

Ing. Schönberg Christian

Softwareentwicklung

Einzelpreis: kostenlos



<http://schoenberg.company>

Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 – 2014

[Impressum hier klicken](#)



Ing. Schönberg Christian

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Performance-Marketing:

Allgemeines :

Performance-Marketing kommt vom englischen Begriff "performance -> Leistung" und beschreibt den Einsatz von **Online-Marketinginstrumenten**, die darauf abzielen, **messbare Reaktionen** bzw. **Transaktionen** mit dem Nutzer zu erzielen.

Performance-Marketing ist ähnlich wie **Direktmarketing** nur mit **interaktiven Medien**. Dabei stehen leistungsbetonte Abrechnung wie **Pay per Click**, **Pay per Lead** oder **Pay per Sale** im Vordergrund.

Von der Werbeindustrie wird **Performance-Marketing** auch als **Below-the-line-Kommunikation** gezählt. Als **Below-the-line-Kommunikation** werden im Marketing alle sogenannten "**nicht-klassischen**" **Werbe-** und **Kommunikationsmaßnahmen** eingeteilt.

Performance-Marketing dient sowohl der **Kundengewinnung** als auch der **Kundenbindung**. Dabei erfolgt die **Ansprache** der Kunden sehr **gezielt** und möglichst **individuell**. Ziel dabei ist es, eine möglichst **große Interaktion** mit dem Nutzer zu erreichen.

Die Vorteile liegen darin, dass das **Marketingbudget** relativ **kalkulierbar** ist, sich daraus eine zumeist feste Anzahl von potentiellen Kunden mit echtem Interesse ergeben und diese Marketingform **gut planbar** und zumeist **sehr effizient** ist.

die Merkmale von Performance Marketing:

- **Messbarkeit:** Dazu müssen die Reaktionen der entsprechenden Zielgruppe eindeutig und messbar sein, z.B. Anzahl Newslitereinträge, Anzahl der Käufe, usw.
- **Modularität:** Die Kampagne kann in kleine Budgetmodule aufgeteilt werden und diese können einzeln gebucht und beurteilt werden.
- **Optimierbarkeit:** Auch während der Laufzeit können Parameter wie Anzeigentexte, Click-Gebote, usw. zur Optimierung angepasst werden.
- **Vernetzung:** Performance-Marketing kann auch in eine klassische Kampagne eingebunden werden.

die möglichen Instrumente:

- **Suchmaschinenmarketing (SEM):** Dabei werden Werbemedien bei den Suchergebnissen eingeblendet. Dadurch werden zielgruppenrelevante Besucher auf das eigene Angebot aufmerksam gemacht. Die Bezahlung erfolgt dabei in Form von **Pay per Click**. Damit lassen sich diese Anzeigen auch gut optimieren.



Die Merkmale

Hinweis:

Weitere tolle und kostenlose Softwaretools und Ebooks unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Die Instrumente

Web Analytics

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

- **Suchmaschinenoptimierung (SEO):** Dabei steht es im Vordergrund in den Suchmaschinenergebnissen möglichst vorne zu stehen. Da die Suchmaschinen die Ergebnisse nach bestimmten Kriterien auflisten, lassen sich diese Kriterien der eigenen Webseite optimieren. Auch mit Web Analytics Tools lassen sich Optimierungsstrategien ableiten.

- **Display-Advertising:** Trotz zahlreicher Alternativen zu Bannerwerbung, zählt diese immer noch zu den sehr effektiven Instrumenten im Online-Marketing. Optimierungsmöglichkeiten bestehen vor allem in der grafischen Gestaltung. Auch dabei können zum Beispiel die Anzahl der Klicks gemessen erfasst, ausgewertet und optimiert werden.

- **E-Mail-Marketing:** Mit E-Mail-Marketing lassen sich Kunden sehr persönlich und individuell ansprechen. Auch hierbei lassen sich Kennwerte wie Öffnungsrate, Klickrate, Konversionsrate, usw. auswerten und optimieren. Web Analytics Tools können ebenso bei der Optimierung unterstützen.

- **Affiliate-Marketing:** Dabei können auf der eigenen Webseite Produkte oder Dienstleistungen eines Unternehmens zumeist über ein Partnerprogramm beworben und dafür nach entsprechender Vergütungsart (Pay per Click, Pay per Sale, Pay per Lead) eine Vergütung kassiert werden. Wichtig dabei ist, dass es sich bei den beworbenen Produkten um themenrelevante Inhalte handelt. Auch bei dieser eingebundenen Werbung lassen sich optimal Kennwerte ermitteln, auswerten und optimieren.

- **Kooperationen:** Dies können zum Beispiel Vertriebskooperationen sein und funktionieren oftmals ähnlich wie ein Partnerprogramm. Jedoch werden bei Kooperationen zumeist individuelle Verträge abgeschlossen und die Werbeaktionen werden genau koordiniert. Aufgrund der genauen Koordinierung lassen sich Kennwerte und Erfolge auch eindeutig zuordnen und können individuell angepasst werden.

Web Analytics:

Web Analytics spielt bei **Performance-Marketing** eine wichtige Rolle. Damit können **Aktionen** und **Reaktionen** von Usern aufgezeichnet werden. Die dabei gewonnenen Informationen können zur **Optimierung** der **Marketingmaßnahmen** und daraus folgernd zumeist zur **Erhöhung** des **Umsatzes** beitragen.

FAZIT: Performance-Marketing kann **viele Vorteile** bringen und auch zum Hauptziel "**mehr Umsatz**" führen. Gleichzeitig können aber auch die **Ausgaben reduziert** werden, da zum Beispiel nicht effiziente Methoden erkannt und entfernt werden können.

Ein weiterer Vorteil ist die **effiziente Erfolgskontrolle**. Damit können auch während der Laufzeit **Probleme** oder **Schwächen** erkannt und daraus folgernd **Maßnahmen** zur **Beseitigung** der Probleme gesetzt werden. Da dieses Konzept sehr komplex werden kann, kann auch eine Agentur mit der Durchführung beauftragt werden.

