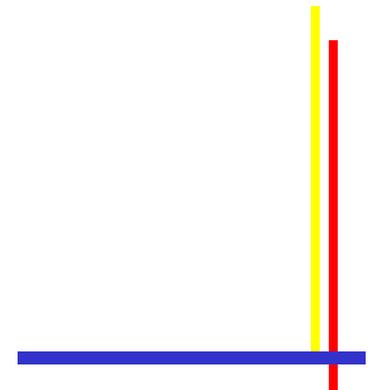




## 8. Gewinnspiele

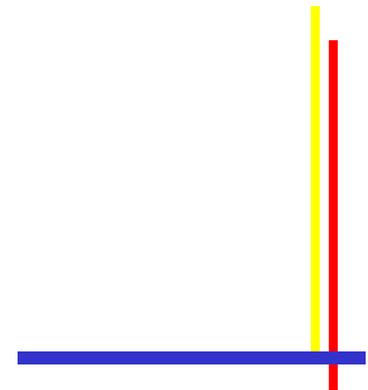
- wirksames Mittel, um kurzfristig Traffic zu erhöhen
- erzeugt i.d.R. keine längerfristige Nutzer-Bindung
- ist nicht für jede Zielgruppe hilfreich





## 9. Banner

- **kommerzielle Banner**
- **Bannertauschdienste**
- **Webringe**
- **Banner von eigenen Aktionen**



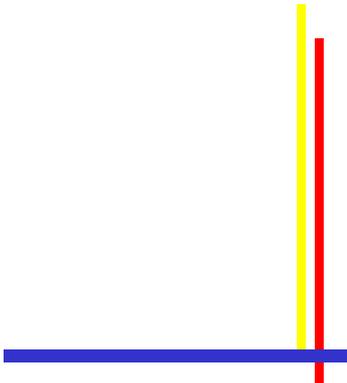


## **Kommerzielle Banner**

Vorteil:

- Erreichen der „Masse“
- aber auch zielgruppenspezifische Werbung

Nachteil:

- Weggucken der Nutzer
  - zum Teil geringe Erfolgsquote
  - Programme wie Webwasher
  - keine Markenbildung
- 



## **Kommerzielle Banner**

### **AdView**

**Zahl der Nutzer, die das Banner sehen**

### **AdClick**

**Zahl der Nutzer, die das Banner anklicken**

### **Click-Through-Rate**

**Verhältnis von Nutzern, die das Banner sehen, zu denen, die das Banner anklicken (in der Regel unter einem Prozent)**

### **IVW**

**Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern**



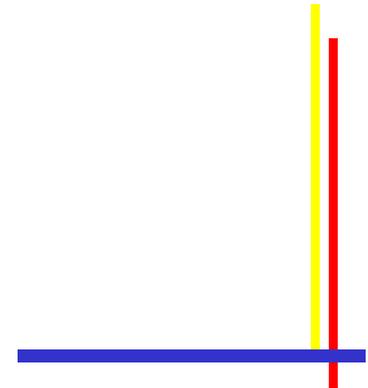
## ■ Die Bannerkampagne

Bannereinblendungen	1.000.000 (willkürlich gewähltes Beispiel)
Preis für 1000 Einblendungen	DM 40,- (gängiger Marktpreis)
Schaltungskosten der Kampagne	DM 40.000,- (Einblendungen / 1000 * Tausenderkontaktpreis)
Kosten für die Bannerentwicklung	DM 3.000,- (3 Banner à DM 1.000,-, kann stark variieren)
Gesamtkosten der Kampagne	DM 43.000,- (Schaltungskosten + Entwicklungskosten)
Click-Through-Rate	1% (ein übliche Rate von Besuchern, die auf den Banner klicken)
Click-Throughs	10.000 (Einblendungen * Click-Through-Rate)
Kaufrate	1% (Prozentsatz der Besucher, die über den Banner gekommen sind und das beworbene Produkt / die Leistung kaufen - ein üblicher Prozentsatz)
Anzahl Bestellungen	100 (Click-Throughs * Kaufrate)
Kosten für Gewinnung eines Neukunden	DM 430,- (Kampagnenkosten / Anzahl Bestellungen)



## 10. Umfragen

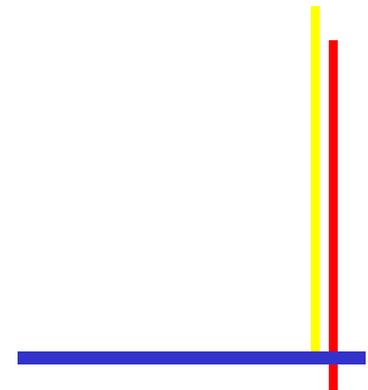
- Ankündigen
- Durchführen
- den Nutzern mitteilen, was mit dem Ergebnis passiert
- Ergebnis per PM vorstellen





## 11. Empfehlungen

- Seite empfehlen (z.B. recommender)
- Artikel versenden (z.B. mit Autoresponder)





## **Marketing-Plan**

- 1. Ziel der Site**
  - 2. Zielgruppe(n)**
  - 3. Zielgruppenbotschaften**
  - 4. Maßnahmen**
    - offline**
    - Suchmaschinen (Schlüsselbegriffe <meta>Tag)**
    - auf der Site (welche Links?)**
    - im Netz**
  - 5. Konkurrierende Sites**
  - 6. Aufwand und zeitliche/logische Abhängigkeiten**
- 