

odoscope® - SEM-Aktivitäten messbar gemacht

Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser – im Online-Marketing erst recht. Es sind stets die gleichen Fragen, die das Suchmaschinen-Marketing (SEM) beschäftigt: Funktionieren die AdWords? Wie viele Besucher wurden mit den entsprechenden AdWords auf die Unternehmens-Site geführt? Haben die Besucher gefunden, was Sie suchen? Haben Sie sich andere Inhalte angeschaut – und, und, und.... Suchmaschinen-Marketing hat in letzter Konsequenz weniger mit Kreativität, als vielmehr mit Planen, Probieren und Prüfen zu tun. Und: ohne eine professionelle Prozessbegleitung durch ein Website-Nutzungsanalyse-Tool, wie odoscope®, verpufft die Wirkung getroffener SEM-Maßnahmen unmittelbar. odoscope® ist das Werkzeug für das Online-Marketing, um den Erfolg getroffener Marketing-Maßnahmen zu kontrollieren. Das Softwaretool zur Nutzungsanalyse von Websites der e-mediad GmbH beantwortet alle brennenden Fragen des Online-Marketing – umfassend, intuitiv, komfortabel und deckt Schwachstellen der Website im nu auf.

Trotz lahmender Konjunktur und gestraffter Marketing-Budgets investierten laut BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft) im Jahr 2008 Werbetreibende rund 1,5 Milliarden Euro, um mit einem Werbe-Link bei thematisch passenden Abfragen in Google & Co. zu erscheinen – Tendenz stabil. Das verwundert insoweit kaum, als dass diese Möglichkeit eine nahezu einmalige Chance darstellt, den potentiellen Kunden genau dort abzuholen, wo er bereits selbst Interesse bekundet hat – bei den generischen Suchergebnissen einer Suchmaschine. Soviel zur Theorie. In der Praxis ist dem Marketing eines Unternehmens jedoch kaum möglich, eine detaillierte Analyse des Besucherstroms auf die eigene Website zu generieren. Die entsprechenden Programme versagen nämlich genau an der Stelle, wo es für statistische Auswertungen mehr als interessant wird.

Dazu Dr.-Ing. Ralph Hünermann, einer der beiden Gründer und Geschäftsführer von e-mediad: „Unternehmen investieren sehr große Summen in das Search Engine Marketing, haben aber kaum die Möglichkeiten zu kontrollieren, ob die getroffenen Maßnahmen auch wirklich greifen. Hier agieren viele Unternehmen nach dem Prinzip Hoffnung. Es fehlen den Unternehmen die entsprechenden Werkzeuge, um den Erfolg bzw. Misserfolg der getroffenen SEM-Maßnahmen schwarz auf weiß zu belegen. Aktuellen Tools zur Website-Analyse fehlen die dafür notwendigen Filter- und Echtzeitmechanismen. odoscope® bildet da eine Ausnahme. Dank der in odoscope® implementierten innovativen Algorithmen, in Verbindung mit der AdHoc-Segmentierung, können die genauen Bewegungen der Besuchergruppen anhand individueller Filter analysiert werden – und das in Echtzeit. Somit ist es erstmals möglich, nicht nur das Verhalten der Gesamtheit der Besucher einer

Website, sondern auch Teilmengen dieser Grundgesamtheit zu analysieren. Das Online-Marketing kann schwankenden Besucherströmen explorativ auf den Grund gehen und mit nur wenigen Mausklicks in Erfahrung bringen, ob die AdWords den gehofften Erfolg erbracht haben, oder nicht.“

Die durch odoscope® generierten Daten und deren konsequente systematische Auswertung bietet für die Entwicklung, Pflege und das Marketing von e-Business-Anwendungen vielfältige Möglichkeiten für Verbesserungen – und zwar meist mit erstaunlichen Ergebnissen. „Es geht nicht länger um Vermutungen über das Benutzerverhalten, punktuelle Laborbeobachtungen oder Theorien über das Besucherverhalten einer Website. odoscope® ist Praxis pur, und zwar mit konkreten Daten und intuitiv erfahrbaren Messwerten – und das ganze exzellent grafisch umgesetzt. Die anfallenden Daten über das Besucherverhalten einer Website bilden eine solide, empirische Basis für weitere Schritte der Qualitätssicherung und –verbesserung einer e-Business-Anwendung. Die Qualität einer Website kann so aus Benutzersicht, und nur auf diese kommt es letztlich an, kontinuierlich optimiert sowie an geänderte Bedürfnisse und Vorlieben angepasst werden.“, erläutert weiterführend Dr.-Ing. Ralph Hünemann.

odoscope® liefert aussagekräftige Daten zur Wirksamkeit von Online-Kampagnen wie Bannerwerbung, Affiliate-Programmen oder AdWords und zwar vom Banner bis zum Klick im Shop. Somit ist es dem Marketing erstmals möglich die anfallenden Daten zu verwenden, um laufende Kampagnen zu steuern. Nur mit odoscope® ist eine echte End-to-End-Messung möglich, so dass nicht nur die Klicks auf einen Banner gemessen, sondern auch die Aktivitäten erfasst werden, die nach dem Klick auf der Website erfolgen. Somit können beispielsweise die genauen Wege der Nutzer für die unterschiedlichen Umsätze einzelner Kampagnen oder Banner abhängig von der geografischen Herkunft untersucht werden.

e-mediad

Die e-mediad GmbH hat sich auf e-Business-Lösungen spezialisiert. Hierzu zählen Konzeption, Aufbau und Umsetzung von Unternehmens-, Produkt- und Informations-Websites auf Basis des Content Management Systems eZ Publish sowie Online-Shops und e-Commerce Plattformen, die in intensiver Zusammenarbeit mit dem Kunden entstehen. Aus der langjährigen Erfahrung im Bereich der Realisierung komplexer Websites ging die eigenentwickelte Software odoscope® zur effizienten Nutzungsanalyse von Websites hervor, die sich seitdem erfolgreich im Praxiseinsatz bewährt.

Weitere Informationen: www.e-mediad.de und www.odoscope.de