



e(X)plido

Digitale Markenführung
und Vertrieb mit Google,
Facebook & Co.

Marketing Club Augsburg
14. Februar 2012

Matthias Riedle/ Hansjörg Rampl

Vorstellung explido

eCommerce Kennzahlen

Kanäle im digitalen Marketing

SEA, SEO, Affiliate, Display, Social Media

Mobile Advertising, Conversion Optimierung

WebControlling

Q & A



Unternehmensprofil

explido

Agentur für internationales Performance Marketing

Standorte

Augsburg, Hamburg, Frankfurt

Mitarbeiter

135/170

Kunden

>120



BAYERN'S
BEST 50

PREISTRÄGER 2011






Yamondo
the Global Performance Alliance

HOME | THE SPA | SERVICES | PARTNERS | SOLUTIONS | CASE STUDIES | ABOUT US

Meet success worldwide

YAMONDO
The Global Performance Alliance

SERVICES
We offer a range of services to help you improve your performance.

PARTNERS
We work with a range of partners to help you achieve your goals.

Performance Marketing

Suchmaschinen-Advertising SEA

Suchmaschinen-Optimierung SEO

Affiliate Marketing

Display Advertising

Social Media Marketing

Mobile Marketing

Customer
Journey

Web-
controlling



Conversion Optimierung

WebSite Analyse

WebSite/LandingPage Entwicklung

Referenzen



Info - Quellen

- Veranstaltungen: Seminare / Roadshows / Kongresse (Online Handel etc)
dmexco (früher omd), Affiliate Tactixx, SES

- Literatur: Thorsten Schwarz
Leitfaden Online Marketing



- Internet World Business, W&V,, Lead Digital
(1-2 wöchentl.)



- Newsletter – Abos, Blogs, Foren etc. von Agenturen, Netzwerken, Brancheninsidern
- Bundesverband der digitalen Wirtschaft





eCommerce Kennzahlen



Christoph Maier
Teamleiter Key-Account-Management

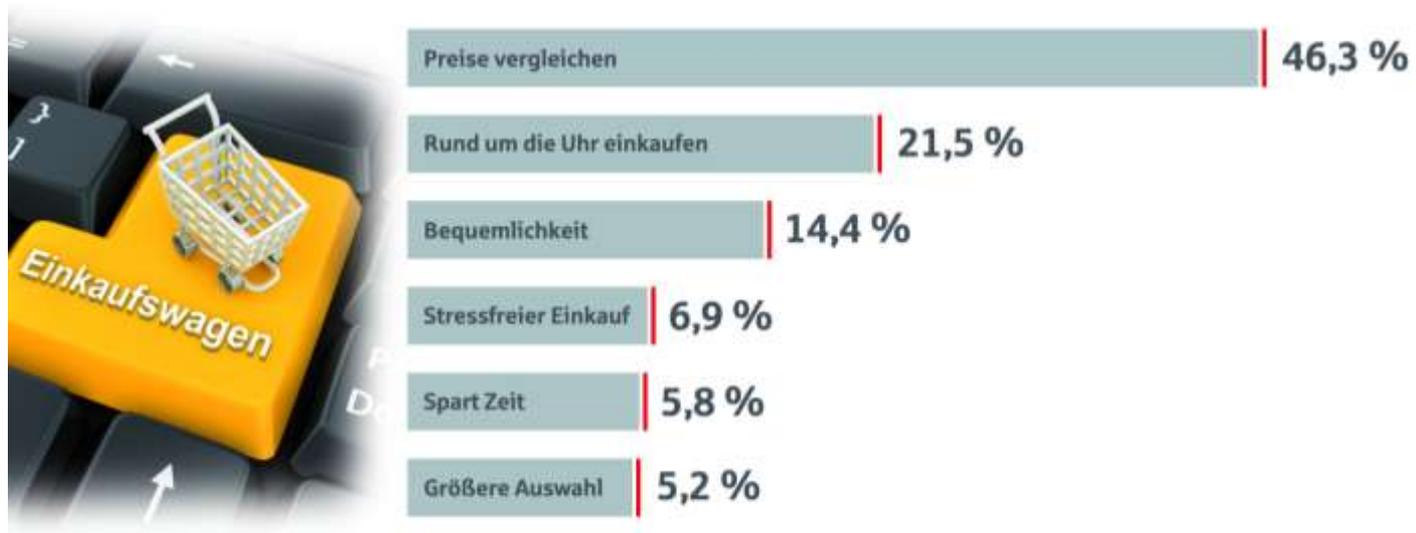
Online WerbeUmsätze

2008 bis 2010 mit Prognose für 2011 nach Segmenten



eCommerce Kennzahlen

Was ist der wichtigste Grund, online einzukaufen?

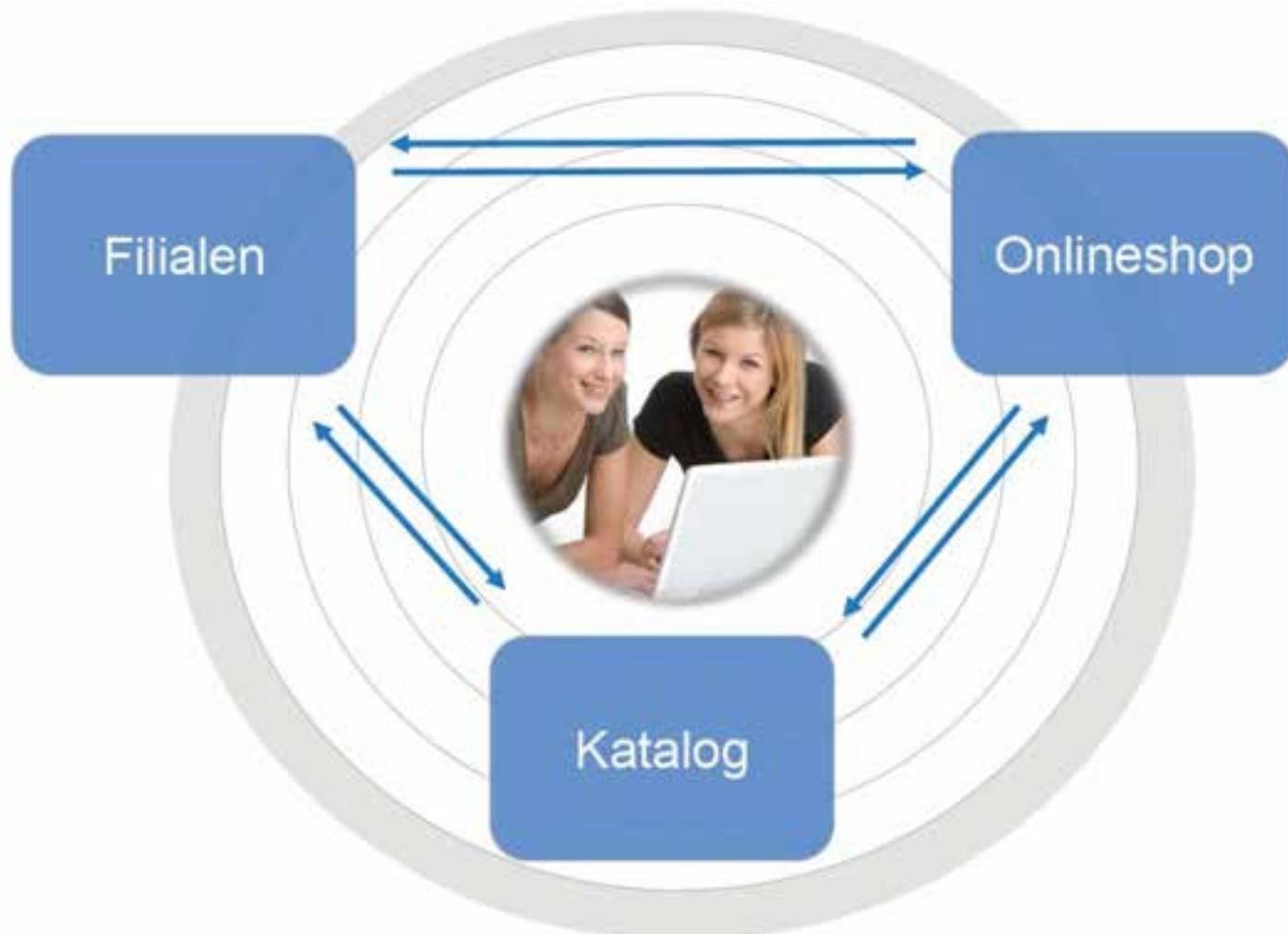


Es wurden 26.882 Personen online befragt.

Quelle: Star Finanz

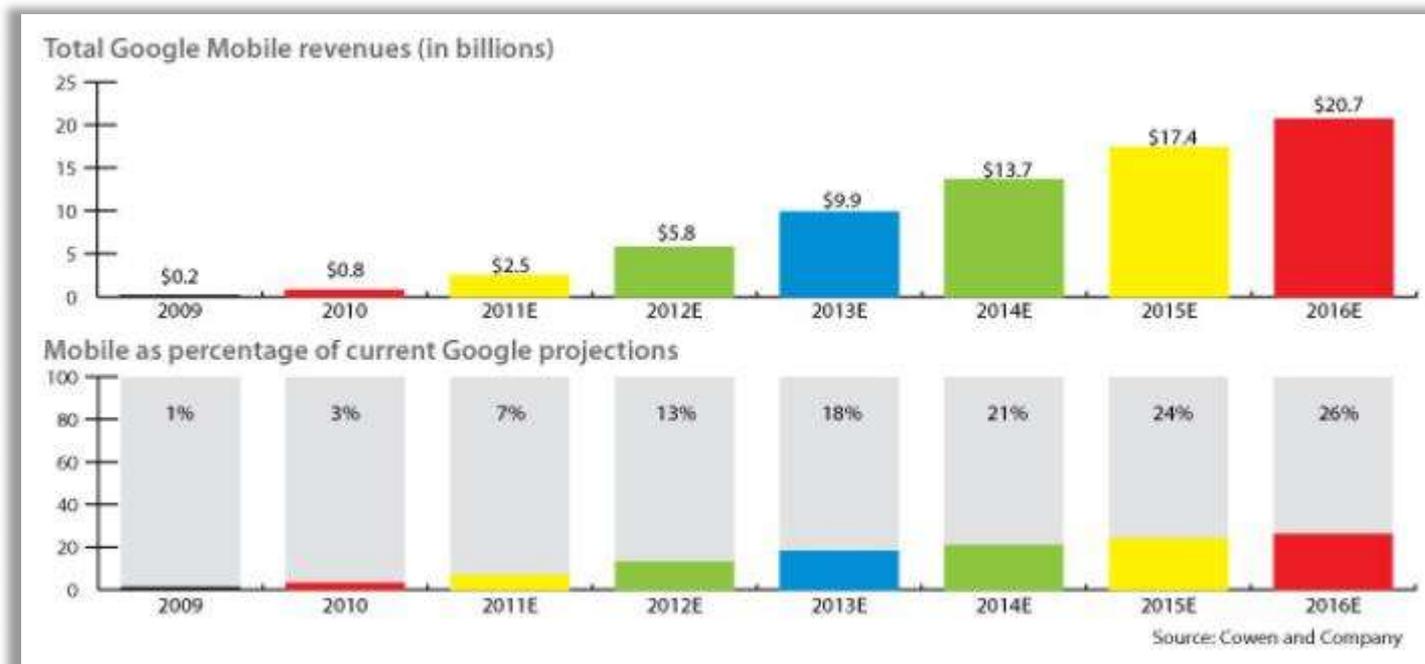
Der ROPO-Effekt

Zwischen Marketing- und Vertriebskanälen herrschen deutliche Wechselwirkungen



eCommerce Kennzahlen

Umsatz und Gesamtanteil von Mobile - Suchanfragen bei Google

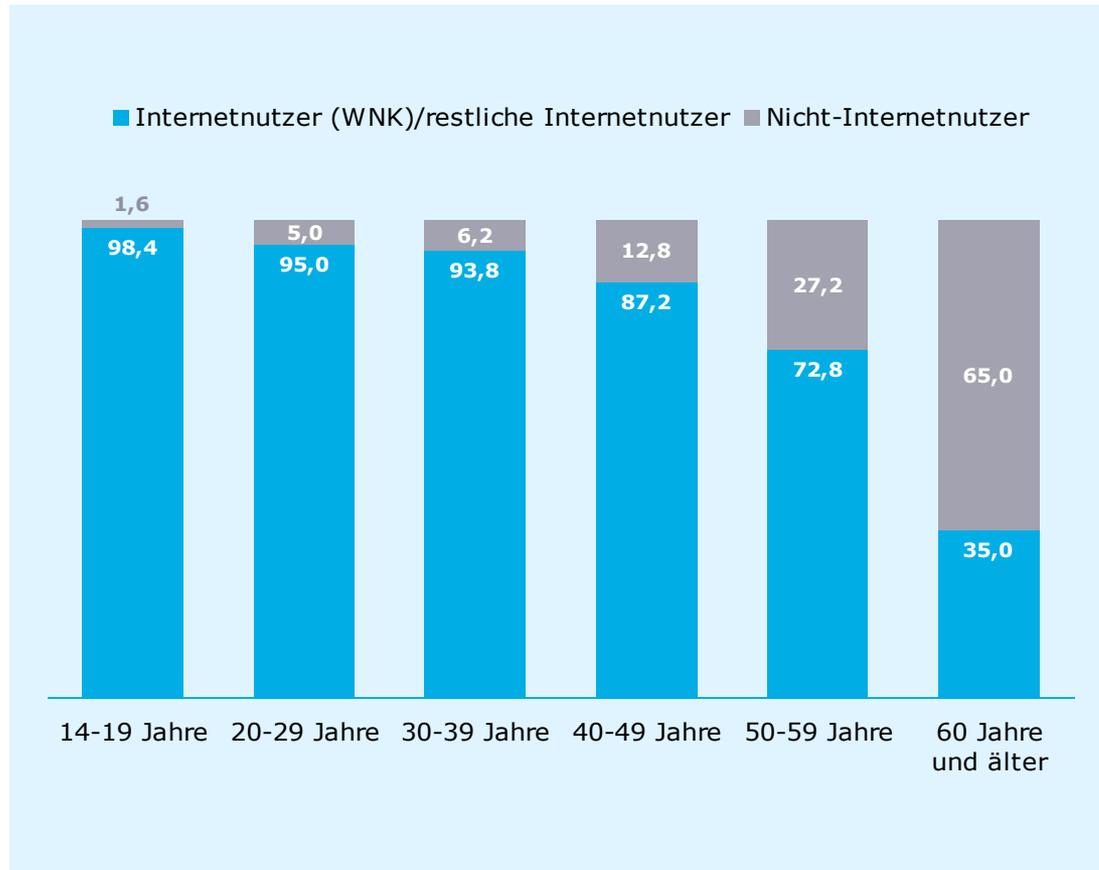


Wieviele Smartphones mit Android-Betriebssystem
kommen jeden Tag dazu?

700.000 Stück !



Wer ist drin...im Netz?



➔ Aktuell sind über 50 Millionen Deutsche ab 14 Jahren im Internet anzutreffen!

Steph GJ
Senior Manager SEA

AFFILIATE MARKETING



Performance Marketing

- Suchmaschinen-Advertising SEA
- Suchmaschinen-Optimierung SEO
- Affiliate Marketing**
- Display Advertising
- Social Media Marketing
- Mobile Marketing

Customer Journey

Web-controlling



- Conversion Optimierung
- WebSite Analyse
- WebSite/LandingPage Entwicklung



Affiliate Marketing

Merchant (Advertiser)



erstellt Werbemittel(Banner)
...und definiert
Provisionen:
z.B. 25€ für jeden
Handy-Vertrag



Konditionen und Banner
werden bei einem Affiliate-
Netzwerk (=Vermittler)
hinterlegt.



Gelangt ein Kunde über die Affiliate
Seite auf die Advertiser-Seite,
erhält der Affiliate(Publisher) Provision



Affiliate(Publisher)



Der Affiliate(Publisher) sorgt
für Traffic/Besucher auf seinem
Portal... (z.B. über Suchmaschinen)



Der Affiliate(Publisher) holt
sich die Banner und wirbt
auf seinem Portal mit diesen
Bannern für den Merchant





Affiliate Marketing

Display Kampagnen....per Sale bezahlt!

Erfolgsfaktoren

- Top-Produkte und Konditionen (z.B. marktgerechte Handy-/DSL Tarife)
- Bekannte Marke (O2) – B2C Umfeld!
- Optimierte Werbemittel
- Marktgerechte Provision für Affiliates
- Sonderaktionen und spezielle Provisionsstaffeln für Top Affiliates
- Aktives Partnerscouting



Ziele

- Sichtbarkeit und Awareness in der anvisierten Zielgruppe schaffen durch Bannerschaltungen
- Markenbekanntheit & Image auf- bzw. ausbauen
- Neukunden gewinnen!!





Konditionen

Erfolgsfaktoren

- Top-Produkte und Konditionen (z.B. marktgerechte Handy-/DSL Tarife)
- Bekannte Marke (O2)
- Gute Werbemittel
- Marktgerechte Provisi
- Sonderaktionen und s für Top Affiliates
- Aktives Partnerscouti



Ziele

- Sichtbarkeit und Awareness in der anvisierten Zielgruppe schaffen durch Bannerschaltungen
- Markenbekanntheit & Image auf- bzw



Kampagne:	Affiliate
Ziel:	Abverkauf
Laufzeit:	mind. 6 Monate
Media-Budget	Provision nur im Erfolgsfall(stornobereinigt)
Provisionsstaffel	z.B. Handyvertrag 25 €, DSL Vertrag 50 €
Impressions/Views:	kostenlos
Besucher/Clicks:	kostenlos
ClickThroughRate (CTR)	nicht relevant
Conversionrate(CVR):	nicht relevant
Cost per Order:	s.o. + Netzwerk-/ + Agenturkosten(ca. 40% der Provisionen)

A DJ is shown in profile, wearing large headphones and operating a turntable. The scene is dimly lit with a strong red/pink hue. A semi-transparent red rectangle is overlaid on the right side of the image, containing the text 'DISPLAY ADVERTISING'. A white arrow points from the bottom-left corner of this rectangle towards the DJ's hands.

DISPLAY ADVERTISING

Stefan Haas
Kambers Design

Performance Marketing

- Suchmaschinen-Advertising SEA
- Suchmaschinen-Optimierung SEO
- Affiliate Marketing
- Display Advertising**
- Social Media Marketing
- Mobile Marketing

Customer Journey

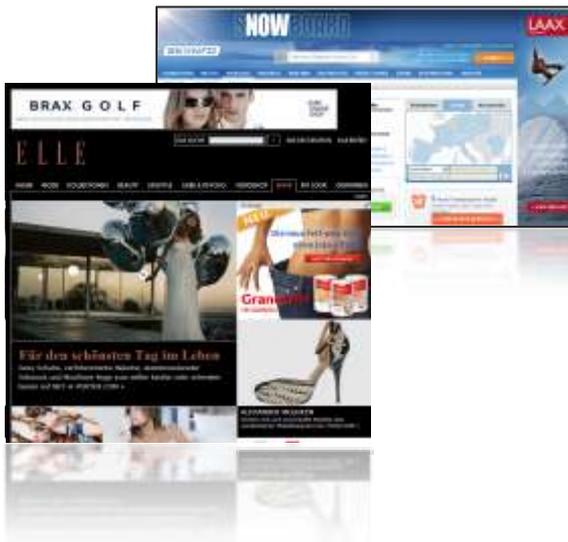
Web-controlling



- Conversion Optimierung
- WebSite Analyse
- WebSite/LandingPage Entwicklung

Display Advertising

- Kreation/Erstellung von Produkt – oder markenorientierten Werbebannern /Videos (Full- /Half Size Banner, Buttons, Skyscraper, Pop Ups, Rectangle, PreeRoll Ads, Layers...)
- Identifizierung von geeigneten Portalen /WebSeiten zur zielgruppenoptimierten Auslieferung (Targeting/Profiling)
- Erstellung von Mediaplänen und Buchung von Inventar (Werbeplätze/Reichweite)
- Über Adserver / Trackingtechnologien werden die Banner ausgeliefert und die Impressions und Clicks bzw. Sales gemessen (Werbererfolgskontrolle)
- Lfd. Anpassung/Aussteuerung der Kampagnenflights



Performance

Branding

Erfolgsfaktoren

- Optimaler Mix aus reichweitenstarken und zielgruppenaffinen Platzierungen
- Optimale Gestaltung der Banner unter Gesichtspunkten: Marke oder Produkt, Abverkauf oder Branding, Zielgruppe oder Reichweite
- Flexible Kampagnenplanung/-steuerung
- Einkaufskonditionen (i.d.R. nach TKPs, die zwischen 1 und 20 Euro liegen)

Ziele

- Sichtbarkeit und Awareness in der anvisierten Zielgruppe schaffen
- Markenbekanntheit & Image auf- bzw. ausbauen
- Vertrauen in die Marke erhöhen
- Neukunden gewinnen???



Display Advertising - Kosten

Beispiel – Mediaplan; Budget gesamt: 15.000 €

Kampagne: Frühjahr 2011
Stand: 10.02.2011
Laufzeit: 01.04.11 -30.04.11

Curt-Frenzel-Str. 10a
 86167 Augsburg
 www.explido-webmarketing.de

Ad Network /Vermarkter	Laufzeit	Platzierung	Werbemittel/Formate	Abrechnung	geplante Impressions*	geplante Klicks*	TKP	CPC	Budget**	Beispielseiten u. a./Bemerkung
Adconion										Targeting: Führungskräfte, Unternehmer, Freelancer/GF
spiegel qc										manager-magazin.de, spiegel-online.de
iq media										u.a. handelsblatt.de, wiwo.de, zeit.de, finanztreff.de,
SUMME MEDIABUDGET (Nett)										

Kampagne:	Display / Performance Ads
Ziel:	Branding
Laufzeit:	1 Monat
Media-Budget	15.000 €
Abrechnung TKP:	1,60 €/ 3,50 €/ 15,00 €
Impressions/Views:	3.458.333
Besucher/Clicks:	3.458
ClickThroughRate (CTR)	0,1%
Conversionrate(CVR):	2,0%...ergibt ca. 7 Sales
Cost per Order:	2.142 €



Mobile Advertising



Display Kampagnen auf mobilen Endgeräten

Erfolgsfaktoren (zusätzlich)

Apps/Games

- Ausrichtung der Werbebanner in Apps und Games

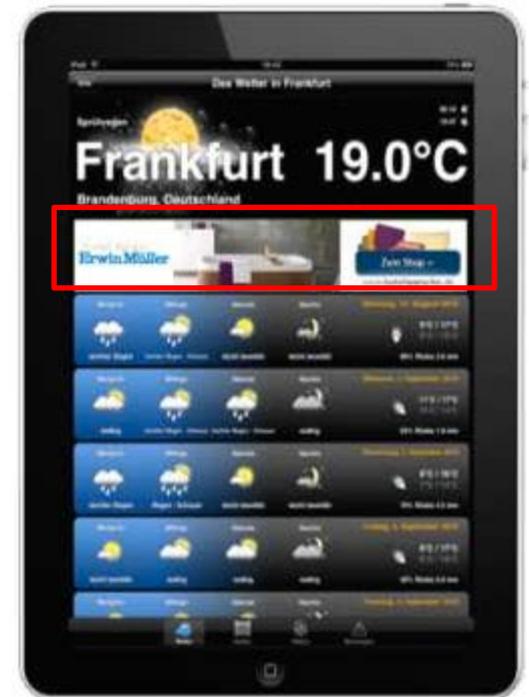
Targeting/Zielgruppenansprache

- Demographic Targeting
- Provider Targeting
- Geo-Targeting

Endgeräte

- Angepasste Mobile- Kampagnen auf unterschiedliche Endgeräte

Click-Through-Raten meist besser als auf nicht mobilen Endgeräten!



Stewart Klaus
Manager SEA



CONVERSION
OPTIMIZATION



Performance Marketing

- Suchmaschinen-Advertising SEA
- Suchmaschinen-Optimierung SEO
- Affiliate Marketing
- Display Advertising
- Social Media Marketing
- Mobile Marketing

Customer Journey

Web-controlling



Conversion Optimierung

WebSite Analyse

WebSite/LandingPage Entwicklung

Conversion Optimierung

Als **Conversion Optimierung** werden im Online-Marketing alle Maßnahmen bezeichnet, die den Ertrag bzw. den Return on Investment auf Webseiten erhöhen.

Maßgebend dabei ist die **Conversion Rate(CVR)**.

Diese errechnet sich aus den absoluten Besuchern, und den daraus folgenden „Konvertierungen“.

Das können **Käufe, Newsletter-Anmeldungen, Registrierungen, Downloads, Weiterempfehlungen**, oder einfach nur die „**Verweildauer**“ auf bestimmten Unterseiten sein.

Wie hoch ist die durchschnittliche ConversionRate bei Online Shops?

2%



Conversion Optimierung

WebSite Analyse

WebSite Entwicklung

Conversion Optimierung

Menüführung/ Einstieg über

- Produkte,
- Warengruppen,
- Suchfunktion
- Sonderangebote,
- Bilder,
- Kategorien,
- Themenwelten
-

Fly Out Menüs

Optimierter Checkout- Prozess

Alle gängigen Bezahlvarianten anbieten

Info Versandkosten

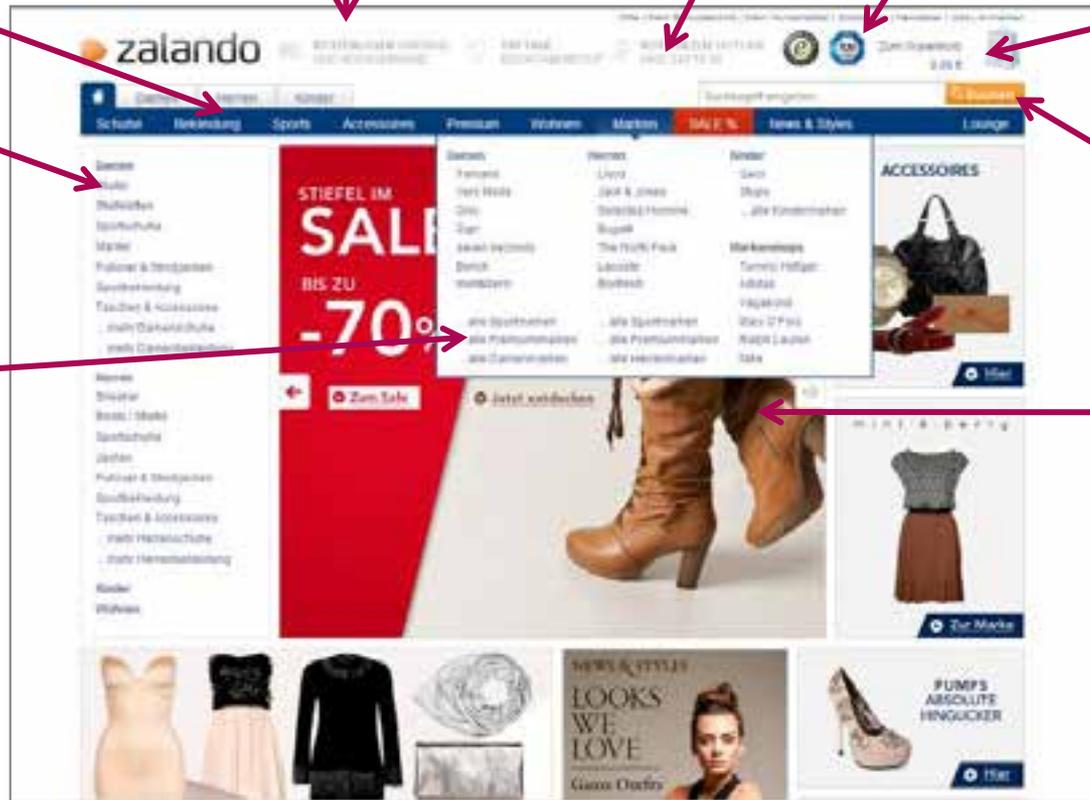
Kostenlose Hotline

Trusts...

Position des Warenkorbs

Suchfunktion

Ansprechende Produktdar- stellungen



WebSite muß erwartungskonform sein und zur Zielgruppe passen!

Conversion Optimierung

Info 100 (!) Tage Rückgaberecht

Wunschzettel, Gutscheine etc..

User weiß jederzeit, wo er sich befindet...

Erinnerung kostenloser Versand

Diverse Produktansichten

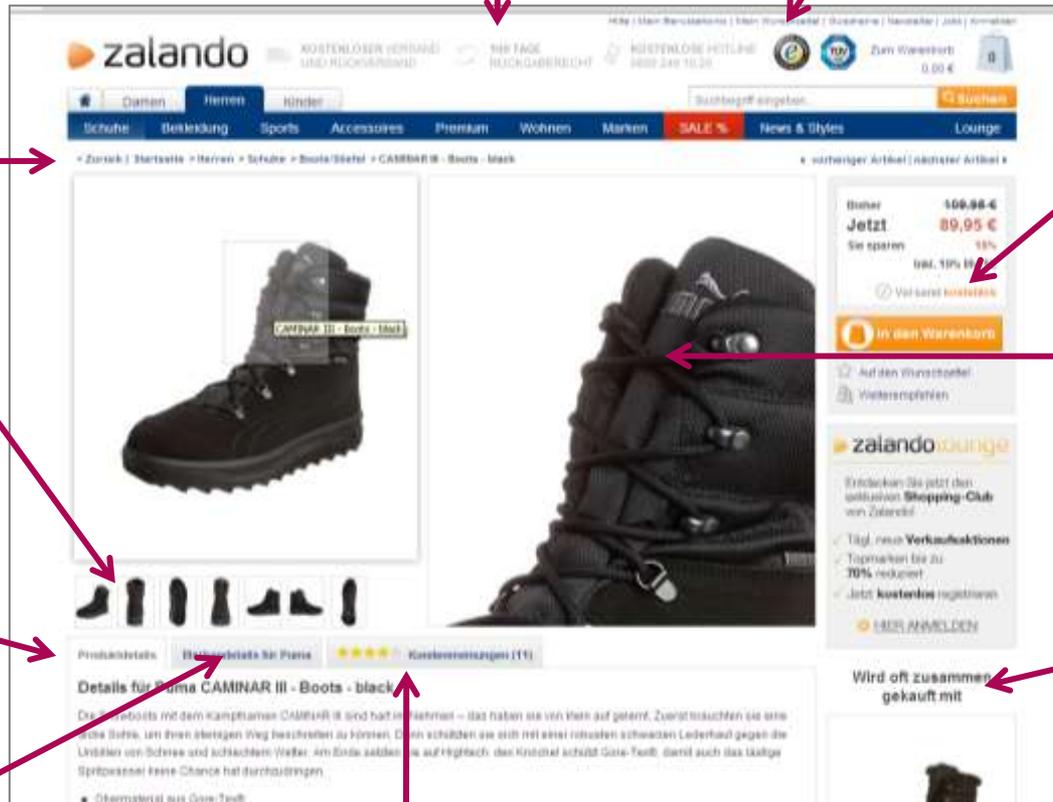
Detailansichten (Schuhkino)

Produktbeschreibungen

Einkaufsempfehlungen

Herstellerinfos

Userbewertungen / Kundenmeinungen!!!



vor Optimierung



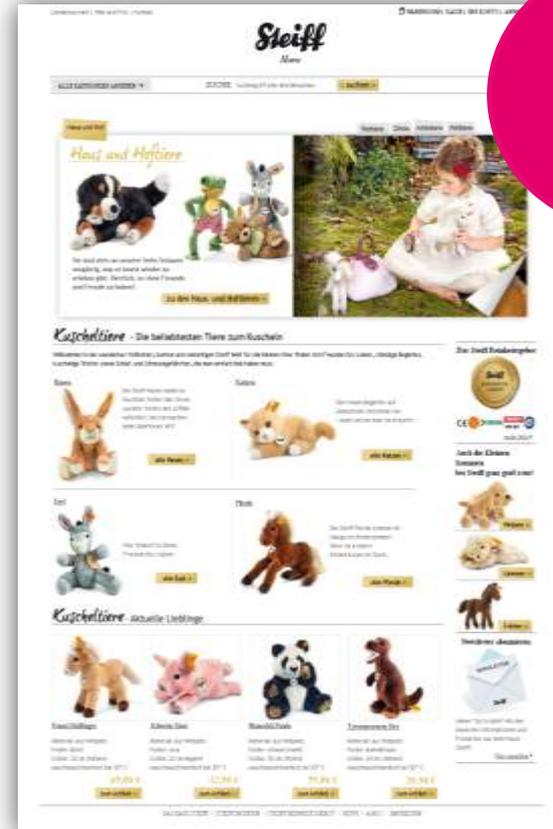
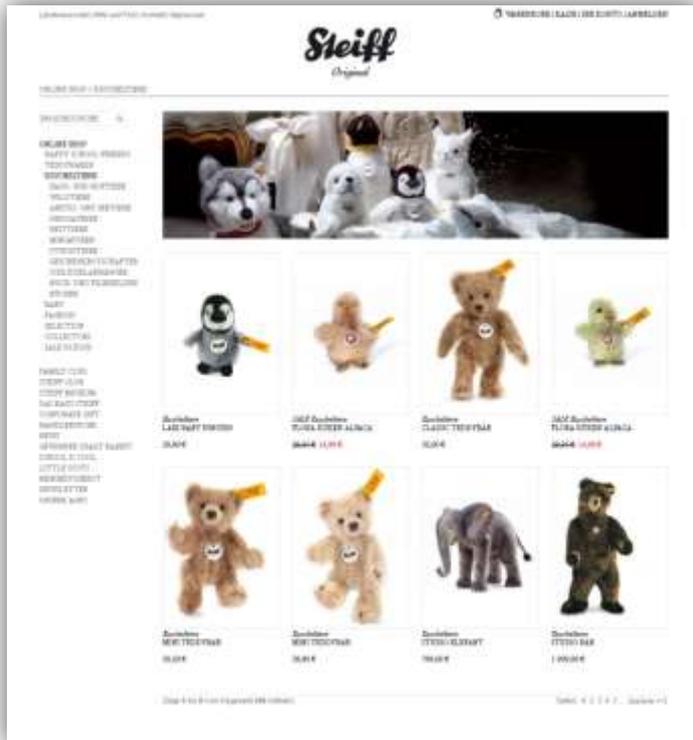
nach Optimierung



LCR
+10%

vor Optimierung

nach Optimierung



SCR +13%

Expertenanalyse Startseite (Auflösung 1024x768)

autohaus24.de
Die Adresse für günstige Neuwagen.

Ein Angebot von: **de SIXT**

Angebote Konfigurator Leasing Finanzierung Versicherung Über uns

Neuwagensuche

Bitte Marke auswählen

Bitte Modell auswählen

Jetzt suchen

Neuwagen zu günstigen Preisen

- Konfiguration, Farbe und Ausstattung frei wählbar
- Volle Herstellergarantie und freie Werkstattwahl
- Deutschlandweite Lieferung

Alle Marken (33)
Wählen Sie Ihren Wunschhersteller:

Audi BMW Chevrolet Citroen Fiat

Unsere Neuwagen Top-Angebote

Audi A1 Kompaktwagen
bis zu **17,50% Rabatt!**
ab **13.035 €**
statt 15.833,00 €

- Übersichtliche Seitenstruktur mit klarem Logo und einfacher Navigation
- Klare Kommunikation der Kundenvorteile und Trust-Elemente
- Darstellung der Top-Marken
- Deutlicher Call-to-action

▲ Aufmerksamkeitsanalyse Startseite (Auflösung 1024x768)



- Positiv: starke Wahrnehmung des Logos sowie der Trust-Elemente
- Das Bildelement im mittleren Seitenbereich wirkt sehr dominant und lenkt damit von den Kundenvorteilen sowie vom Call-to-action ab