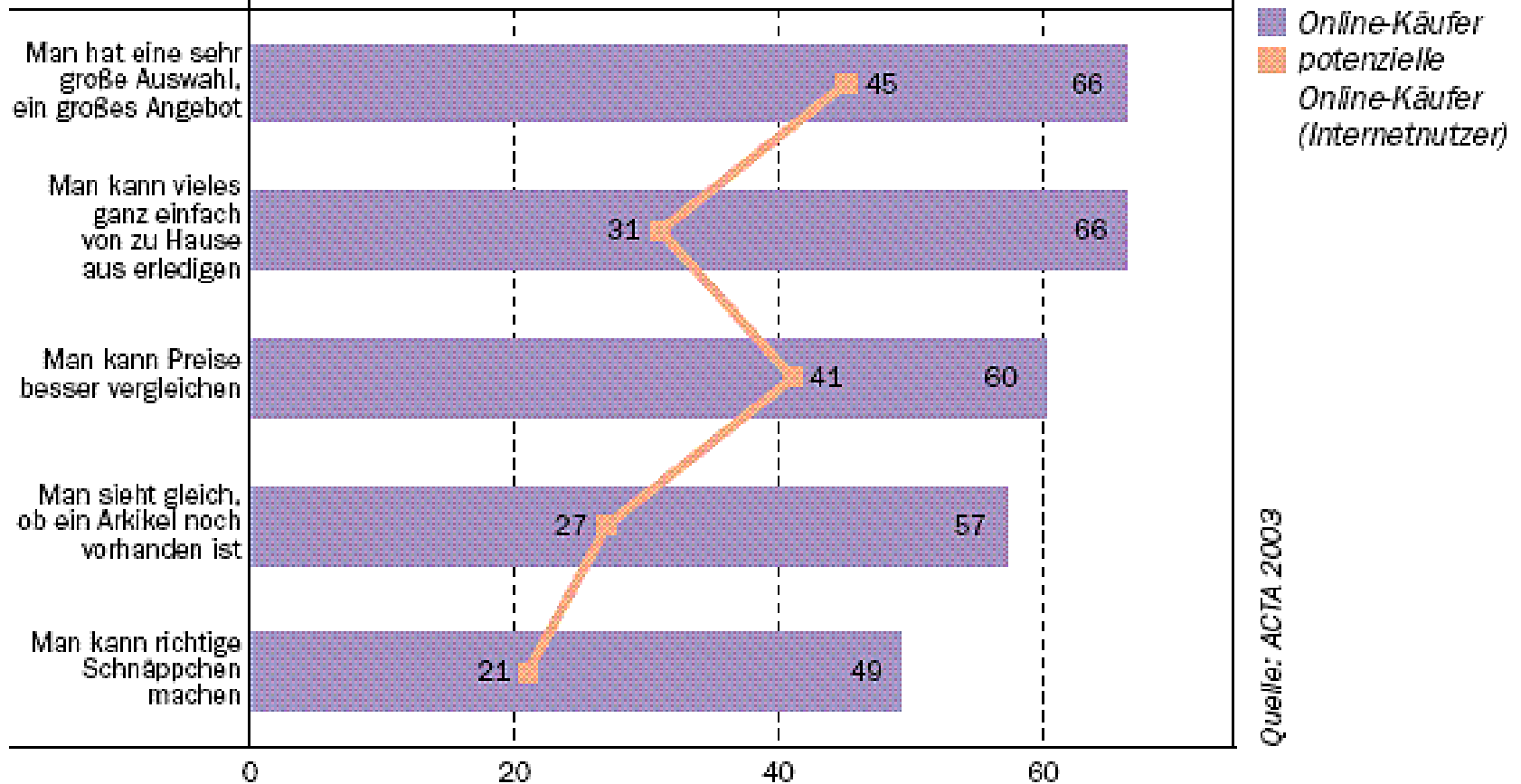
- Bequemlichkeit für den Kunden
 - Rund um die Uhr
 - Von zu Hause aus
 - Vielzahl von Informationen
 - Vergleichmöglichkeiten
- Kostenvorteile durch Direktvertrieb (Ausschaltung von Absatzkanälen)

Nachteile:

- Mangelndes Vertrauen seitens der Kunden
 - unpersönlich
 - Mangelnde oder schlechte Erfahrungen
- Finanzielle Risiken

Unterschiedliche Einschätzung der Vorteile des E-Commerce

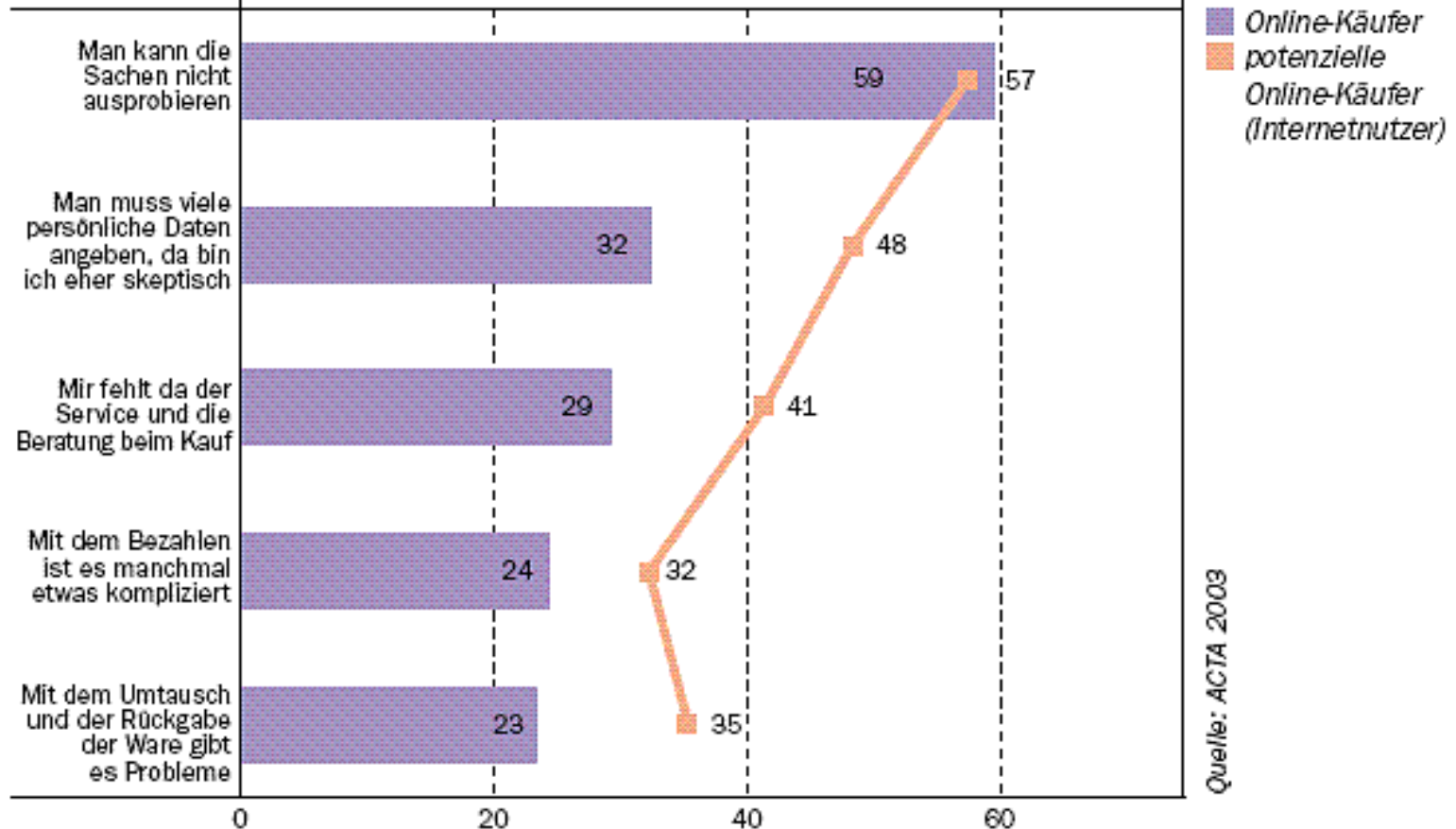
Basis: Gesamtbevölkerung 14-64 Jahre; Angaben in Prozent



Quelle: ACTA 2003

Unterschiedliche Einschätzung der Nachteile des E-Commerce

Basis: Gesamtbevölkerung 14-64 Jahre; Angaben in Prozent



Quelle: ACTA 2003



- In Form von Bildern
 - Verschiedene Ansichten
 - 3-D-Animation
 - Technische Zeichnungen
- Online-Kataloge
 - Als PDF-Dokument
 - Zum Download zur Verfügung stellen
- Beschreibung in Textform
 - Vor allem bei komplexen Produkten und Dienstleistungen
- In Form eines Kurzfilmes
 - Erlebnisbericht
 - Werbespot etc

Definition:

- PR = Public Relations (wörtlich öffentliche Beziehungen)
- Öffentlichkeitsarbeit über das Medium Internet

Ziel:

- Öffentliche Akzeptanz erzeugen
- Steigerung von Wertschätzung und Image

Umsetzung:

- Bereitstellung von Informationen für die breite Öffentlichkeit und spezielle Zielgruppen wie Journalisten, Investoren, Aktionäre
- Kommunikation über das Internet

Werden Sie persönlich!

Wernigerode_AG

- Personalisieren Sie Ihre Internetseite
 - Fotos der Ansprechpartner
 - Werdegang als PDF-Dokument zum Download
- Geben Sie dem Besucher ein vertrautes Gefühl
- Machen Sie sich und das was Sie tun für den potentiellen Kunden transparent
 - Presseschau, Termine, Firmengeschichte, Finanzdaten, Anfahrtsskizze, Links zu Partnern...

Ihre Ansprechpartnerin für PR und Marketing



Dipl. Verw. Ök. (FH) Katharina Neuber

PR-Managerin

E-mail: kn@wernigerode-ag.de

Tel.: 0 39 43 / 93 58 01

Tun Sie gutes und reden Sie darüber!



Wernigerode_AG

- Sie können noch so tolle Ideen, Produkte, Veranstaltungen haben – Wenn Sie das nicht kommunizieren, wird es niemand erfahren!
- Journalisten sind Ihre Freunde! Geben Sie Ihnen Grund zu kommen und **KOSTENLOS** über Sie zu berichten.
- Veröffentlichen Sie News im Internet
 - Präsentation eines neuen Produktes
 - Tag der offenen Tür
 - Spenden für Vereine, Verbände, wohltätige Zwecke
 - Veranstaltungen an denen Sie teilnehmen oder die Sie selber organisieren
 - Messen (welche werden Sie besuchen)

www.openpr.de

- täglich 5-stellige Anzahl von Besuchern
- ständig steigende Zahl von Abonnenten der Email-Abonnements und des RSS-Newsfeeds
- unter den Top 10 der „most popular sites“ im Bereich Pressemitteilungen – zur Zeit auf Platz 2
- erreicht eine große und stetig steigende Zahl von Entscheidern und Multiplikatoren
- interessante Plattform für Unternehmenskommunikation
- Meldungen erscheinen in der Regel bereits wenige Minuten nach ihrer Veröffentlichung bei Google News
- openpr kostenlos gegen Nachweis eines openPR-Backlinks auf Ihrer Homepage Information, wie oft Ihre Meldung direkt auf der openPR.de Seite aufgerufen wurde, wie oft aus ihr ein PDF erstellt, wie oft sie ausgedruckt und wie oft sie per EMail verschickt wurde
- Kontakt sinnvoller Weise erst nach einem aussagefähigen Betrachtungszeitraum (ca. 1 - 3 Wochen nach Veröffentlichung) unter [service\(at\)openpr.de](mailto:service@openpr.de) mit Angabe der URL der betreffenden PM



<http://at-de.i-newswire.com>

- publiziert nur die interessantesten News und nimmt Abstand von "Spam Mitteilungen,,
- Editoren prüfen Ihre Mitteilung, und veröffentliche diese über unser Portal
- "Source Partner" vieler Newsportale, was maximale Distribution bedeutet
- kostenlose Tipps für das Schreiben erfolgreicher Pressemitteilungen
- Suchfunktion nach Firmen und/oder Pressemitteilungen



www.portalerwirtschaft.de

- Möglichkeit Produkte und Dienstleistungen kostenlos zu präsentieren
- Möglichkeit Personen kostenlos zu präsentieren
- Möglichkeit Unternehmen kostenlos zu präsentieren
- Suchfunktion nach Firmen und/oder Pressemitteilungen
- Speicherfunktion der Pressemitteilungen
- Messeübersicht



www.news4press.com

- kostenlose Resonanzanalyse
 - Voraussetzung: Mitgliedschaft (auch kostenlos)
 - Zeigt Anzahl der Downloads der Pressemitteilung seit der Einstellung
- bereits veröffentlichte Meldungen können noch Monate später bearbeitet und verändert werden
- verteilt die Pressemeldungen via Internet-Portal, Newsletter, Suchdienst-Speicherung und an Redaktionen, Journalisten und Interessierte
- News4Press.com pflegt Contentpartnerschaften mit NewsAktuell.de, NewsAktuell.ch, openpr.de, pressrelations.de und businessportal24.de

www.firmenpresse.de

- Pressemitteilungen werden in der Datenbank unter der zugehörigen Branche abgelegt
- neben reinen Textinformationen können optional Bilder und weitere Links abgelegt werden
- Redaktionen der Fachmagazine und Zeitschriften werden von FirmenPresse.de automatisch informiert
- hilfreiche Informationen zur Erstellung von Pressemitteilungen und weiterführende Links durch den umfangreichen PressFinder
- Anzeige, wie oft der Beitrag gelesen wurde



www.businessportal24.com

- man kann täglich einen Presseartikel veröffentlichen - registrierte Mitglieder können bis zu zwei Artikel pro Tag publizieren
- Es werden nur Firmen aufgenommen, da dies ein Businessportal für internationale Kontakte ist
- bei anonymen Usern schaltet das Portal Ihren Artikel nach redaktioneller Überprüfung innerhalb von 3-5 Tagen frei
- der autorisierte User hat ein eigenes Login und kann seine Artikel eigenständig und zeitnah veröffentlichen, redigieren und löschen

**Viel Erfolg und vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**