

Web Controlling

*Erfolgskontrolle im
Versicherungsportal*

Thomas Brommund
contentmetrics

Zertifizierter Partner von
OMNITURE™
— — —

contentmetrics – Erfolg ist messbar!

- Wir beraten und unterstützen unsere Kunden
 - bei der Definition klarer, messbarer Ziele
 - bei der Auswahl des Web Controlling Tools
 - bei der Umsetzung und Implementierung des Web Controlling Tools
 - bei der kontinuierlichen Auswertung und Analyse
- Zielsetzung
 - Die Effizienzsteigerung aller Online-Marketing-Maßnahmen
 - und eine betriebswirtschaftliche Auswertung der Online-Aktivitäten
- contentmetrics Kunden
 - Alle Branchen: Neue Medien und Internet-Dienste, Öffentliche Einrichtungen, Handel, Industrie, Versicherungen, Finanzen und IT
- contentmetrics ist zertifizierter Partner von Omniture
 - Weitere Technologiepartner: nedstat und etracker

Wandel im Marketing

Marketing	Früher	Heute
Fokus	Produkt	Kunden
Kanal	Mono	Multi-Channel
Kommunikation	Monolog	Dialog
Zeit	Monate	Sekunden
Segmente	Gruppen	Individual
Ausführung	Plan	Fortlaufend
Controlling	Rückwirkend	Echtzeit

Web-Controlling und Zielsetzung

Web Controlling

- ist die kontinuierliche Beobachtung und Auswertung von Benutzerbewegungen auf einer Website



Zielsetzung

- Kosten und Nutzen der Website zu ermitteln
- die Effektivität zu verbessern

Warum Web Controlling?

„Die besondere Herausforderung, die sich heute stellt, ist, bestens auf die Phase vorbereitet zu sein, in der sich die Wirtschaft wieder erholt.“

Dr. Marion Weber, „Schlüsseltechnologien für den Geschäftserfolg von morgen“

Realisieren Sie Ihr Ziele

- Transparenz über Kosten und Nutzen des Web Auftrittes und der Online-Marketingmaßnahmen
 - Konsequente Analyse aller Online-Prozesse
 - Fakten für die Weiterentwicklung des Web-Auftrittes
 - Lernen Sie Ihre Besucher kennen
- contentmetrics bietet:
- Beratung und Projektmanagement
 - Workshops
 - Lasten- und Pflichtenhefte
 - Analysen und Briefings
 - Implementierung
 - Kontinuierliche Auswertung
 - Optimierung
 - Web Controlling Tools

Typische Aussage: Wir verkaufen nichts online!

Internet

- Lead-Generierung
 - Newsletter
 - Informationsanforderung
 - Kontaktaufnahme
- Kundenpflege
- Werbemaßnamenerfolg messen
 - Kampagne
 - Werbekanal
 - Werbemittel (z. B. Keyword)
 - Crossmediale Messung
 - Print / Online
 - TV/Radio / Online
 - CRM / Online
- Produktinteresse
- Prozessanalyse
- Pfadanalyse
- Usability

Intra-/Extranet

- Themenschwerpunkte und Vertriebssteuerung
 - Service
 - Verkaufshilfen
 - Produktinformationen
 - Schulung
 - Formulare
 - ...
- Promotions
- Prozessanalyse
- Pfadanalyse
- Usability

Web Controlling rentiert sich auch ohne Online-Shop

Kleiner Test – Wo werden die meisten Klicks gezählt?

Ihr Partnerportal für ABC-Firma

Schnellanmeldung

A

Login

B

USPs

1...

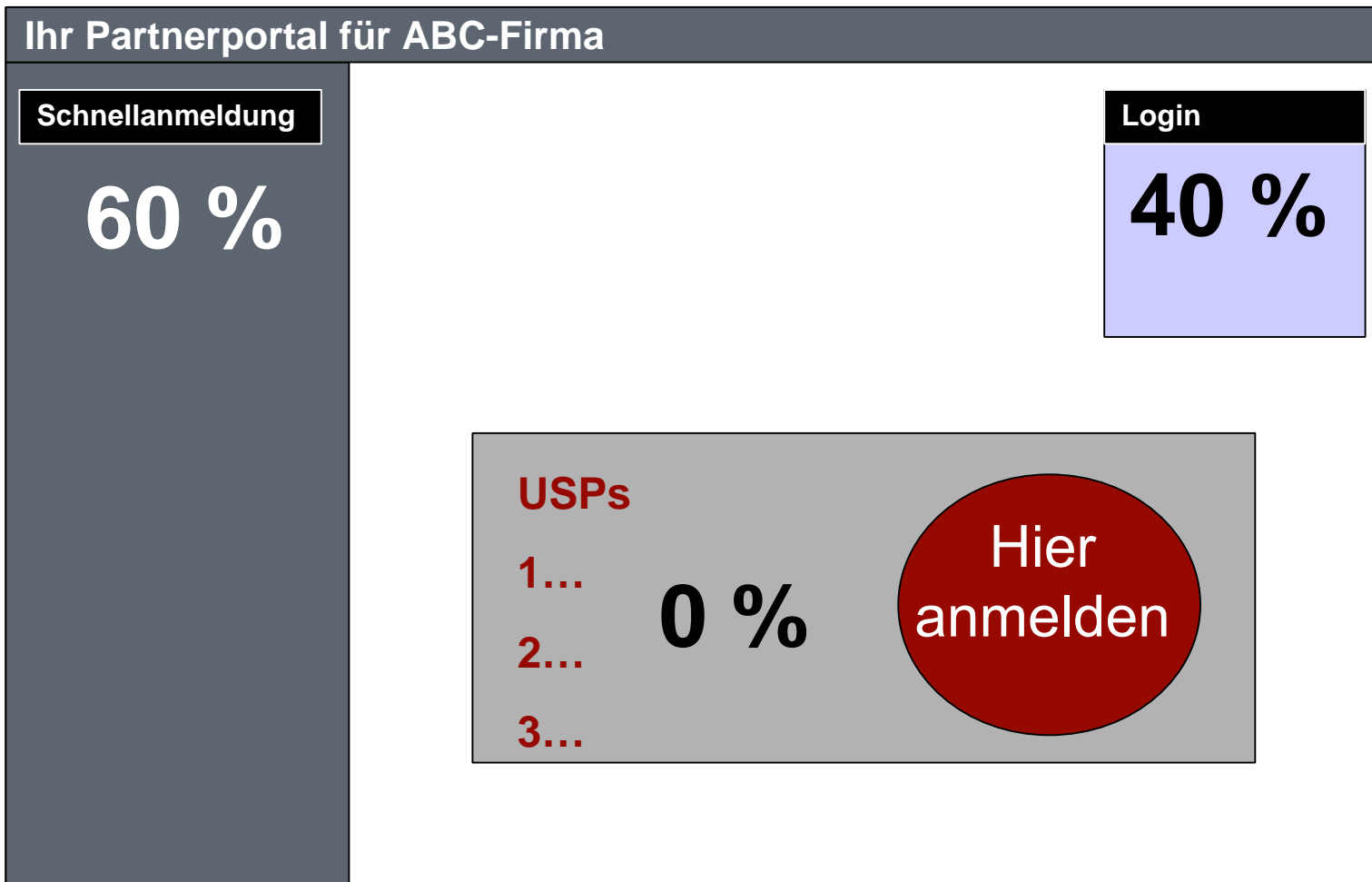
2...

3...

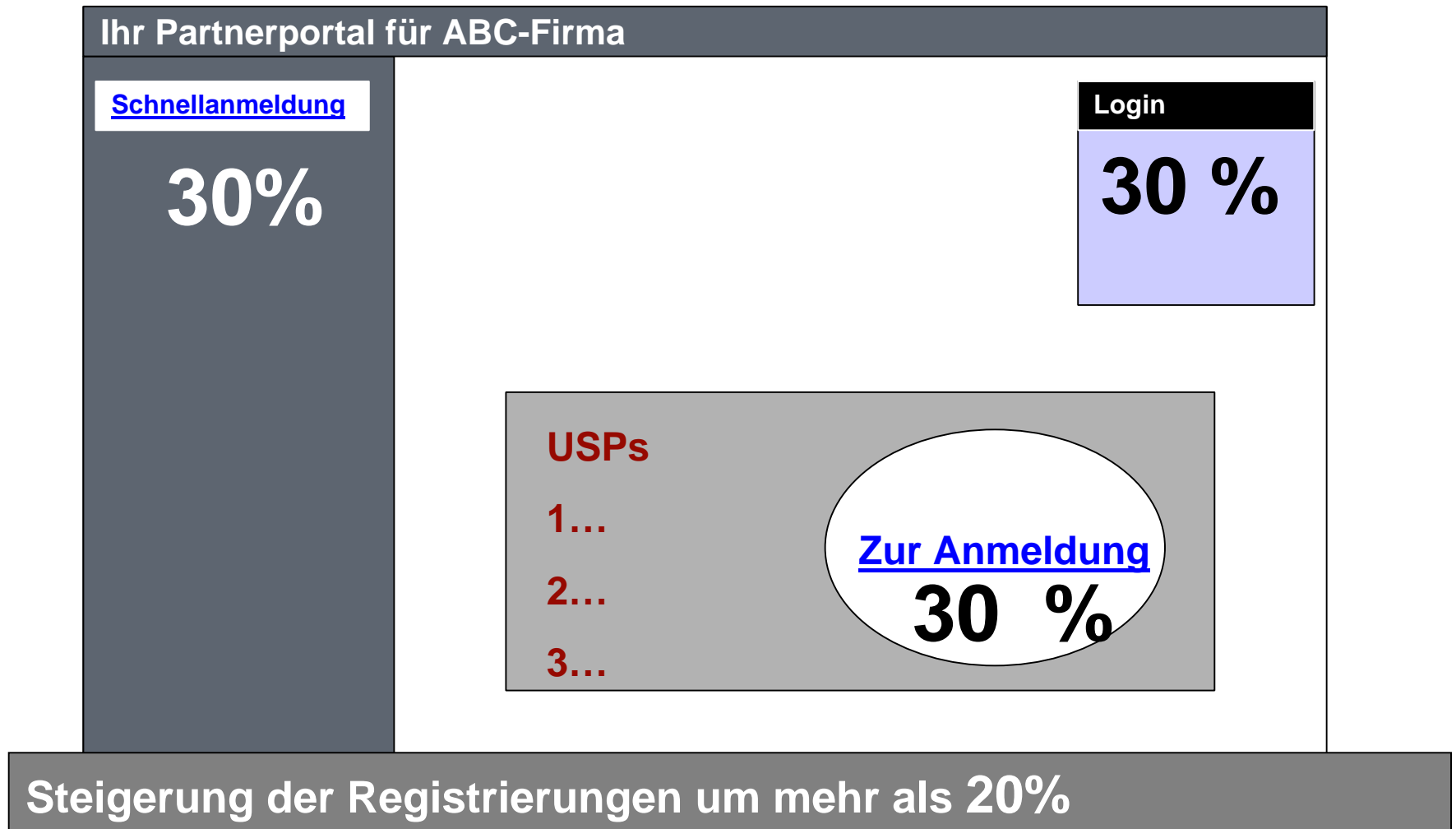
C

Hier anmelden

Kleiner Test – Auflösung



Effekt nach Modifikation



Thesen

- Es gibt keine „Analyse Tools“!
 - Es gibt gute Statistik-Tools
 - ▶ **Analyse ist ein kreativer Vorgang**
- Die erstellten Statistiken haben in den überwiegenden Fällen kaum bzw. keine geschäftsrelevante Bedeutung
- In den wenigsten Fällen dienen sie als Entscheidungshilfe zur Weiterentwicklung der Website



Vorgehen im Web-Controlling

Target

- Festlegung der Ziele und Kennzahlen (SOLL)

Track

- Erfassung der Erfolgskriterien

Analyse

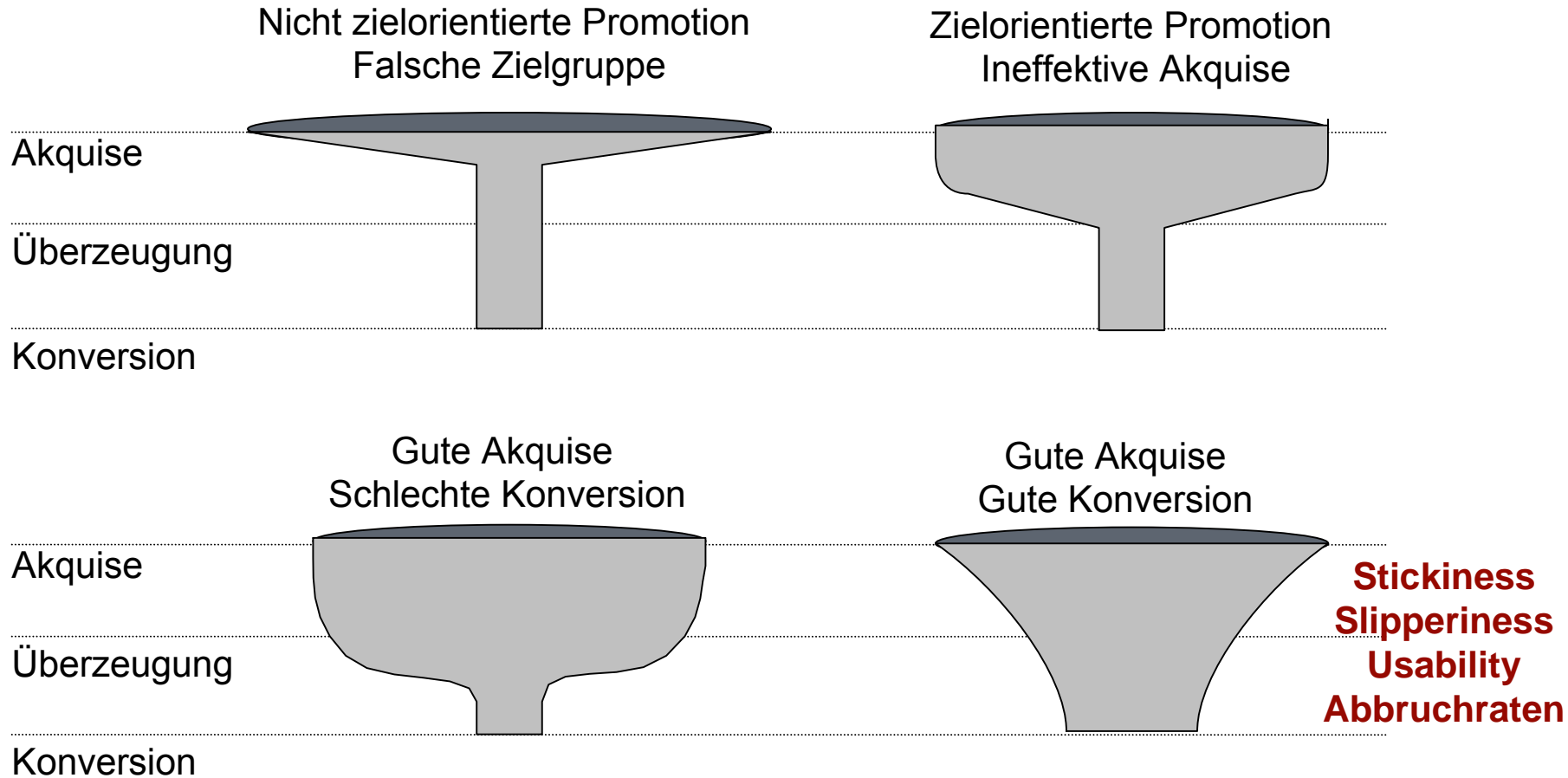
- Auswertung der Kennzahlen (IST)

Optimize

- Durchführung von Optimierungsmaßnahmen



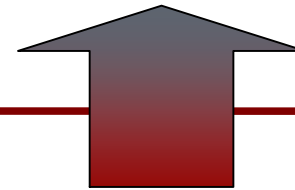
Erfolgsfaktoren Online-Marketing-Maßnahmen



Potentialausschöpfung durch aktives Web Controlling



- Kunden
 - Daten im CRM und Backend



- Anonyme Webbesucher
 - Bewegungsmuster
 - Profile durch clustering

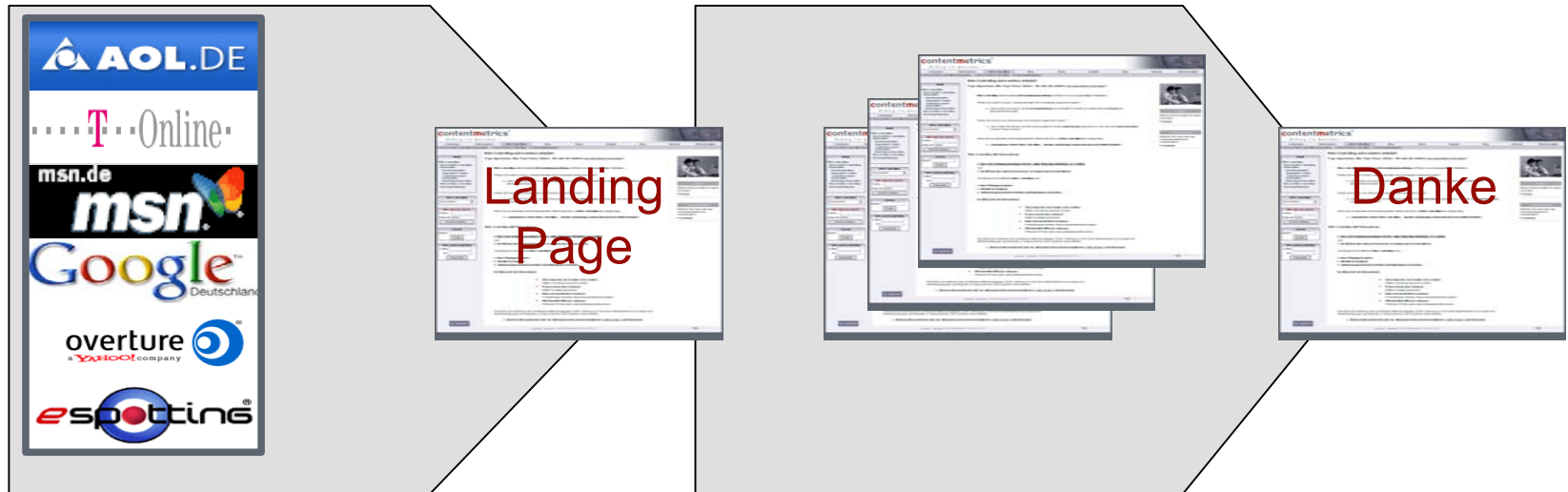
Online Erfolge aktiv steuern – mit einem Tool!

Marketing Strategien

Einstiegseiten

Browse

Erfolg



Marketing Leistungen

- Suchmaschinen
- Affiliates
- Banner
- Direct Mails
- Virales Marketing

Sites / Seiten

- Home Pages
- Landing Pages
- Doorway Pages

Interaktion

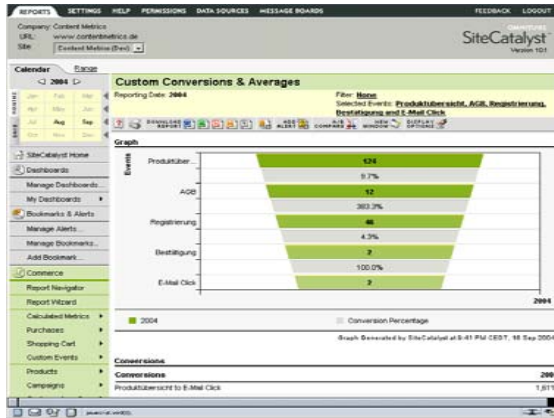
- Suche
- Kategorien
- Demos
- Site Promos

Erfolgskriterien

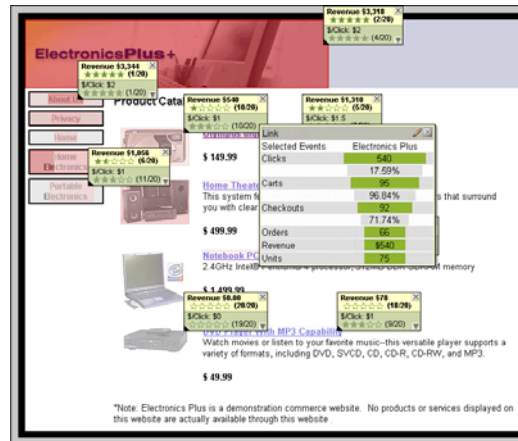
- Kauf
- Registrierung
- Downloads
- Leads

SiteCatalyst Highlights

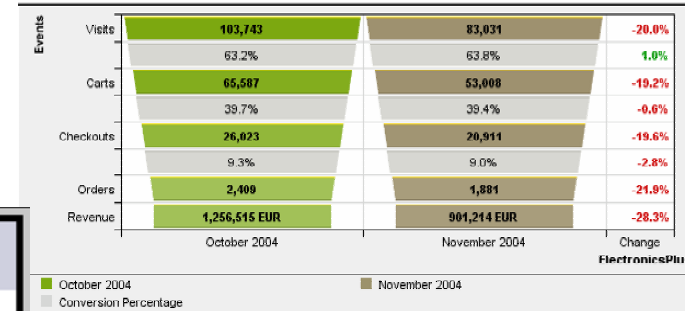
Konversion messen



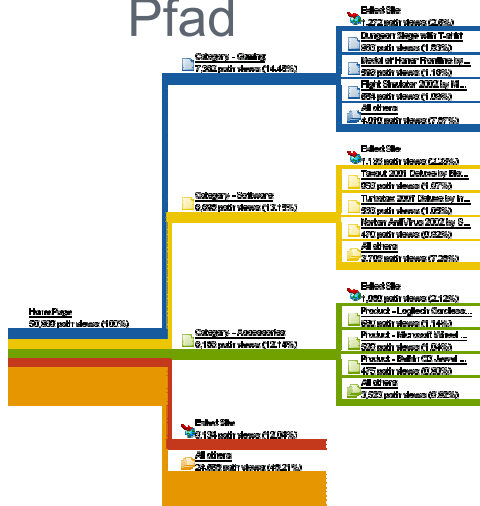
Click-Map



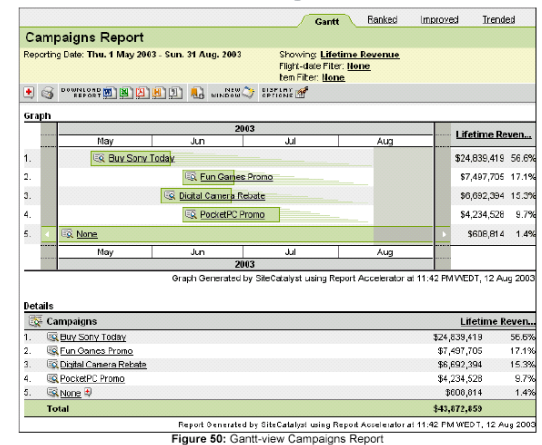
A/B-Vergleich



Pfad



Kampagnen



Anforderungen an ein Web-Controlling System

- Detaillierte Reports für die Bereiche
 - Commerce
 - Detaillierte Analysemöglichkeiten von Besucheraktivitäten
 - Vollständiges Management aller Online Kampagnen an einer Stelle
 - Warenkorbanalyse
 - Besucher Segmentierung
 - Traffic
 - Umfassende Analyse der Besucherinteraktion mit der Site
 - Seiten, Hierarchien, Segmente und Kategorien
 - Pfade
 - Detaillierte Pfadanalysen
 - „Butterfly“ Reports
- Grafische Visualisierung der erhobenen Daten, Darstellung und automatische Verteilung per E-Mail in gängigen Office- und Desktop-Formaten
- Collaboration / Benutzer/Gruppen/Rollen/Rechte

Fazit

- Stellen Sie die richtigen Fragen:
 - ▶ Woran kann der Erfolg meiner Site wirklich gemessen werden?
- Wählen Sie ein Werkzeug, das die Fragen ohne Aufwand und Programmierung intuitiv beantwortet!
- Achten Sie auf Verfügbarkeit und technische Reife
- Berechnen Sie Ihren ROI – **R**eturn **O**n **I**nternet – für ein Web Controlling Projekt (≤ 12 Monate)
- ... und wählen Sie einen versierten Partner ...

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

contentmetrics®

Thomas Brommund

contentmetrics GmbH

Weißdornbogen 34a - D-85662 Hohenbrunn

Telefon +49 (0) 8102 / 89 79 058
Office HB +49 (0) 421 / 48 40 253
Mobil +49 (0) 174 / 205 17 27
Fax +49 (0) 8102 / 99 95 98

Thomas.Brommund@contentmetrics.de
www.contentmetrics.de