

Webkonzeption I - Der Internetauftritt Online Marketing Strategie

BFI Wien, 27.05.2014



Veronika, das bin ich....

Seit 15 Jahren im Marketing, Online Marketing,
Portalmanagement, Projektmanagement

Privat eine Hobby Kräuterhexe, die in Wolkersdorf wohnt und
verheiratet ist.

Ein wenig genauer:

- Handelswissenschaften an der WU-Wien
- MBA in Marketing Management an der Kepler Uni Linz
- Jetzt gerade – Online Media Marketing an der Donau-Uni Krems

Meine Arbeitsstationen:

- RZB – New Media Marketing
- A1 – Portal Management, Innovations Produktmanagement,
Strategisches Marketing, Service Design
- Immobilien.net – COO, Marketing & Sales



Veronika.a.geyer@gmail.com



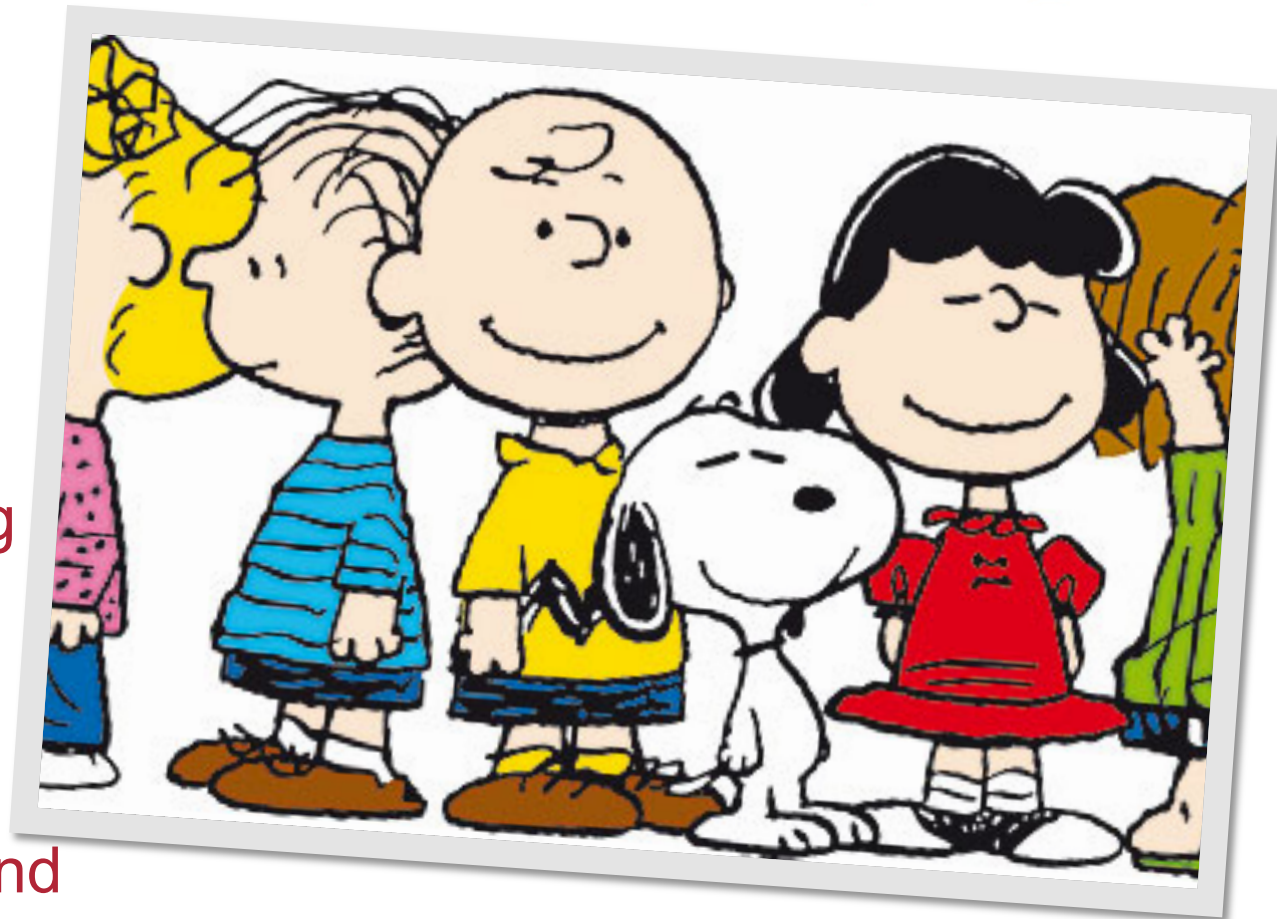
www.kraeutergenuss.at
Facebook.com/kraeutergenuss

Wer seid ihr?

Was macht ihr?

Habt ihr Marketing
Erfahrung?

Hatte schon jemand
Berührungspunkte mit
Online Marketing?





Das haben wir heute vor

08:30h bis 9:00h – Vorstellungsrunde

09:00h bis 09:45h - So wird das Internet genutzt.

09:45h bis 10:00h – Pause

10:00h bis 11:00h – Die wichtigsten Begriffe des Online Marketings

11:00h bis 11:10h – Pause

11:10h bis 12:30h – Geschäftsmodelle im Internet – Online Marketing Strategie

So wird das Internet genutzt



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

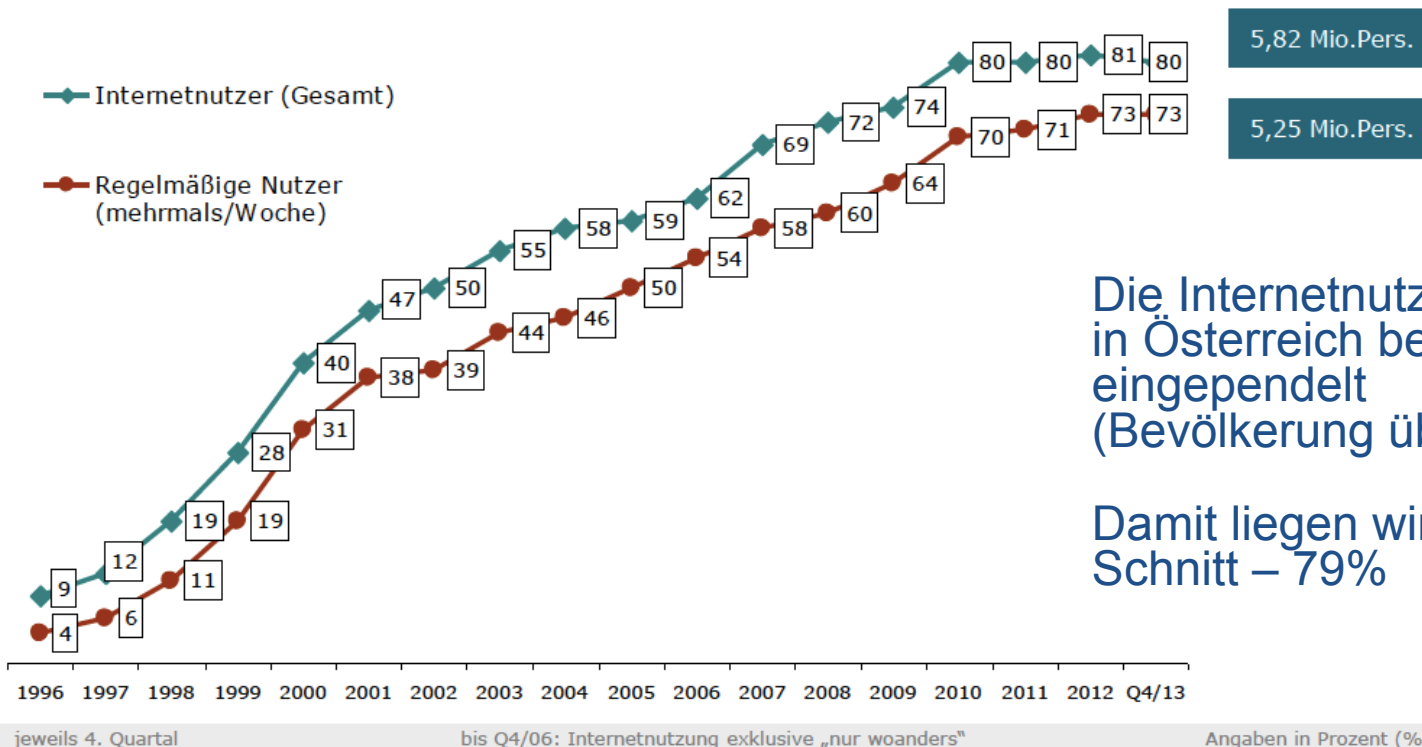
Die beste Quelle für Österreich: AIM – Austrian Internet Monitor – www.integral.co.at



Internet-Nutzung seit 1996

Frage 14

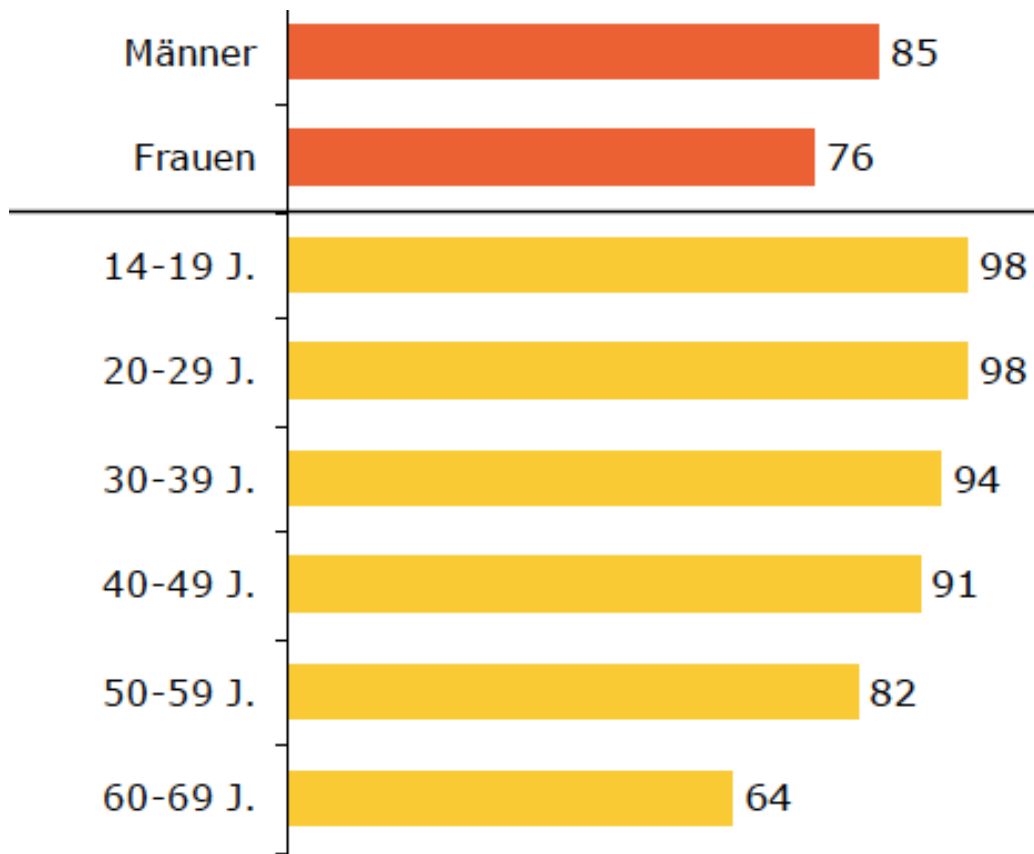
Basis: Alle Befragten



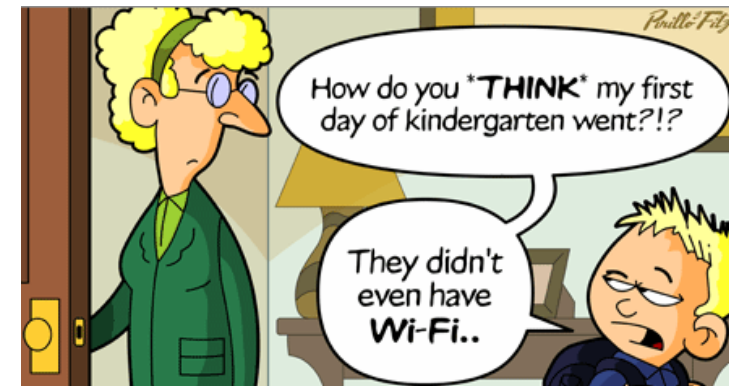
Die Internetnutzung hat sich in Österreich bei ca. 80% eingependelt (Bevölkerung über 14 Jahre)

Damit liegen wir im EU Schnitt – 79%

Ein wenig mehr Männer als Frauen nutzen das Internet



Bei den 14-29 Jährigen liegt die Nutzung fast bei 100%

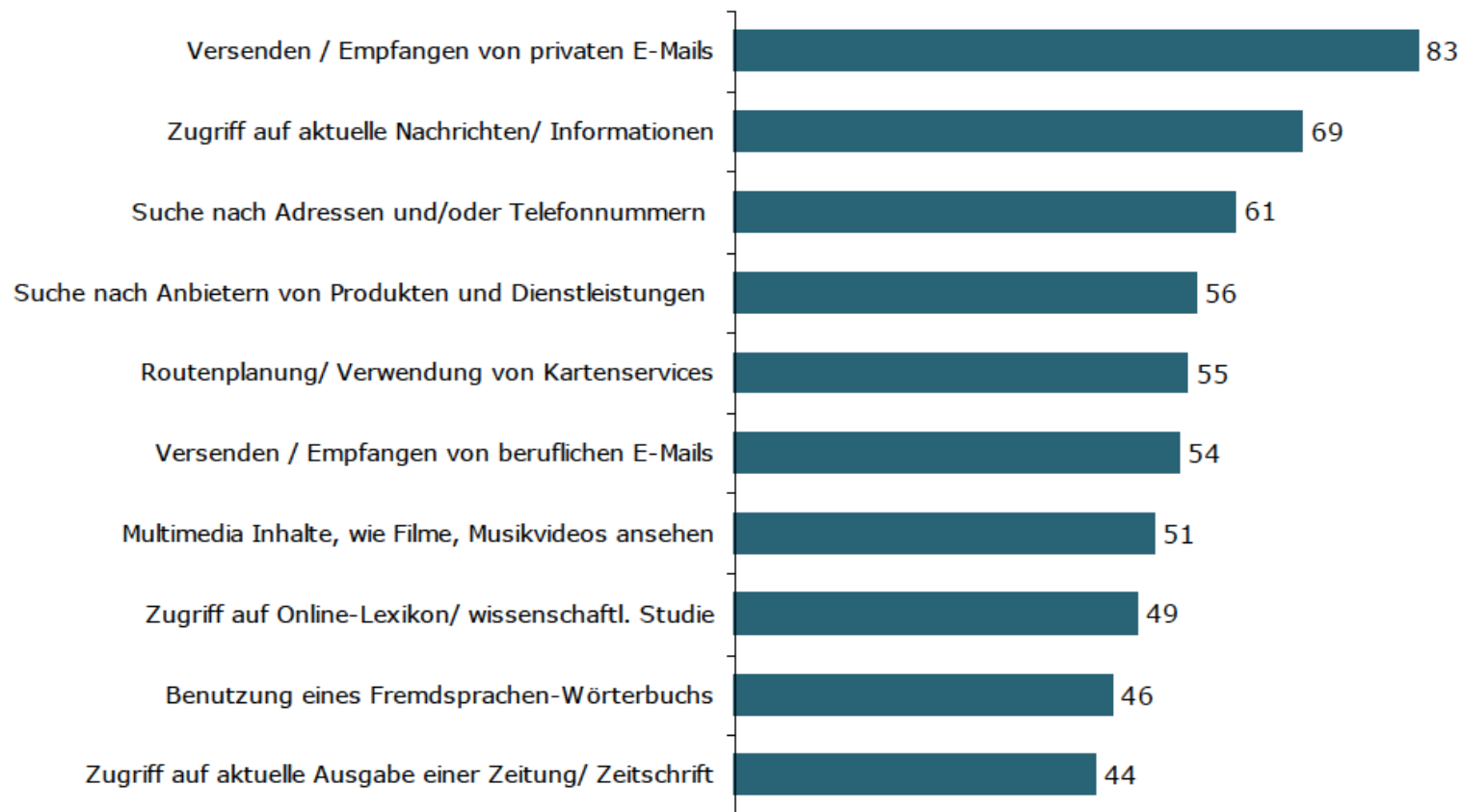


Die Top 10 Nutzungsgründe



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

Versenden und Lesen von Emails ist nach wie vor die wichtigste Nutzung des Internets



Angaben in Prozent (%)

Ein paar weitere Fakten



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

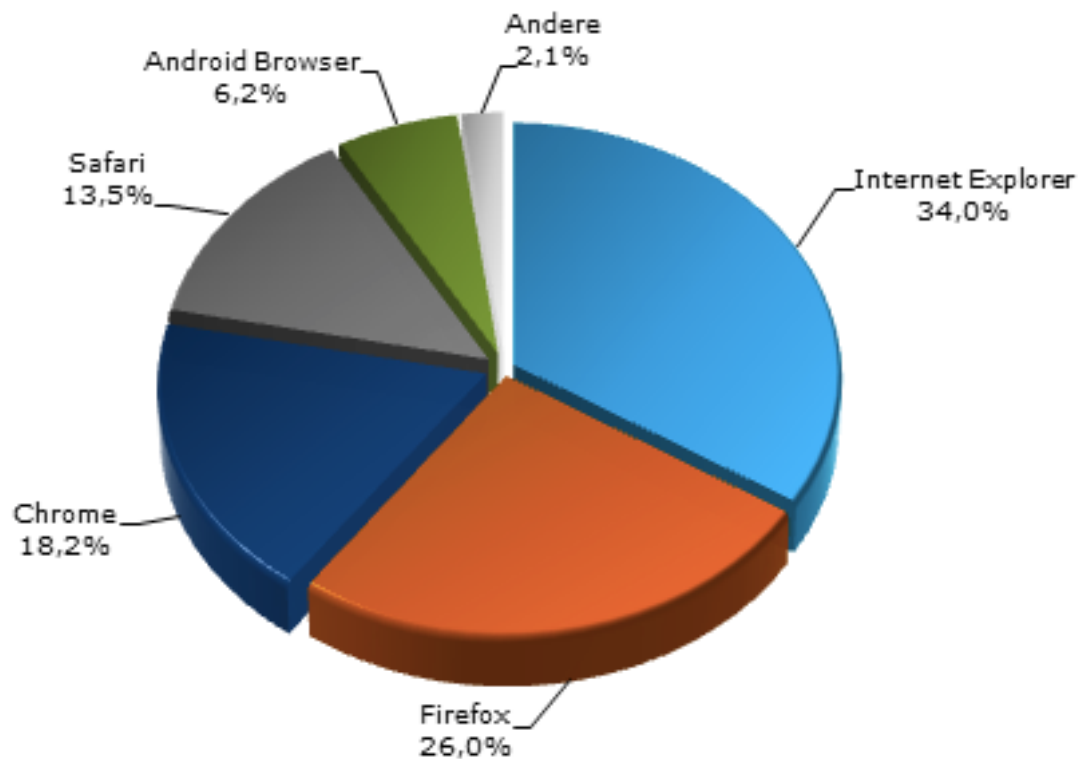
- ❑ 61% nutzen das Internet für Online Shopping
- ❑ 53% der gesamten österreichischen Bevölkerung sind Smartphone Nutzer
- ❑ 54% nutzen E-Government Anwendungen in Österreich.
- ❑ 3.240.000 ÖsterreicherInnen nutzen Facebook
- ❑ 117.000 ÖsterreicherInnen nutzen Twitter



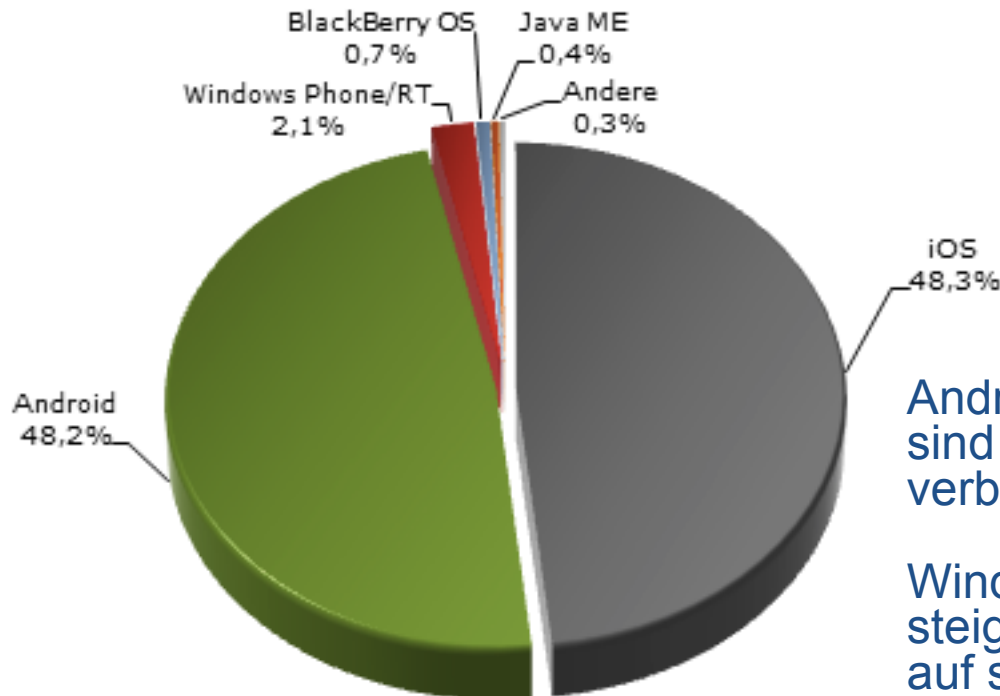
Quellen für Daten zur Internetnutzung:

- AIM – Austrian Internet Monitor von Integral – www.integral.co.at
- Statistik Austria – www.statistik.at
- Eurostat - <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
- Social Media Radar – <http://socialmediaradar.at>
- ÖWA - Österreichische Web Analyse – www.oewa.at

Der Internet Explorer ist im März 2014 immer noch der beliebteste Browser. Doch Firefox, Chrome und Safari holen auf



27,1% der Internet-Nutzung erfolgte mit Endgeräten, die mit einem mobilen Betriebssystem ausgestattet sind: Smartphones, Handys, Tablets, etc.



Android und iOS (iPhone) sind mittlerweile gleich weit verbreitet.

Windows Phone Nutzung steigt, ist aber immer noch auf sehr niedrigem Niveau

Von Lean Back zu Lean Forward Medien



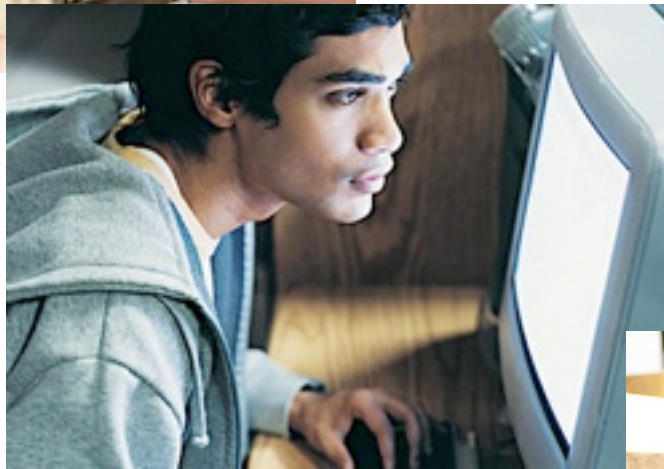
BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.



Lean Back Modus

TV, Radio, Magazine, Bücher sind typische Lean Back Medien

Wir konsumieren passiv.



Lean Forward Modus

PC, Laptop, Tablet, Mobile

Wir suchen aktiv nach Informationen, wir interagieren mit anderen, wir tragen bei.

Mobile Modus

Handy, Smartphone, Tablet

Always on, mobil & aktiv in Social Media



DiSoLoMo – Digital – Social – Local - Mobile

Second Screen – Handy, Tablet oder Laptop werden parallel zu TV genutzt, oder Handy parallel zu Laptop

Internet of Things: Machine – to Machine Kommunikation, Connected Devices

ROPOS – Research Online, Purchase Offline



Der DiSoLoMo Trend



Digital



technorati.com



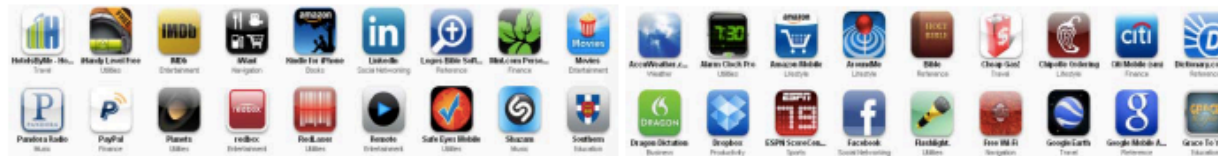
Social



Local



Mobile



Browser

Aus dem Englischen „to browse – durchblättern, sich umschauen“. Software, die zu Abruf und Darstellung von HTML-Seiten aus dem Internet benutzt wird. Z.B. Internet Explorer, Firefox, Opera, Safari usw.

Domain

Adresse eines Online-Angebotes im World Wide Web. Die Domain ist Bestandteil jeder URL.

Der letzte Teil des Host-Name, hinter dem kein Punkt mehr steht. In den USA steht eine Domain häufig für eine bestimmte Zuordnung wie „.edu“ für „Education“, Universitäten usw. oder „.org“ für „Organisation“. In allen anderen Ländern steht die Domain für den Namen des Landes, in dem der Server steht. „.at“ für Österreich, „.de“ für Deutschland, „.uk“ für England.

Domain Name

Der Teil einer URL, der dem „http://www.“ oder „http://“ folgt und durch ein „/“ abgeschlossen wird. In der URL <http://www.iab-austria.at/> ist „iab-austria“ der Domain Name.

Cookie

Kleine Textdatei, die von manchen WWW-Servern beim Besuch einer Internetseite verschickt und auf der Festplatte des Client-Rechners gespeichert wird. Bei einem erneuten Aufruf dieses Servers sendet der vom Internet-Nutzer eingesetzte Browser den zuvor empfangenen Cookie wieder zurück an den Server, der die darin enthaltenen Informationen auf verschiedene Arten auswertet. Per Cookies werden z.B. Werbeeinblendungen gesteuert und Nutzerprofile gespeichert.

Site (Website)

Gesamtbezeichnung für eine Internet-Präsenz eines Anbieters, einer Firma etc. Umfasst alle dazu gehörenden Bildschirmseiten, Webseiten und Dokumente sowie Download-Bereiche.

Homepage

Startseite eines Internet-Angebotes (einer Website). Erste Seite die der Browser aufruft, wenn man die Adresse eingibt.

Sitemap

Gliederung, die auf einen Blick über Umfang und Inhalt einer Website informiert.

XML Sitemap

Dabei handelt es sich um eine Liste die im XML-Format erstellt wird und die alle Unterseiten einer Website enthält. Die XML-Sitemap kann in den Webmaster Tools von Google oder Bing hochgeladen werden, um den Suchmaschinen alle Seiten einer Website zu übermitteln.

Content

Inhalte einer Website: Texte, Grafiken, Fotos Animationen, Downloadangebote oder sonstige multimediale Objekte.

HTML – Hypertext Markup Language

Editiersprache für Internet-Seiten. Mit HTML-Tags können Text und Grafiken so formatiert werden, dass sie vom Browser dargestellt werden. Der Browser verwendet dazu HTTP, mit Hilfe dessen das Programm die HTML-Befehle decodiert.

Hyperlink / Link

Bringen den User aus einem Dokument im Internet zu einem anderen, auf das der Hyperlink verweist. Auch hinter Bildern können sich Hyperlinks verbergen, die man spätestens dann erkennt, wenn man mit der Maus über sie hinweggeht (der Pfeil verwandelt sich in eine zeigende Hand).

Dead Link

Ein nicht mehr funktionierender Link (auch toter Link genannt).

IP Adresse – Internet Protokoll Adresse

Eindeutige Adresse im Internet

Numerisches Gegenstück des Domain-Namens. Jeder Computer im Internet ist durch seine Adresse, eine festgelegte, lange Zahlenfolge, lokalisierbar. Sie besteht aus vier durch Punkt getrennten Zahlen, die jeweils einen Wert zwischen 0 und 255 annehmen können. Bsp. für IPv4: 203.0.113.195

Die IP-Adresse wird verwendet, um Daten von ihrem Absender zum vorgesehenen Empfänger transportieren zu können. Ähnlich der Postanschrift auf einem Briefumschlag werden Datenpakete mit einer IP Adresse versehen, die den Empfänger eindeutig identifiziert.

Die IP Adresse kann man einfach mit Tools wie www.wieistmeineip.de abfragen.

Page Impression

Sichtkontakt mit einer Website, dient als Maß für einen Kontakt. Ein nutzerinduzierter Abruf einer mit einem Zählpixel versehenen HTML-Seite wird gezählt.

Visit

Zahl der zusammenhängenden Zugriffe der User auf das Online-Angebot eines Anbieters. Neu- und Mehrfachkontakte können nicht unterscheiden werden, d.h., ein Visit umfasst daher eine oder mehrere Page Impressions. Der Timeout beim Visit beträgt 30 Minuten. Wenn 30 Minuten lang keine Page Impression erzeugt wurde, wird bei der nächsten Page Impression auch ein neuer Visit erzeugt.

Unique Client

Anzahl der Computer (Browser, Clients), von denen auf eine Website zugegriffen wird. Die Unique Clients werden über permanente Cookies sowie weitere Identifikationsmerkmale ermittelt.

Unique User

Messgröße für die Nutzung einer Website, die angibt, wie viele eindeutige Nutzer ein Werbeangebot in einer bestimmten Zeit hatte. ÖWA Plus rückt den Menschen in Form des "Unique User" in den Vordergrund.

Multi User

Dabei handelt es sich um die Mehrfachnutzung desselben Rechners (Unique Client). Dies kommt vor allem im Haushaltsverband vor.

ISP – Internet Service Provider

Anbieter eines Internet-Zugangs, meist kurz Provider genannt. Als Abonnent kann man sich gegen eine Gebühr einwählen und den Zugang zum Internet nutzen. zB. A1, Tele2, UPC, etc.

Keyword

Im Zusammenhang mit Suchmaschinen verwendet. Der bei einer Suchanfrage vom Benutzer eingegebene Begriff wird mit dem Datenbestand der Suchmaschine verglichen und als Treffer auf einer oder mehreren Seiten ausgegeben.

SERP – Search Engine Result Page

Suchmaschinenergebnisse nach Suche eines Begriffs.

Seite mit den aufgelisteten Suchmaschinenergebnissen. Um möglichst viel Traffic auf die eigenen Seite zu ziehen, ist die Optimierung der eigenen Darstellung in den SERPs eine Hauptaufgabe für SEOs (=Search Engine Optimzation = „Suchmaschinenoptimierer“)

SEO – Search Engine Optimization

Suchmaschinenoptimierung. Beschäftigt sich mit der Verbesserung der Platzierung von Internetseiten innerhalb der redaktionellen Suchergebnissen von Suchmaschinen.

CTR – Click Through Rate

Die Anzahl der Klick-Aktionen auf ein Werbemittel, die User direkt zur Website des Werbenden führt. CTR gibt das Verhältnis der Einblendungen von Werbemittel zu tatsächlichen Clicks als Prozentzahl derer, die das Werbemittel gesehen haben, an.

CPC – Cost per Click

Kosten für einen Klick auf ein Werbemittel.

Conversion

Unter Conversion (deutsch: Konversion, Konvertierung, Umwandlung) versteht man im Online Marketing einen definierten Prozess, bei dem sich der Besucher einer Website von einem einfachen Besuch der Website zu einer konkreten Handlung leiten lässt. Klassische Conversions sind z.B. ein Kauf, ein Download oder das Absenden einer Anmeldung für einen Newsletter.

Tausend-Kontakte-Preis (TKP)

Im Offline-Bereich die Kosten für 1000 Sichtkontakte mit einer geschalteten Werbung; im Online-Bereich wird als entsprechende Bezugsgröße die Zahl der Page Impressions verwendet. Berechnung: Preis der Schaltung/ Bruttoreichweite * 1.000 = TKP.

E-Commerce

Electronic Commerce; bezeichnet den elektronischen Handel von Waren oder Dienstleistungen über das Internet zwischen Firmen (Business to Business) oder zwischen Firmen und Privatpersonen (Business to Consumer).

- www.onpage.org/wiki - Umfassende Begriffsdefinitionen zu Online Marketing, Suchmaschinenoptimierung und Social Media.
- <http://www.iab-austria.at/glossar/> - IAB Austria – Internet Advertising Bureau - Glossary rund um Online Werbung und Online Marketing im allgemeinen.
- **Wikipedia**

IAB Austria Handbuch –
Online Marketing 2014
Social Media Guidelines

Warum mache ich eine Website?

Wie verdiene ich damit Geld?

Wie komme ich zu Kunden

Überblick über Website Kategorien und Geschäftsmodelle im Internet.

Ziele, die ich mit einer Website verfolgen kann.

Online Marketing Ziele



Erscheinungsformen des Online Marketings



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

Online-Marketing



Sichtbar für den Endnutzer

Online-Werbung	Sponsored-Links	Apps	E-Kundenbindungsprogramme
Corporate Website	E-Mails	E-Newsletter	Online-PR
Foren/Communities	E-Commerce	Soziale Netzwerke	Virales Marketing
Online-Wettbewerbe	Location-based Services	Micro-Blogging	Media-Sharing-Plattformen
Social-Bookmarking	E-Sampling	SMS/MMS	E-Coupons
		Corporate Blogs	M-Coupons

Unsichtbar für den Endnutzer

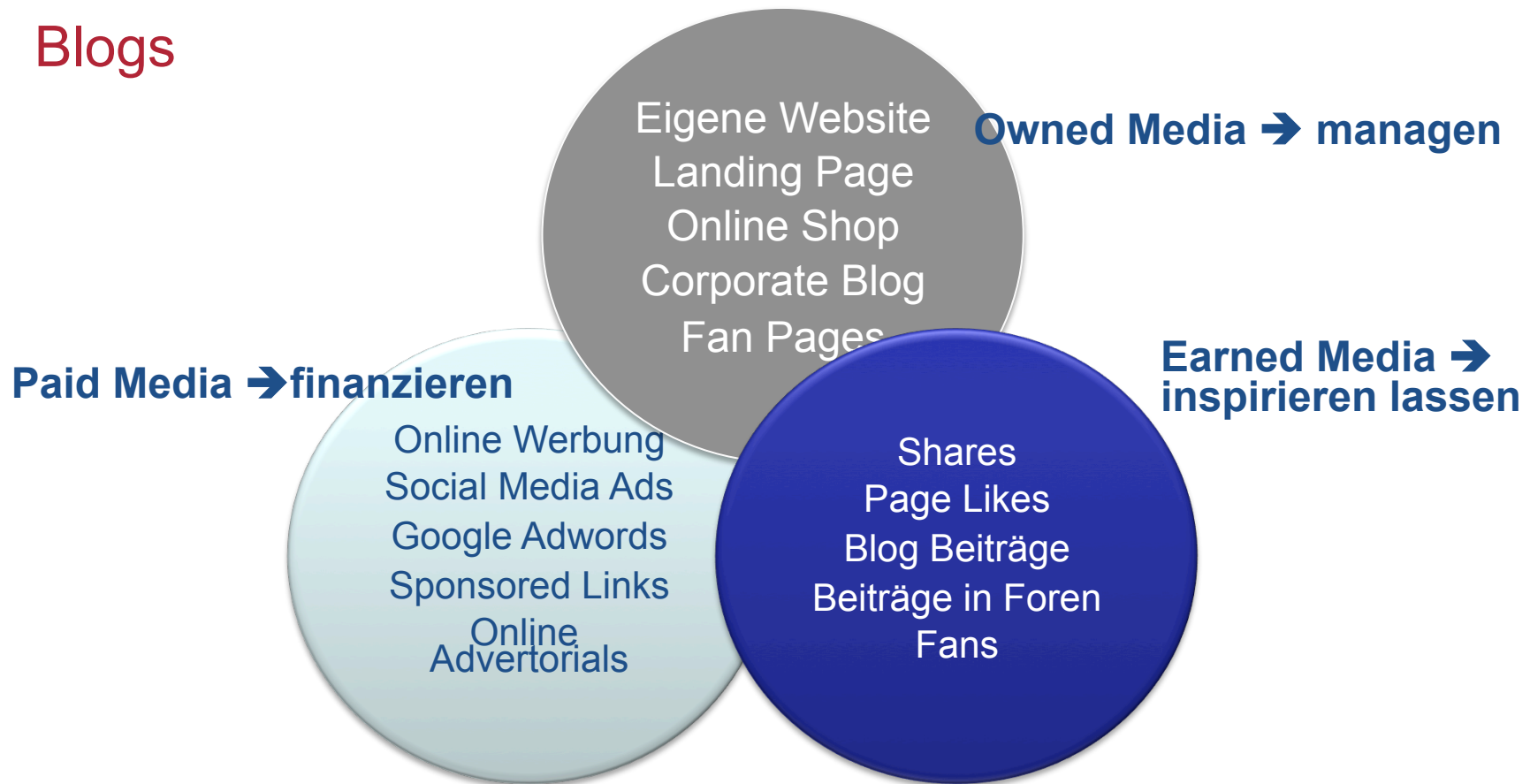
Suchmaschinen-Optimierung	Keyword-Advertising	Web-Monitoring
Affiliate-Marketing	Web-Analytics	Targeting

Medienkategorien: Paid – Owned - Earned



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

Manche Medien besitzt man und kontrolliert, andere bezahlt man. Am besten man „verdient“ Medien, wie z.B. Beiträge in Blogs



So bedeutend kann Digital Word of Mouth sein...



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

Earned Media kann auch negative Kommunikation bedeuten
United Breaks Guitars – über 13 Mio Views



<https://www.youtube.com/watch?v=5YGc4zOqozo>

Website Kategorien & Ziele I



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

Website Kategorie

Ziele

Persönliche Website

- Information
- Kontaktmöglichkeiten

Corporate Website
Internetpräsenz für ein
Unternehmen

- Markenbildung
- Neukundengewinnung
- Nutzer- und Presseinfos

Onlineshop
Produktverkauf Online

- Umsatzsteigerung
- Neukundengewinnung

Produktpräsentation

- Markenbindung
- Nutzerinfo
- Kundenbindung

Informations- und
Nachrichtenportale

- Nutzerinfo, Kundenbindung
- Vermarktung über Werbeeinnahmen
- Umsatzsteigerung über kostenpflichtige Inhalte

Website Kategorien & Ziele II



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

Website Kategorie

Ziele

Social Media Websites
(Blogs, Communities, Foren)

- Nutzergewinnung, Aktivitätssteigerung
- Vermarktung über Werbeeinnahmen
- Produkttests, Anleitungen, Service

Entertainment

- Umsatzsteigerung, z.B. durch Subscriptions
- Werbeeinnahmen

Webanwendungen

- Nutzerzufriedenheit
- Nutzerinformation
- Werbeeinnahmen

Anzeigenportale
Rubrikenmärkte/
Verzeichnisse

- Nutzergewinnung, Kundenbindung → Recurrent User
- Werbeeinnahmen
- Umsatz über Subscriptions (meist B2B)

Mit diesen Modellen kann man im Web Geld verdienen

Service Sales

- VoIP Anbieter – z.B. Skype
- App Anbieter
- Online Services



Retail E-Commerce

- Verkauf von physischen Produkten übers Internet
- Online Shops
- z.B. Amazon, Zalando



Subscriptions

- Monatliche Abos
- Oft „Paid Content“
- Online Software Fees
- z.B. Musikabos, Zeitungen, Games



Commissions

- Kommission für die Vermittlung einer Dienstleistung
- Auktionsplattformen
- Zahlungsdienstleister
- z.B. ebay, Paypal, Delinski Table Booking



Werbefinanzierung ist das beliebteste Geschäftsmodell

Werbe- finanzierung

- Inhalte oder Services werden kostenlos angeboten → Site wird durch Werbung finanziert
- Einbindung von div. Werbeformen
- Affiliate Marketing
- Einbindung Google AdSense



Licence Sale

- Es wird eine Lizenzgebühr verlangt
- Apple & Co
- Musikdownload
- Apps



Inseratgebühren

- Rubrikenmärkte
- Auto-, Immobilien und Jobportale
- Verzeichnisse
- z.B. Herold, Willhaben, Karriere.at, Immobilien.net



„Exit“

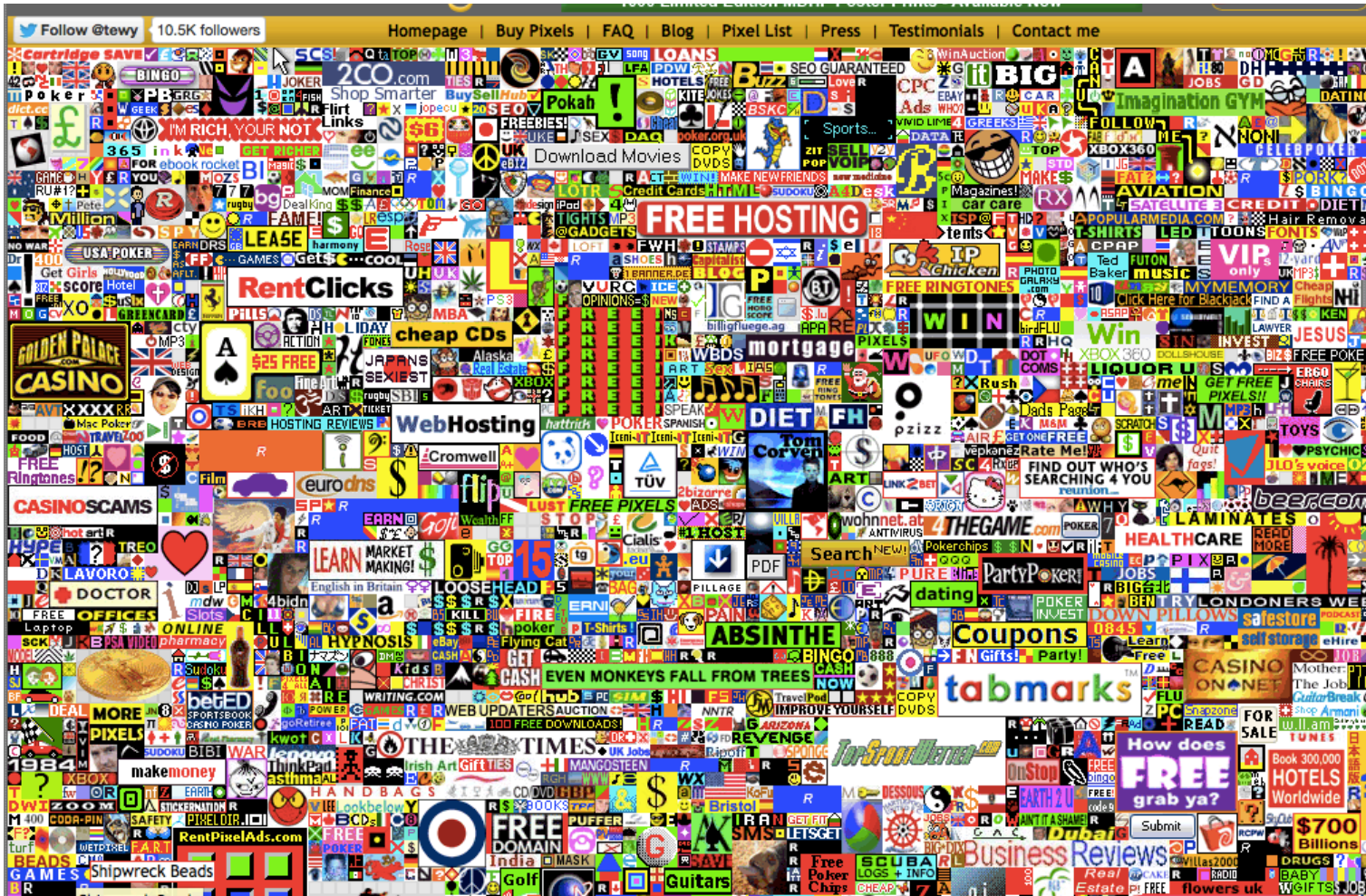
- Es wird eine große Useranzahl aufgebaut.
- Hat man die entsprechende Nutzerbasis, wird das Portal an einen großen Player verkauft.
- Wert: Kundenbasis, die zB für Werbung genutzt werden kann

Beispiel für eine werbefinanzierte Seite:



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

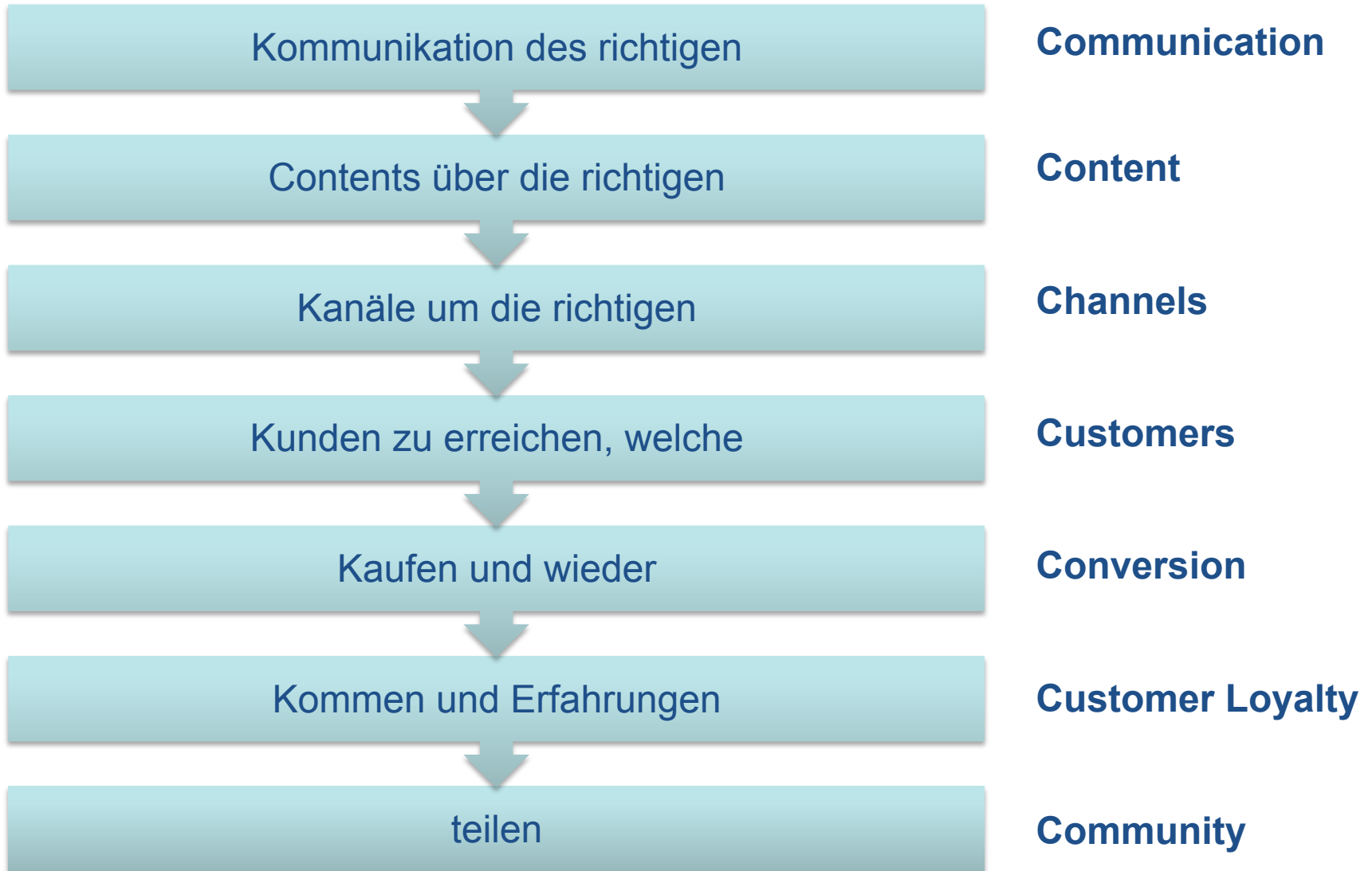
The Million Dollar Homepage – 1 \$ pro Pixel

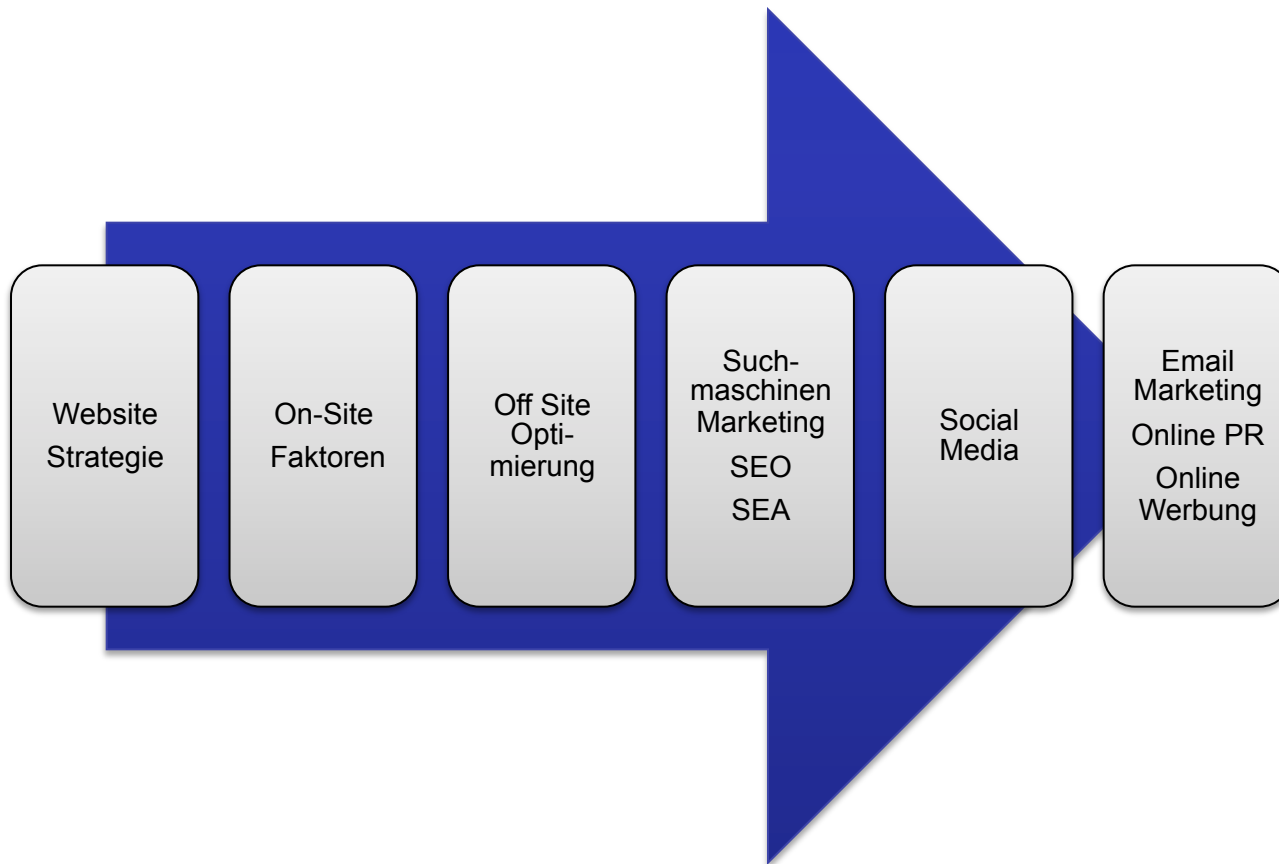


Online Marketing Ziele



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.





Die 7Ps des (Online)Marketings



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

Die 7 Ps sollten immer überlegt werden → Strategie Basis



Die 7Ps des (Online)Marketings



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

Und was sich dahinter versteckt

PRODUCT

USP
Kundenvorteile
Funktionen
Umsetzung

PRICE

Preismodell
Discounts
Grantien
Add-ons

PLACE

Kanäle
Direkt/indirekt
Partner
Plattformen

PRO- MOTION

Werbeformen
SEA
Komm. Kanäle

PROCESS

Abläufe
Intern/extern
Customer
Experience

PEOPLE

Kontakt
FAQs
Email
Service

PHYSICAL EVIDENCE

„Digital
Evidence“
Referenzen
Garantien

Welchen Blog möchte ich anlegen?

Wir legen einen Übungsblog an. Überlegt euch ein Thema für einen Blog / eine Website, die ihr für euch anlegen möchtet:

Beispiele:

- Food & Genuss Blog
- Fashion & Lifestyle Blog
- Garten Blog
- Travel Blog
- Selbstpräsentations – Website
- Hochzeits-/Event Website

Blog Beispiele:

www.kraeutergenuss.at

[http://imb.donau-uni.ac.at/
suchmaschinenoptimierung](http://imb.donau-uni.ac.at/suchmaschinenoptimierung)

<http://youarehungry.com>

[http://](http://www.glamcanyon.com)

www.glamcanyon.com

<http://www.reisebloggerin.at>

<http://gartengnom.net>

Überlegt euch einen Namen für den Blog.

Hinweise zum Copyright

Die in dieser Präsentation enthaltenen Daten, Statistiken, Abbildungen, Fotos etc. sind ausschließlich zur internen Verwendung im Seminar „Online Marketing“ gedacht. Eine Verwendung über das Seminar hinaus ist aus Gründen des Urheberrechts nicht möglich und nicht erlaubt.