absolit®
DR. SCHWARZ CONSULTING

Studie Online-Marketing-Trends 2009
Kurzfassung

absolit®
DR. SCHWARZ CONSULTING

Studie Online-Marketing-Trends 2009

- Über 85% der 474 befragten Unternehmen setzen auf Usability, Suchmaschinenoptimierung, E-Mail-Marketing und Web-Controlling
- 77% schalten Textanzeigen bei Google-Adwords
- 53% verstärken ihr Online-Marketing, 7,7% reduzieren

- Digital-Edition, Lieferung erfolgt per E-Mail im PDF-Format, 33 Seiten, 18 Abbildungen, 3 Tabellen
  Bestellung: www.absolit.de/trends

absolit®
DR. SCHWARZ CONSULTING

Zusammenfassung

- Neben Usability, SEO, E-Mail und Web-Controlling gehört nun auch SEM zum Pflichtprogramm des Online-Marketing.
- Diese fünf Instrumente werden von über drei Viertel der 474 befragten Unternehmen eingesetzt.
- Am stärksten am Kommen sind Mobile Marketing und das Unternehmens-Engagement auf Social-Web-Portalen.
- Ein Vergleich der Werte offenbart Trends. So war das Thema Blog in der Vergangenheit überbewertet. 2007 wollten noch knapp sechzig Prozent der Unternehmen verstärkt bloggen; 2009 sind es nur noch 48 Prozent.

Zusammenfassung

- Stark im Kommen ist auch das Social Web. Elf Prozent mehr Unternehmen als noch 2007 wollen verstärkt nach Möglichkeiten suchen, in Communities Präsenz zu zeigen.
- Neu bei den Pflichtaufgaben der Online-Marketer ist das Schalten von Suchwortanzeigen (SEM). Von 67 auf 77 Prozent stieg der Anteil der Unternehmen, die SEM einsetzen.
- Nur wenig verändert sind die Themen Homepage, E-Mail-Marketing und Web-Controlling. Die Verbessung der Nutzerfreundlichkeit (Usability) steht nach wie vor ganz oben, gefolgt von der Optimierung für Suchmaschinen (SEO).

absolit®
DR. SCHWARZ CONSULTING

Zusammenfassung

- Die Kür des erfolgreichen Online-Marketing stellt nach wie vor der Einsatz von Web 2.0-Instrumenten dar. Dazu gehört der Einsatz von nutzerfreundlichen Techniken wie AJAX ebenso wie das Zulassen von Kommentaren der Nutzer.
- Instrumente des klassischen Online-Marketing wie Banner und Affiliate Marketing sind in ihren jeweiligen Bereichen Pflicht, nicht aber flächendeckend.
- Affiliate-Marketing ist im Versandhandel Pflicht. Wer online Produkte vertreibt, nutzt selbstverständlich diese Form der erfolgsbasierten Werbung.

Methodik

- Die Befragung wurde gemeinsam mit dem Marktforschungs-unternehmen Rogator AG durchgeführt. Ziel der Befragung war einerseits die Analyse aktueller Trends sowie auch der generellen Relevanz bestimmter Themen. Aus den Ergebnissen wurden konkrete Empfehlungen abgeleitet.

- Befragt wurden Newsletterabonnenten von Absolit-Consulting. Die Zielgruppe sind Online-affine Unternehmen. Die Befragten kamen zu etwa gleichen Teilen aus kleinen (unter 10 Mitarbeiter), mittleren und großen (über 500 Mitarbeiter) Unternehmen. Die Befragung fand im November 2008 statt. Insgesamt wurden 474 komplett ausgefüllte Fragebögen ausgewertet.

- Den Befragten wurden die Fragen in jeweils unterschiedlicher Reihenfolge vorgelegt, um systematische Fehler zu vermeiden.

absolit®
DR. SCHWARZ CONSULTING

Die wichtigsten Themen

Usablity: Nutzerführung und Inhalte auf der Homepage verbessern

SEO: Suchmaschinen-Optimierung: in Trefferlisten weiter oben erscheinen

SEM: Schalten von Suchwortanzeigen (z.B. Google-Adwords)

E-Mail-Marketing: Einsatz von E-Mailings und Newsletter im Kontakt zu Interessenten und Kunden

Web-Controlling: Auswertung der Besucher- und Klick-Statistiken auf Homepage und Newsletter

Banneranzeigen: Schaltung grafischer Werbung in Form von Werbebannern und Videos

Affiliate Marketing: Partnerprogramme, bei denen die Werbepartner am Erfolg beteiligt werden

Die wichtigsten Themen

Mobile Marketing: Integration des Mobiltelefons in den Kommunikationsmix. Dies reicht von SMS-Response auf Außenwerbung über Werbe-SMS bis zu Mobilportalen.

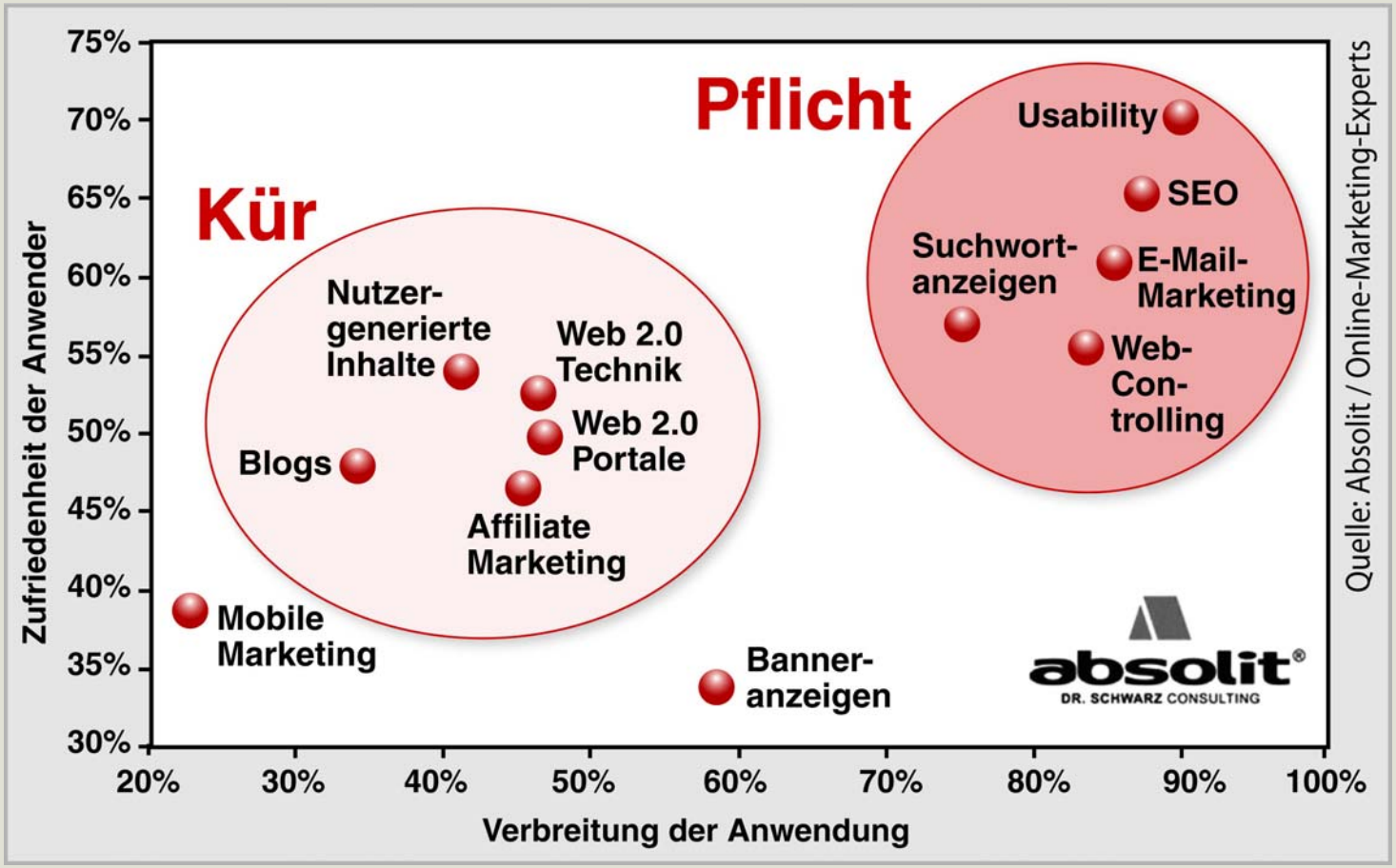
Web 2.0 – Technik: Ergänzung von HTML durch neuere Techniken wie AJAX, Mashups oder Tagging.

Web 2.0 – Portale: Das Engagement auf großen Web 2.0-Portalen umfasst neben Video- und Social-Bookmark-Portalen auch Communities wie StudiVZ, WKW oder Xing.

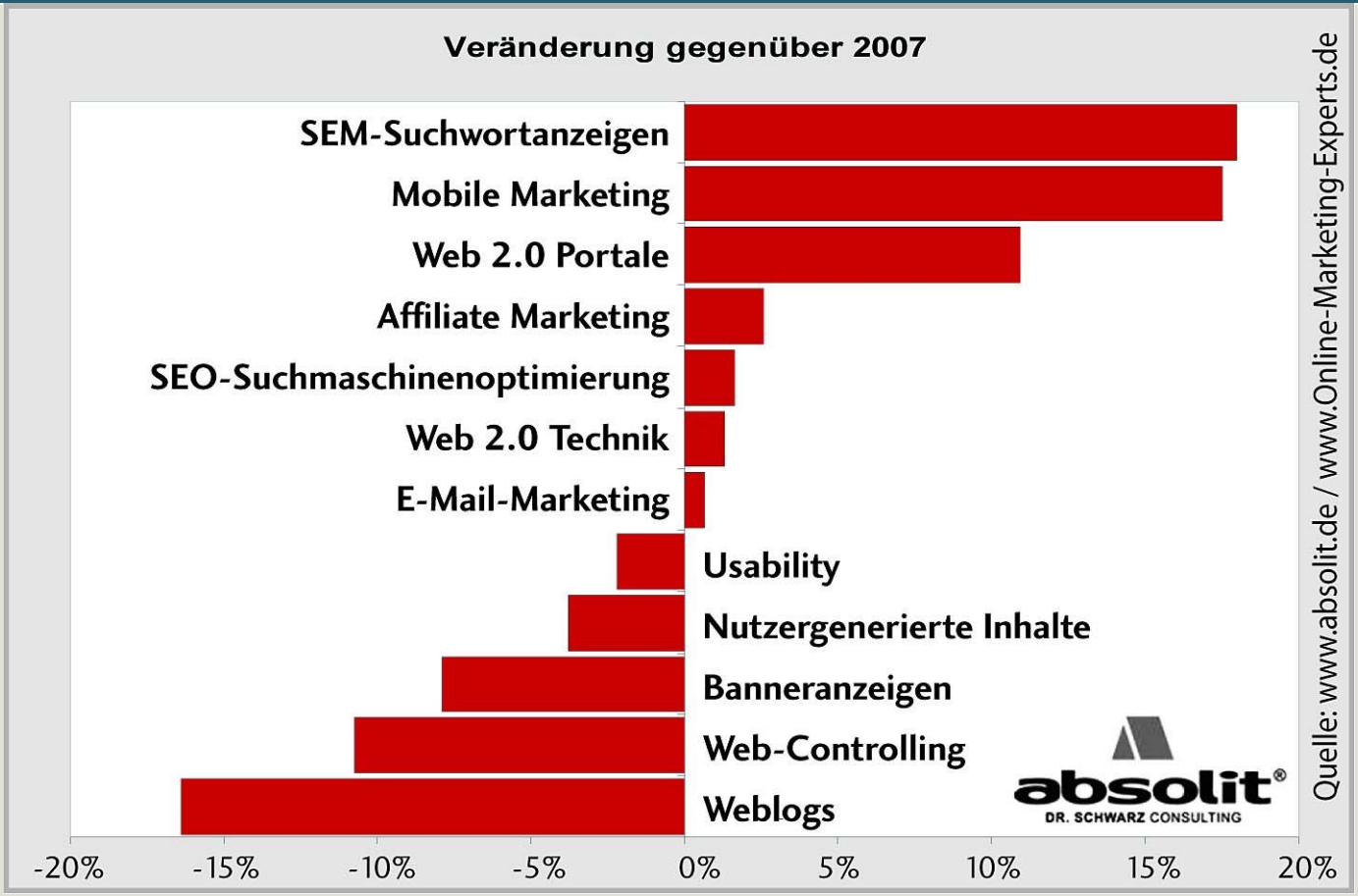
Web 2.0 – Nutzergenerierte Inhalte: Immer mehr Unternehmen geben den Besuchern die Möglichkeit, Kommentare oder Bewertungen abzugeben.

Blogs: Der Betrieb eigener Weblogs bedeutet, dass wie in einem Tagebuch persönlich gehaltene Berichte meist namentlich gekennzeichneter Mitarbeiter publiziert werden.

Die fünf Pflichten des Online-Marketing



Blogs haben Hoffnungen nicht erfüllt



Vergleich der Instrumente, die 2007 und 2009 verstärkt werden sollten.

Lagen 2007 noch viele Hoffnungen auf Weblogs, so sind es heute verstärkt SEM und Mobile Marketing

Methodik

- Die Befragung wurde gemeinsam mit dem Marktforschungsunternehmen Rogator AG durchgeführt.
- Befragt wurden Newsletterabonnenten von Absolit-Consulting. Der Newsletter richtet sich an Unternehmen mit besonderm Interesse an Online-Marketing. Insofern sind die Ergebnisse nicht repräsentativ für alle deutschen Unternehmen. Die Befragung fand im November 2008 statt. Insgesamt wurden 474 komplett ausgefüllte Fragebögen ausgewertet.
- Technisch wurde sichergestellt, dass jeder Befragte den Fragebogen nur ein einziges Mal ausfüllen konnte. Es gab keine Möglichkeit, nachträglich in das Panel der Befragten aufgenommen zu werden. Angesprochen wurden also nur Personen, die am 18.11.2009 im Verteiler registriert waren.
- Den Befragten wurden die Fragen in jeweils unterschiedlicher Reihenfolge vorgelegt, um systematische Fehler zu vermeiden.

Kontakt:

- Absolit Dr. Schwarz Consulting
- Melanchthonstr. 5
- D-68753 Waghäusel

- Tel: +49 7235 95773-0
- E-Mail: info@absolit.de

- Bestellung der Studie: www.absolit.de/trends