

# Online-Marketing

The image displays a vertical sequence of five screenshots from a web browser, illustrating various online marketing and news pages from 1999:

- Top Screenshot:** A banner for 'Bücher rund um die Uhr im Internet' (Books 24/7 online) featuring 'bof.de' and 'amazon.de' logos. Below is a 'computer ++' article with a 'BerlinOnline' logo and text about computer news and events.
- Second Screenshot:** A page titled 'aktuelle Langzeitkritik' (current long-term criticism) with a 'WEITER' button.
- Third Screenshot:** A registration form titled 'infos' with fields for 'Name (optional)', 'E-mail address', 'Full Name', and 'Password'. It includes a 'FREE OFFER' section for a 'FREE CD-ROM membership' and a 'FREE E-mail' offer.
- Fourth Screenshot:** A forum page titled 'Originelle und effiziente Muttertagsgrüße' (Original and efficient Mother's Day greetings) with a 'SERVICES' sidebar.
- Fifth Screenshot:** A page for 'COMPUTERWOCHE INFONET' (Computer Week Infonet) dated 'Montag 3. 5. 1999'. It features a 'CW-Wettbewerb' (CW Competition) section with a 'JA' (Yes) button and a 'NEIN' (No) button, along with various news items and advertisements for 'Deskpro EP 6450+' and 'COMPAQ'.



# Log Files

geben Informationen

- welche Dateien wie oft abgerufen wurden
- wie lange die Besucher blieben
- von welcher Seite sie kamen (Refering-Websites)
- mit welchem Browser sie surfen
- welches Betriebssystem sie benutzen

**Problem:** mögliche Verfälschung durch Proxy-Server





# Besucherzählung I

## Hit

kleinste Einheit: jede geladene Datei

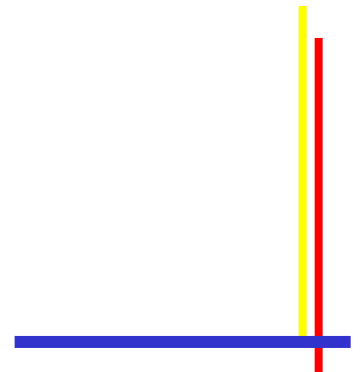
## Zugriff

jede komplett geladene Seite (auch Access oder Page View oder Page Impression PI)

## Besucher, Visit

Reihe von Page Views in einer kurzen Zeit

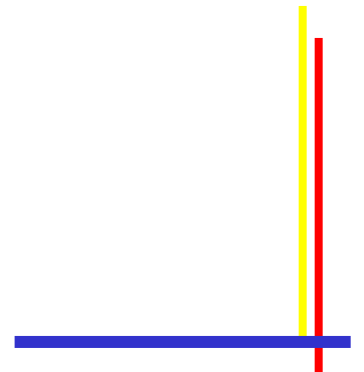
**Anteil Besucher aus der Zielgruppe**  
mit LogFiles nicht zu ermitteln





# Besucherzählung II

- Newsletter-Abo
- Cookies
- Umfragen/Gewinnspiele
- Mitgliedschaft

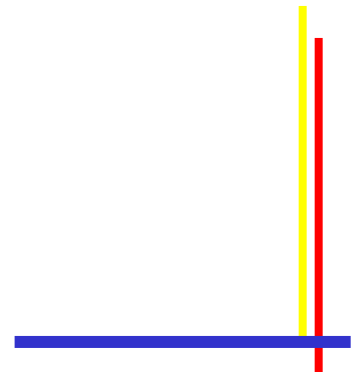




# Maßnahmen

## 1. Adresse

- eigene/mehrere Domains
- gut zu merkende Datei-Struktur
- eigene Domain für Unterverzeichnisse/Projekte
- eMail-Adresse name@domain.de



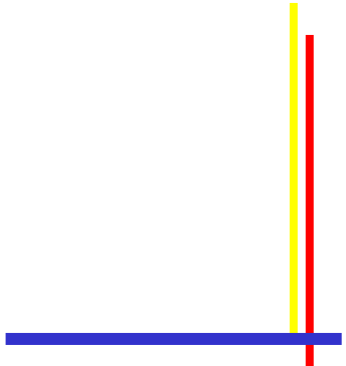


## 2. Ständige Wiederholung

- **WWW-Adresse auf ALLEM, was das Büro verläßt**
  - **Die Mitarbeiter/Mitglieder sollten sehr häufig mit der Site arbeiten und mögen sie sie (als eigene Zielgruppe begreifen und entsprechende Angebote machen!)**
- 



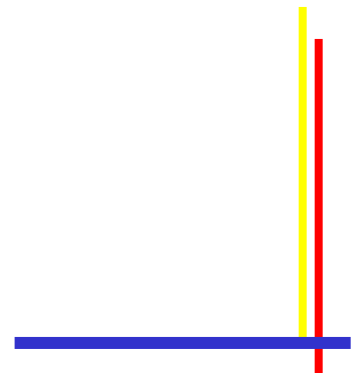
### **3. Online-Pressearbeit**

- **regelmäßig PM**
  - **Presseverteiler auf Online-Medien erweitern (u.U. aufwendige Recherche): alle regelmäßig aktualisierten Seiten aus dem Bereich, Linktipps, Newsletter-Herausgeber, E-Zines etc.**
- 



## 4. eMail-Signaturen

**wechselnde Signaturen unter eMails:  
--- als Signaturtrenner  
höchstens fünf Zeilen**







**Von** "Markus Ficala" <ficala@globex.at>  
**Antwort-an** DREAMWORKER-DREAMWEAVER@yahoogroups.de  
**An** DREAMWORKER-DREAMWEAVER@yahoogroups.de  
**Betreff** AW: [DW-LISTE]AW: Buttonschriftart  
**Erstellt** Mi, 23 Jan 2002 09:30:24 (Wed, 23 Jan 2002 09:30:24 +0100)

1,826 b

Hi an alle,

ich habe nach langer Zeit und zweimaligem mail, vom Ersteller der Site eine Antwort bekommen und falls es euch interessiert, es ist die Schriftart: "hooge"

Downloadlink hat er mir auch gleich mitgeschickt: <http://www.miniml.com/>

Danke nochmal für eure Hilfe!

Lg. Markus

URL: <http://www.the-emax.net> eMail: [emax@the-emax.net](mailto:emax@the-emax.net)

-----Ursprüngliche Nachricht-----

Von: Anne [mailto:annemania\_2000@yahoo.de]  
Gesendet: Mittwoch, 23. Januar 2002 08:04  
An: [DREAMWORKER-DREAMWEAVER@yahoogroups.de](mailto:DREAMWORKER-DREAMWEAVER@yahoogroups.de)  
Betreff: [DW-LISTE] AW: Buttonschriftart

Hallo Markus

Von: Markus Ficala [mailto:ficala@globex.at]

> Ich suche schon seit längerem nach soeiner Schriftart,  
> nur weiß ich leider nicht wie sie heißt oder woher  
> ich sie bekommen kann.

Ich weis zwar nicht wie die Schriftart heißt, aber ich weis woher du mehrere bekommen kannst. Allerdings musst du diese teilweise extra einbinden weil sie nicht gängig sind. Oder du machst halt Bildchen. Schau einfach mal bei <http://www.font-world.de/>



**Von** Ludwig Fischer <Ludwig.Fischer@fnst.org> (dc)  
**An** cnimmerfroh@virtuelle-akademie-fnst.org (Maria-Christina Nimmerfroh)  
**Betreff** RE: Chat morgen?  
**Erstellt** Di, 22 Jan 2002 11:13:00 (Tue, 22 Jan 2002 11:13:00 +0100)

1,353 b

**Mit freundlichen Grüßen**

**>Maria-Christina Nimmerfroh**

**>Tutorin Workshop Gesundheitspolitik**

**>mailto:cnimmerfroh@virtuelle-akademie-fnst.org**

**>http://www.virtuelle-akademie-fnst.org**

=== Kommentar von FISCHER@FNST (Ludwig Fischer) am 22.01.02 11:10

Liebe Maria-Christina,

wir können dies auch per Mail klären: Wie war dein Arbeitsaufwand für die Dienstleistungen, die außerhalb deines Workshops lagen?

Bitte Tätigkeiten (nicht im Detail!) auflisten mit Stundenzahl. Wie dein Stundensatz?

Ich mache dann einen Auftrag und du schickst anschließend eine Rechnung, o.k.?

Beste Grüße

Ludwig

Ludwig Fischer  
Leiter Virtuelle Akademie  
Friedrich-Naumann-Stiftung  
[ludwig.fischer@fnst.org](mailto:ludwig.fischer@fnst.org)  
[www.virtuelle-akademie-fnst.org](http://www.virtuelle-akademie-fnst.org)

Truman-Haus  
Karl-Marx-Straße 2  
14482 Potsdam-Babelsberg  
Telefon 0331-7019-201  
Fax 0331-7019-103



**Von** "networker digest" <networker@listserver.meta-list.net>  
**Antwort-an** "networker" <networker@listserver.meta-list.net>  
**An** "networker digest recipients" <networker@listserver.meta-list.net>  
**Betreff** networker digest: January 22, 2002  
**Erstellt** Mi, 23 Jan 2002 00:01:27 [Wed, 23 Jan 2002 00:01:27 +0100]

15,400 b

Viele dieser Projekte sind einerseits sehr gut gemacht und erfahren regen Zuspruch. Manchem reicht das voellig.

Ich kenne genuegend Musiker, die exzellente Musik machen und trotzdem keinerlei Interesse daran haben, diese Musik kommerziell vermarkten zu lassen. Und sei es nur deshalb, weil man sich keinem Diktat der Musikindustrie unterwerfen will.

Was meinen Sie?

Beste Gruesse

Klaus Arnhold

PS. Die zu Anfang erwaehte Website <<http://www.firstmonday.org>> bietet auch in anderer Hinsicht eine Fuelle von hoechst interessanten Artikeln.

--

> **Workshop: "E-Mail-Marketing in der Praxis."**  
HH: 29.1.; M: 31.1. D: 21.2.; HH: 26.2. M: 28.2.  
Infos: <http://www.klaus-arnhold.de/emailworkshop>  
In Co-Operation mit <<http://www.ecircle-ag.com>>  
und dmmv services GmbH <<http://www.dmmv-services.de>>

|-

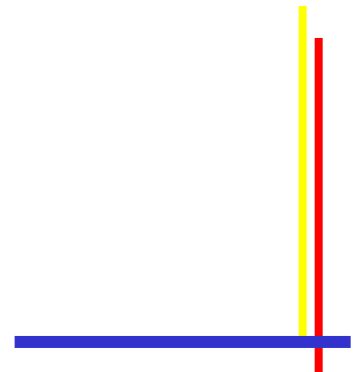


## 5. Suchmaschinen

Nein, es gibt kein Patentrezept, um auf Platz Eins zu kommen.

Kataloge

Volltextsuchen



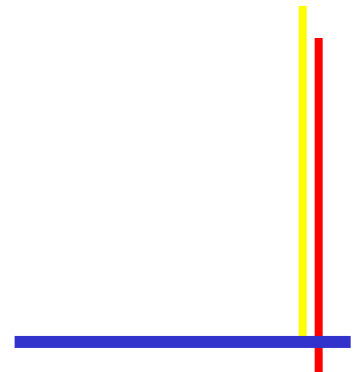
## Volltextsuchen berücksichtigen:

- URL
- Domain
- Titel
- <meta>-Tags/img und ahref alt-Tags
- Anzahl der Links auf die Seite (Linkpopularität)
- Häufigkeit des Suchbegriffs (im Verhältnis zum gesamten Text =Keyword-Dichte)
- Position des Suchbegriffs im Quellcode
- Directory-Tiefe
- Link-Relevanz: Links auf Adressen, in denen der Suchbegriff vorkommt
- Aktualität
- Häufigkeit des Aufrufs von Suchmaschine aus



## **Volltextsuchen haben Probleme mit:**

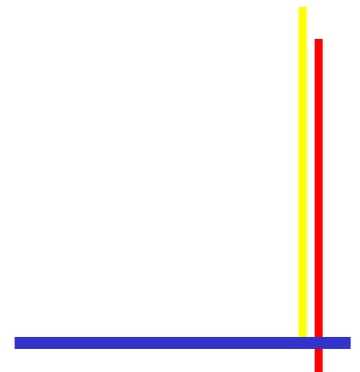
- **Logos**
- **Image-Maps**
- **Frames**
- **direkten Weiterleitungen**
- **aus Datenbanken generierten Seiten**



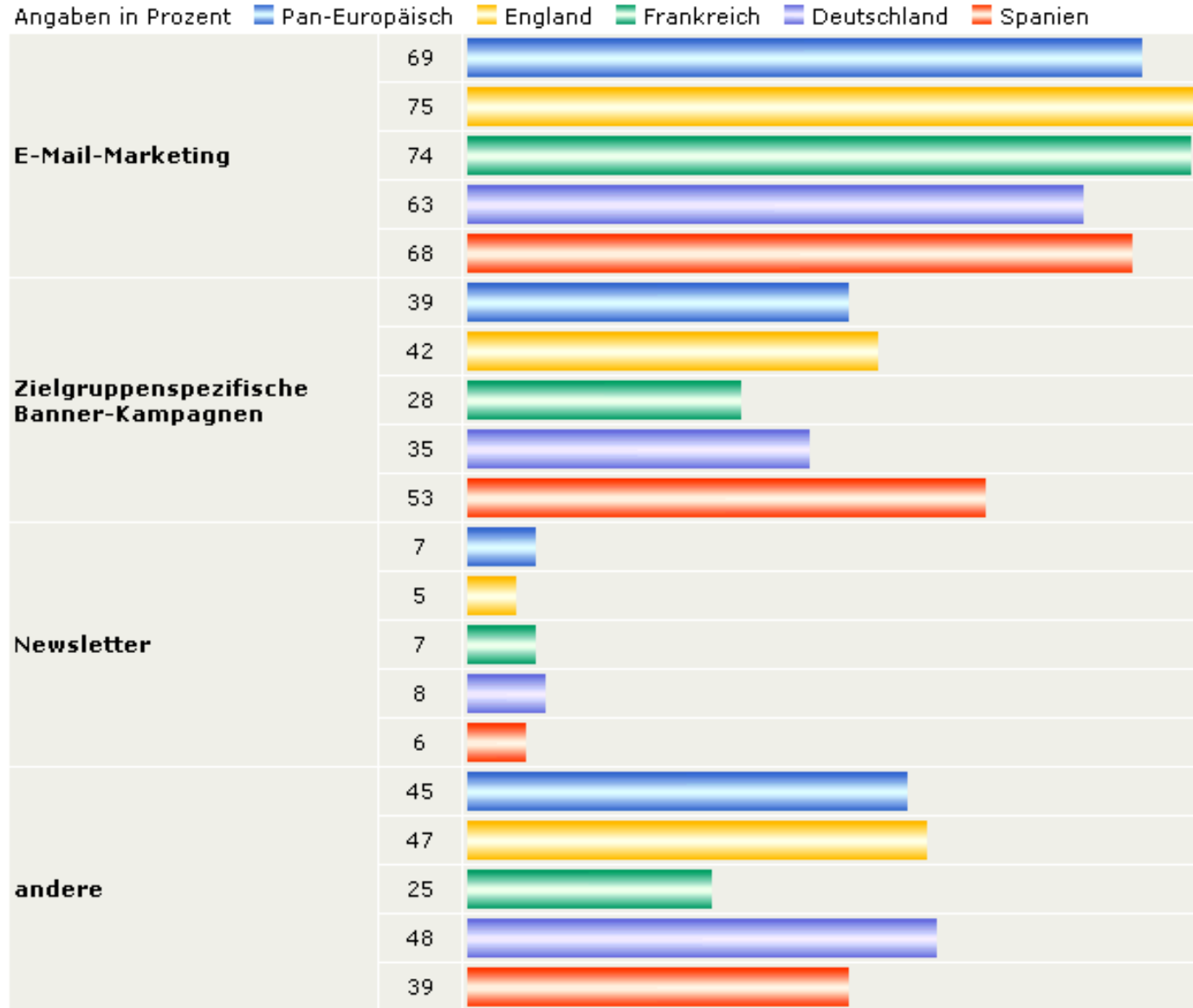


## Auswahl der Suchbegriffe

- Was gibt Ihre Zielgruppe ein, wenn sie Sie sucht?
- auch Plural benutzen
- Welche Schlüsselwörter verwendet die Konkurrenz?
- (Namen der Konkurrenz)
- Kombination von Suchbegriffen
- Tippfehler



# 6. eMail-Marketing

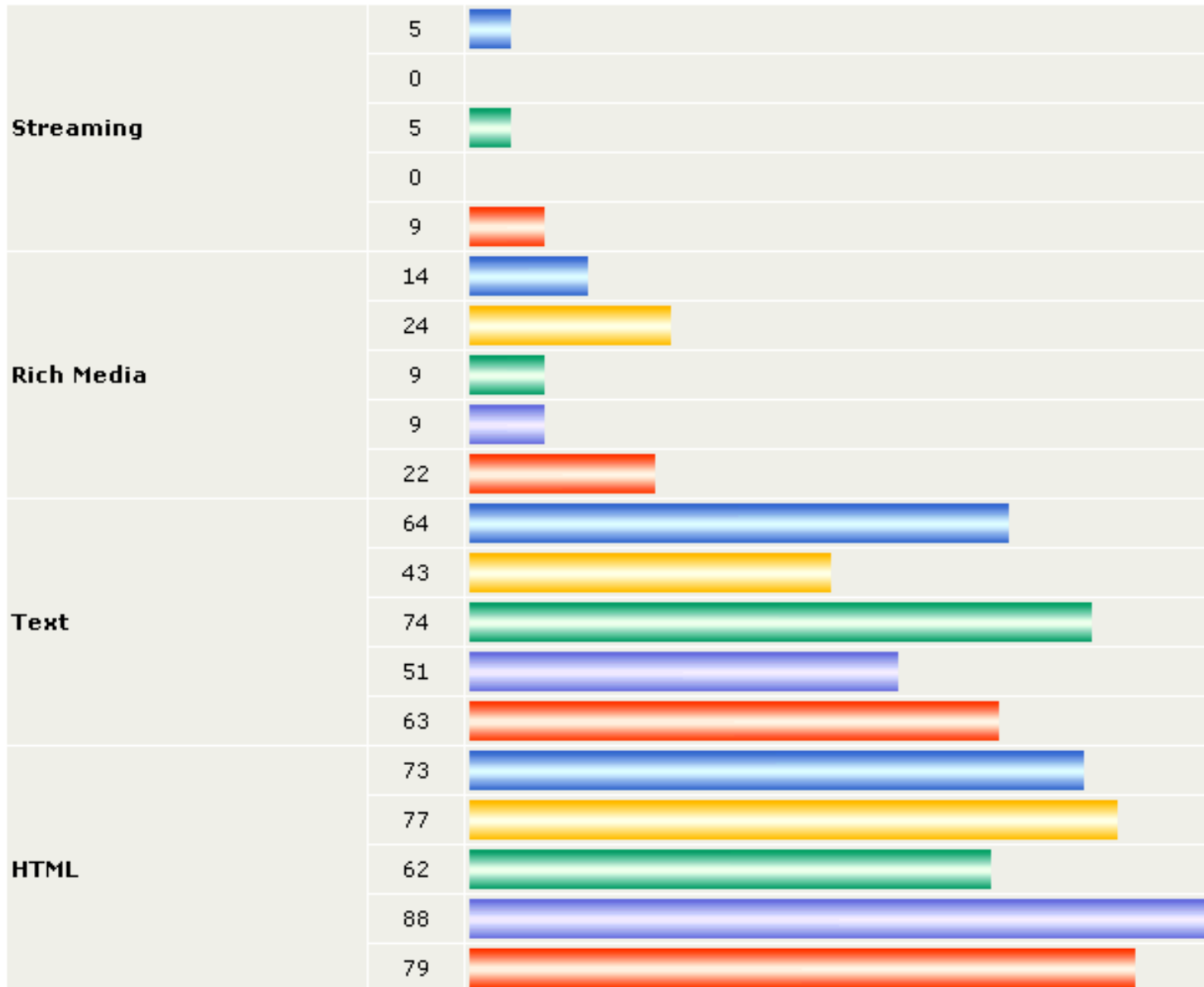


Quelle: Doubleclick, Stand: Dezember 2002



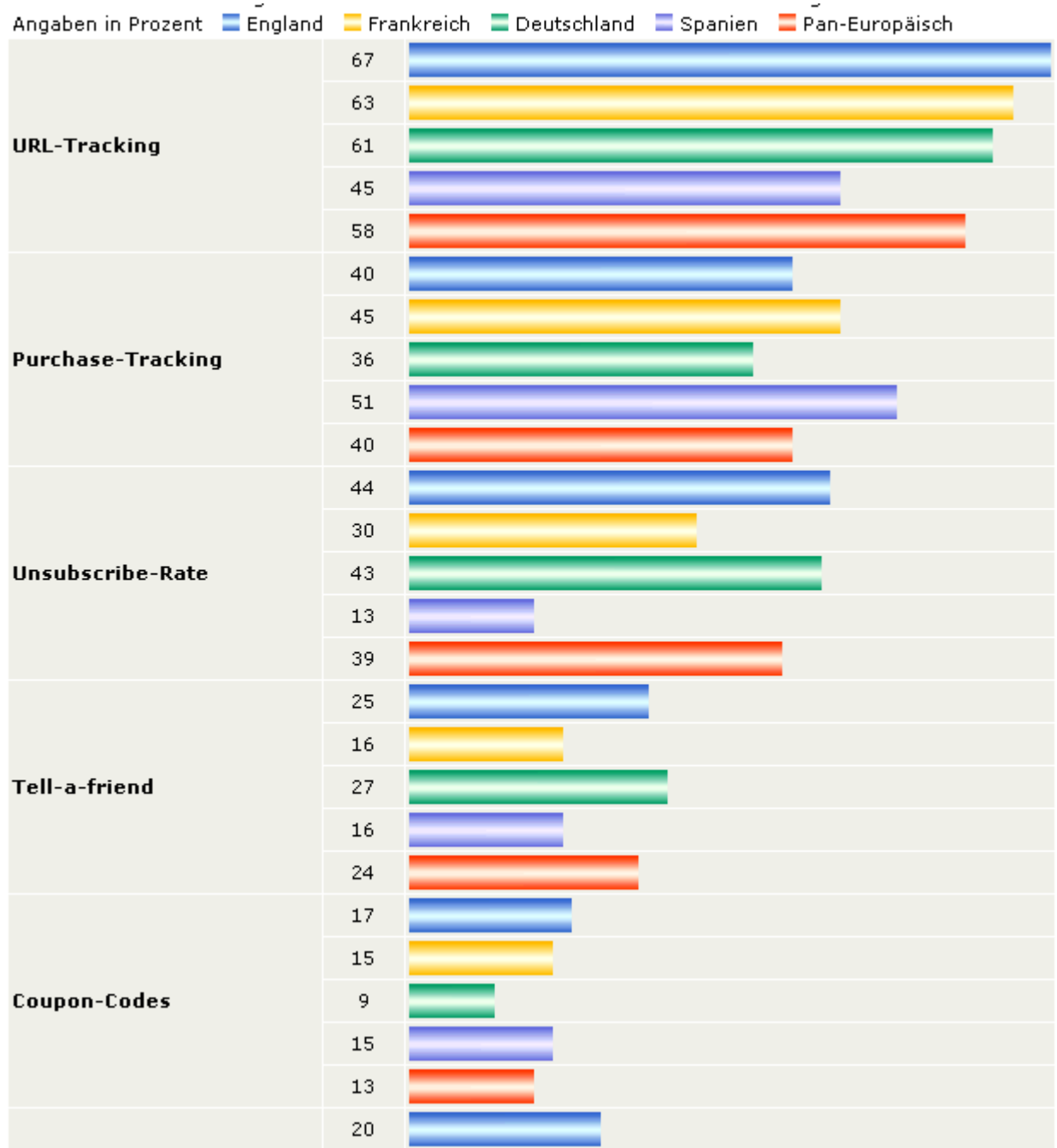
# 6. eMail-Marketing

Angaben in Prozent    ■ Pan-europäisch    ■ Spanien    ■ Deutschland    ■ Frankreich    ■ England



Quelle: Doubleclick, Stand: Dezember 2002

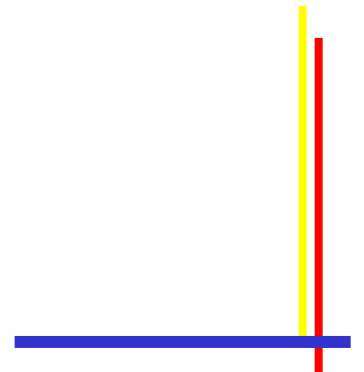
# 6. eMail-Marketing





## **6. eMail-Marketing**

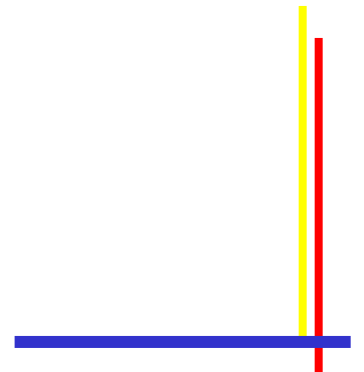
- **vorsichtige Hinweise in Mailinglisten, Newsgroups und Diskussionsforen**
- **Mails an Kunden (Grenze zum Spam beachten!)**
- **Newsletter herausgeben**





## 6. Links

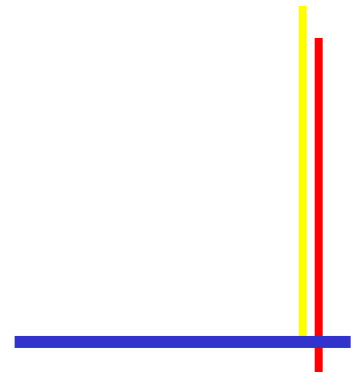
- linken und gelinkt werden
- da gelinkt sein, wo die Zielgruppe surft





## **7. Content-Partnerschaften**

- **Content gegen Link: ZDF, Wetter-Online, Web.de-Routenplaner ...**
- **Link gegen Content: eigene Inhalte auf fremden Sites**





## 8. Gewinnspiele

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

