

PRESSEINFORMATION

Web Analytics

Website Statistiken und Nutzerverhalten zielorientiert lesen und auswerten

Um Online-Maßnahmen messbar zu machen, sollten mit Beginn einer Online-Kampagne genaue Ziele definiert und die dafür benötigten Kennziffern der Web-Statistik festgelegt werden. Dabei sind dem Marketing die wichtigsten Zahlen vertraut. So lassen sich mit Beginn der Aktion im Web und während der gesamten Evaluationsphase die Werte segmentieren, verknüpfen und in ein Verhältnis zu bringen, um bereits frühzeitig ein vernünftiges Ergebnis zu erhalten. Aus diesem lassen sich von Marketing und Geschäftsführung den Zielen entsprechende Rückschlüsse ziehen.

Web Controlling lässt sich in vier Analyse-Bereichen unterteilen. Für jeden gibt es ausschlaggebende Messwerte bzw. Kennziffern, sog. KPIs (Key Performance Indikatoren)

1. e-Commerce/Online-Shops (Verkauf von Dienstleistungen oder Produkten)

- durchschnittlicher Bestellwert pro Kunde
- durchschnittliche Anzahl der bestellten Produkte pro Kunde
- von welcher Werbemaßnahme kam der Kunde und wie viel hat diese gekostet
- durchschnittlicher Wert von Kunden, die den Kaufvorgang vorzeitig abgebrochen haben
- und weitere

2. Generierung von Leads (potentielle Kundenkontakte sammeln)

- durchschnittliche Kosten pro generiertem Kundenkontakt
- Qualität des Kontaktes
- Erfolgsrate je Werbemaßnahme
- und weitere

3. Content/Inhalt (interessierte Besucher auf die Seite führen und mit gutem Inhalt binden)

- durchschnittliche Anzahl der Seitenaufrufe pro Besucher
- Besucheranstieg in Zeitraum „XY“ in %
- Quellen der Besucher (z.B. Suchmaschinen, verweisende Links, Banner-Werbung, usw.)
- durchschnittliche Verweildauer pro Besucher
- und weitere

4. Support-Sites (Qualität der Beantwortung von Online-Anfragen und Support)

- Verhältnis von neuen bzw. wiederkehrenden Besuchern
- Frequenz der Nutzung des Anfrageformulars im Zeitraum „XY“
- Abbruchrate beim Ausfüllen des Formulars
- und weitere

eMBIS GmbH, Blumenstr. 25, 85399 Hallbergmoos

Ansprechperson für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

KommuStra, Kommunikations-Strategien Katrin Schneider

Am Schwimmbad 3a, 85356 Freising, 0179 - 14 39 233, schneider@kommuStra.de

PRESSEINFORMATION

Sind diese Zahlen vorhanden, lassen sich Rückschlüsse über die Nutzungsweise und –dauer ziehen:

- Welche der Online-Marketingmaßnahmen brachte mir die meisten Besucher allgemein? Welche Maßnahme brachte mir die meisten Besucher, die sich meine Seite genauer angesehen haben? Und woher kamen die Besucher, die tatsächlich auch einen Kauf getätigt haben?
- Welche meiner Angebote konnten am stärksten begeistern?
- An welcher Stelle wurde der Kontakt zu meiner Seite am Häufigsten abgebrochen?
- Welche Frage des Kaufvertrags wurde sehr selten beantwortet? Haben die User an dieser Stelle die Handlung auffällig oft abgebrochen? Sollte diese Frage gestrichen oder umformuliert werden?

Je intensiver sich ein Anwender mit den vorhandenen Statistiken beschäftigt, desto genauer können die eigenen Online-Maßnahmen hinterfragt und verbessert werden. Gerade kleinen und mittleren Betrieben sind die Analysemöglichkeiten zwar ein Begriff, der wirklich Umfang aber unbekannt. Durch einführende Schulungen ist es allen Gewerbetreibenden mit einem Online-Auftritt möglich, mehr auf der eigenen Seite zu sehen, als ein ansprechendes Design, das zur Corporate Identity passt und soundso oft aufgerufen wird. Denn Ziel ist es nicht nur die monatlichen Aufrufe zu steigern, sondern die Nutzer auf der Seite zu halten und durch die richtige Ansprache sowie die passende Angebotsplatzierung zum Kauf zu animieren.

Aktuelle Informationen zu Weiterbildungsmöglichkeiten und Seminaren zu den Themen Web-Analytics, Suchmaschinenoptimierung und Online-Marketing Strategien finden Sie unter www.embis.de. Durch die Erweiterung des Seminarangebots um den Bereich „Web Analytics - Website Statistiken zielorientiert lesen und auswerten“ bedient der Seminarexperte Markus Bockhorni ab sofort alle wesentlichen Aspekte für erfolgreiches Online-Marketing.

Haben Sie noch Fragen?

Sie erreichen mich unter

Katrin Schneider

Mobil: 0179-1439233

E-Mail: schneider@kommuStra.de

eMBIS GmbH, Blumenstr. 25, 85399 Hallbergmoos

Ansprechperson für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

KommuStra, Kommunikations-Strategien Katrin Schneider

Am Schwimmbad 3a, 85356 Freising, 0179 - 14 39 233, schneider@kommuStra.de