



Studie Online-Marketing-Trends 2011

ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting, Waghäusel
Kostenlose Kurzversion

Studie Online-Marketing-Trends 2011

- Über 90% der 235 befragten Unternehmen setzen auf Usability, Suchmaschinenoptimierung, E-Mail-Marketing und Web-Controlling
- 55% schalten Textanzeigen bei Google-Adwords
- 50% setzen Social Media Marketing ein, 23% planen es
- Große Unternehmen versagen beim Social-Media-Monitoring, kleine Unternehmen stärker im Social Web und Blogs
- Digital-Edition, Lieferung erfolgt per E-Mail im PDF-Format, 41 Seiten, 22 Abbildungen, 3 Tabellen
Bestellung: www.absolit.de/Trends

Zusammenfassung

- Neben Usability, Suchmaschinen, E-Mail und Webanalyse gehört nun auch das Social Web zum Pflichtprogramm des Online-Marketing.
- Usability, Suchmaschinen, E-Mail und Webanalyse werden von über neunzig Prozent der 235 befragten Unternehmen eingesetzt oder sind geplant.
- Am stärksten am Kommen sind Mobile Marketing, Social Web und Usability.
- Kleine Unternehmen sind aktiver im Social Web. Große Unternehmen haben den größten Nachholbedarf beim Social Media Monitoring.

90% setzen auf Usability, SEO, E-Mail und Analytics

- Unangefochten vorne liegen die Online-Marketing-Themen Suchmaschinenoptimierung, Webanalyse, E-Mail-Marketing und Usability. Neunzig Prozent der befragten Unternehmen setzen diese Techniken ein oder planen den Einsatz. Immerhin jedes zweite Unternehmen setzt auch schon Social Media Marketing ein, ein Viertel plant den Einsatz.
- Die Studie wird alle zwei Jahre durchgeführt. 235 Fragebögen online-affiner Unternehmen wurden ausgewertet. Die Auswertung erfolgt auch nach Unternehmensgröße. So sind kleine Unternehmen häufiger im Social Web und mit Blogs aktiv, als größere. Die Meinungen im Social Web scheint nur ganz wenige Großunternehmen zu interessieren: Nur 27,8 Prozent der Unternehmen mit über fünfhundert Mitarbeitern betreiben Social Media Monitoring.

Problemkind Monitoring

- Über Social Media Marketing wird derzeit zwar viel geredet, aber trotz der niedrigen Einstiegshürden wenig getan. Es ist gefährlich, dass nur wenige Unternehmen das Social Web gezielt beobachten.
- Nur 40,2 Prozent betreiben Monitoring, das heißt sie verfolgen Kommentare über das eigene Unternehmen. 49,6 Prozent setzen auf Social Media Marketing mit eigenen Facebookseiten oder Twitterprofilen.
- Jedes zehnte Unternehmen ist im Social Web aktiv ohne zu wissen, worum es dabei geht. Dieser blinde Aktionismus ist wie fahren ohne Führerschein.

Mobile Marketing: App-Economy noch weit entfernt

- Mobile Marketing ist noch weit entfernt davon, zum Massenphänomen zu werden. Erst 12,9 Prozent setzen iPhone-Apps oder Smartphone-optimierte Webseiten ein.
- Jedoch ist hier das größte Wachstumspotenzial, denn knapp ein Viertel der Unternehmen planen den Einsatz. Damit gehört Mobile zusammen mit Social Web und Usability zu den Themen, deren Einsatz die meisten Unternehmen für 2011 planen.

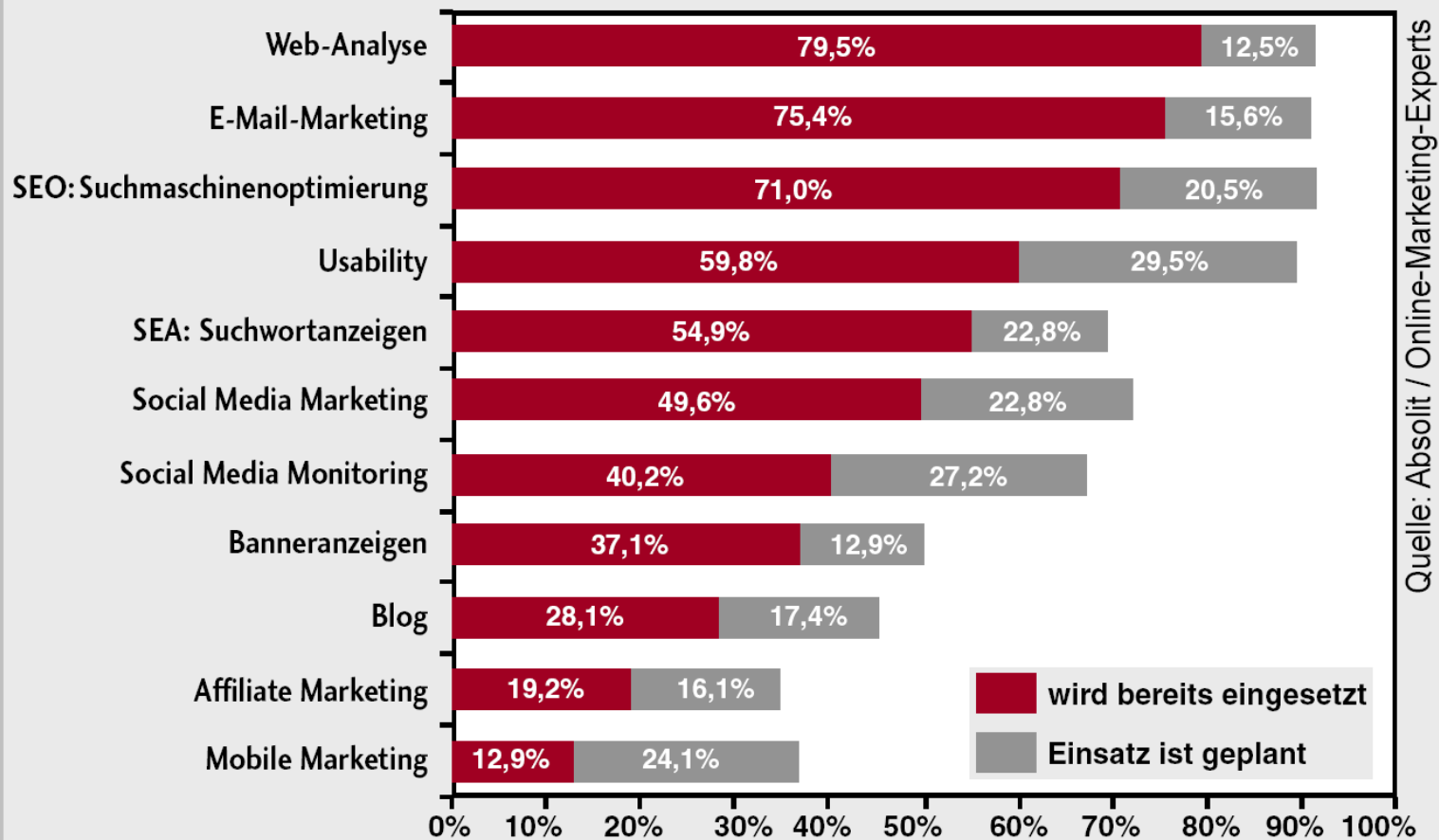
Methodik

- 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 28634 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 Dezember 2010 statt. Technisch wurde sichergestellt, dass jeder Befragte den Fragebogen nur ein einziges Mal ausfüllen konnte. Insgesamt wurden 235 komplett ausgefüllte Fragebögen ausgewertet.
- Den Befragten wurden die Fragen in jeweils unterschiedlicher Reihenfolge vorgelegt, um systematische Fehler zu vermeiden.

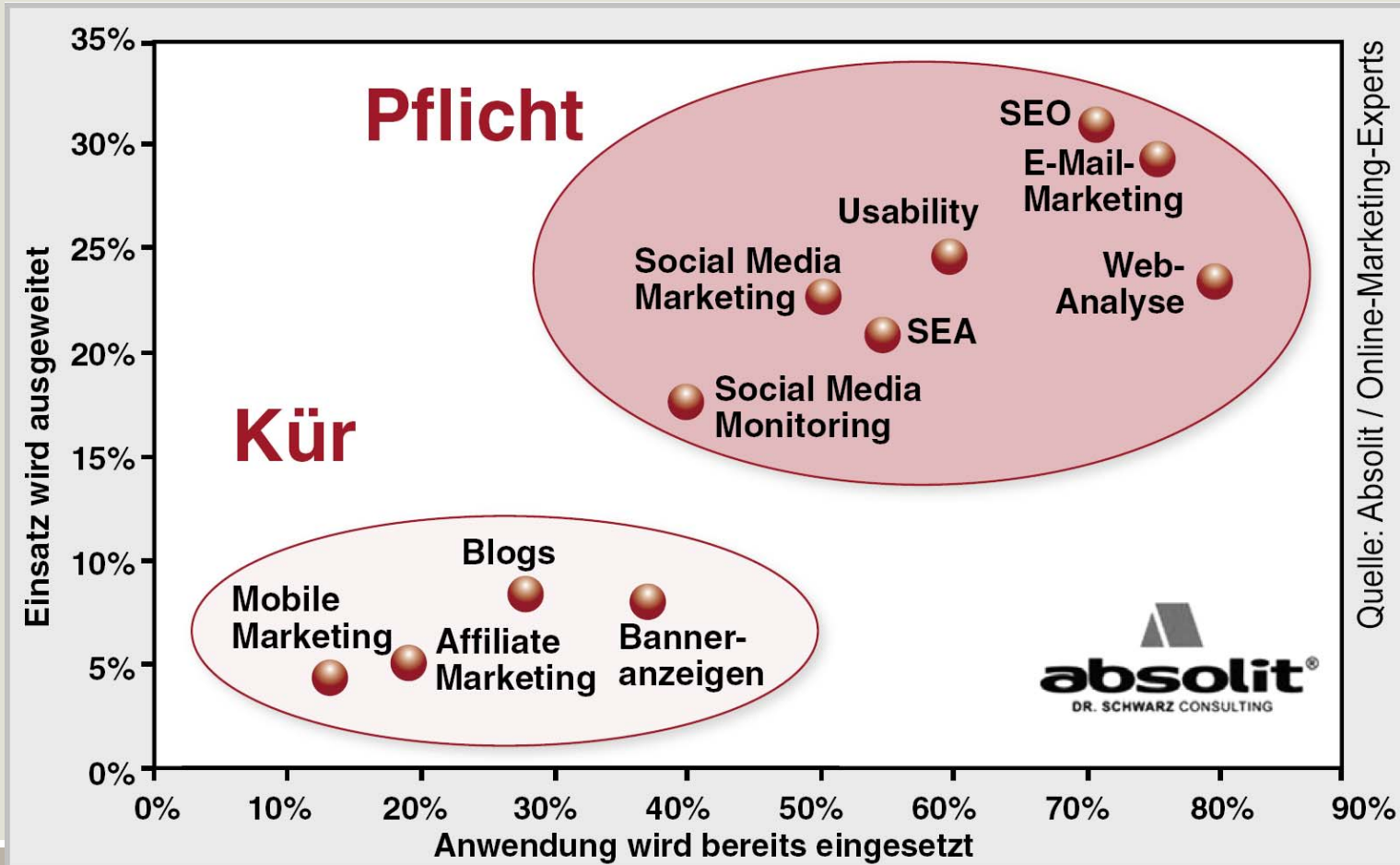
Die wichtigsten Themen

- **Usability:** Nutzerführung auf der Homepage verbessern
- **SEO:** Suchmaschinen-Optimierung: Google-Ranking verbessern
- **SEA:** Schalten von Suchwortanzeigen (Google-Adwords)
- **E-Mail-Marketing** bzw. Newsletter
- **Web-Analyse:** Auswertung der Klick-Statistik der Homepage
- **Banner:** Schalten grafischer Werbeanzeigen
- **Affiliate Marketing:** Partnerprogramme für Online-Vertrieb
- **Mobile Marketing:** Apps und Smartphone-optimierte Webseiten
- **Blogs:** Betrieb eines eigenen Weblogs
- **Social Media Monitoring:** Beobachten von Kommentaren in Facebook, Twitter etc.
- **Social Media Marketing:** Selbst aktiv sein in Facebook, Twitter YouTube, Xing oder StudiVZ etc.

Die wichtigsten Online-Marketing-Themen



Die wichtigsten Online-Marketing-Themen



Kontakt:

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

- Tel: +49 7235 95170-0
- E-Mail: info@absolit.de

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