



ANGEBOT = AUFTRAG

Mehr Neukunden. Mehr Umsatz. Mehr Zeit.

Lexikon

mit Begriffen aus dem Online-Marketing

Website

Domain, Subdomain & URL:

1. Das verwendete Protokoll – hier: HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure)
2. Der Host oder Hostname: www.youtube.com
3. Die Subdomain: www.
4. Der Domainname (Domain): youtube.com
5. Die Top-Level-Domain (Endung von Webadressen): .com
6. Der Pfad: /watch
7. Parameter und Wert: v (Parameter), QhcwLyyEjOA (Parameterwert)

https://www.youtube.com/watch?v=QhcwLyyEjOA

Landingpage (LP, dt. Landeseite):

Eine spezielle Unterseite einer Webseite, die nach einem Klick auf ein Werbemittel (Google Ad oder Facebook Ad) erscheint. Landingpages haben nur ein Ziel und daher auch kein Menü. Der Besucher führt entweder die Handlung aus, für die die Seite ausgelegt ist, oder er verlässt die Seite. Eine wichtige Kennzahl einer Landingpage ist die Conversion-Rate.

Call-to-Action (CTA, dt. Handlungsaufforderung):

Wenn Ihre Telefonnummer auf der Website mitläuft, also immer im für den Besucher sichtbaren Bereich bleibt, kann das die Conversion auf der Website um bis zu 1,5 % erhöhen. Das sieht auf den ersten Blick jetzt nach nicht viel aus. Rechnen Sie das aber mal mit Ihrem Umsatz durch.

Claim: Logo mit Untertitel. Beispiel:

Concept B.

Für Ihre Schönheit. Ohne Operation.

Angebot = Auftrag.

Mehr Neukunden. Mehr Umsatz. Mehr Zeit.

Testimonial:

Eine Kundenreferenz bzw. ein Feedback von Käufern zu einem bestimmten Produkt oder einer bestimmten Dienstleistung. Für die Conversion-Rate einer Website sehr wichtig.

Traffic:

So wie Sie in der Offline-Welt, also z. B. in Ihrem Schriftverkehr, ein einheitliches Auftreten nach außen haben, müssen Sie auch in der Online-Welt im Internet sauber, klar und den Regeln Ihres CDs entsprechend auftreten.

SEO (Search Engine Optimizing, dt. Suchmaschinenoptimierung):

Maßnahmen, die dazu dienen, dass die Webseite und deren Inhalte im Suchmaschinenranking auf vorderen Plätzen erscheint.

Double Opt-In:

Rechtssicheres Verfahren zur Eintragung in einen Newsletter. Ein Kontakt bekommt nach der Eintragung in den Newsletter eine Mail, in der er bestätigen muss, dass er den Newsletter empfangen möchte.

Video-Sales-Letter (VSL):

Video, indem der Text einer PowerPoint-Präsentation oder der Text zu einer PowerPoint-Präsentation „vorgelesen“ wird. Die Conversion-Rate von Video-Sales-Lettern ist nur unwesentlich geringer als von „richtigen“ Videos. Der Vorteil von Video-Sales-Lettern ist, dass sie wesentlich einfacher und schneller zu produzieren sind als „richtige“ Videos.



ANGEBOT = AUFTRAG

Mehr Neukunden. Mehr Umsatz. Mehr Zeit.

Lexikon
mit Begriffen aus dem Online-Marketing

Webinar (alt. Web-Seminar, Online-Seminar):

Ein Seminar, das im Internet stattfindet. Üblich sind heute automatisierte Webinare. D. h. das Webinar wird einmal produziert und dann zu bestimmten Zeiten automatisiert ausgespielt. Die beliebteste Form des Webinars ist ein Video-Sales-Letter.

AB-Splittest:

Möglichkeit, mehrere Varianten einer Webseite oder E-Mail gegeneinander zu testen, um die Conversion-Rate zu erhöhen.

Leadmagnet:

Ein kostenloses Produkt (z. B. kostenloser PDF-Report, kostenlose Checkliste, Gutschein, etc.), das für eine bestimmte Zielgruppe extrem interessant ist und für das sie bereit ist, die Kontaktdaten (meist die E-Mail-Adresse) einzutauschen.

Tripwire:

Niedrigpreisiges Produkt nach dem Opt-In, um die Werbekosten refinanzieren zu können.

Freebies:

Objekte aller Art, die kostenlos sind, aber trotzdem einen Wert/Nutzen für einen Interessenten besitzen (PDF-Reports, E-Books, Gutscheine, Videotraining, etc.). Üblicherweise wird das Freebie beim Opt-In in den Newsletter gegen die E-Mail-Adresse getauscht.

Marketing – Allgemein

Marketing:

Alle Maßnahmen, um ein Produkt oder eine Dienstleistung in einer Weise zum Verkauf anzubieten, dass Käufer dieses Angebot als wünschenswert wahrnehmen und annehmen.

Vertrieb:

Art und Weise, wie ein Produkt oder eine Dienstleistung verkauft wird.

Interessant:

Eine Person, mit der man über einen längeren Zeitraum in Kontakt steht und die ein mehr oder weniger großes Interesse hat, eines unserer Produkte oder eine unserer Dienstleistungen zu kaufen. Ist das Kaufinteresse bzw. die Kaufwahrscheinlichkeit hoch, wird diese Person als „heiß“ bezeichnet. Sind das Kaufinteresse bzw. die Kaufwahrscheinlichkeit niedrig, wird diese Person als „kalt“ bezeichnet.

Lead:

Bezeichnet einen neu gewonnen Kontakt. Sowohl in der Online- wie Offline-Welt. Ein wichtiges Marketing-Ziel ist, aus dem Lead einen Interessenten zu machen.

Funnel (dt. Verkaufstrichter):

Abfolge, in der die Produkte dem Kunden zum Kauf angeboten werden.

CLV:

Customer Lifetime Value. Wert, den ein Kunde in seiner gesamten Beziehung zum Unternehmen für dieses Unternehmen hat. Es werden dabei die bisherigen und die erwarteten zukünftigen Umsätze betrachtet. Der CLV bestimmt den finanziellen Spielraum für die Akquise neuer und die Pflege bestehender Kunden.

Möchten Sie mehr
über Online-Marketing erfahren?

kontakt@angebot-gleich-auftrag.de

+49 176 64138721



Webeanzeigen – Allgemein

Conversion-Rate (dt. Umwandlungsrate):

Die Prozentzahl deiner Besucher, die eine gewünschte Conversion (dt. Handlung) ausführen.

PPC:

Pay per Click. Es entstehen nur Kosten, wenn eine Person auf die Anzeige (z. B. Google Ad oder Facebook Ad) klickt.

CPC:

Cost per Click. Die Kosten pro Werbeanzeigenklick.

CTR:

Click Through Rate. Der prozentuale Anteil der Klicks im Verhältnis zu den Impressionen. Beispiel: Die Anzeige wurde 1.000 Mal gesehen (= Impression) und 70 Mal geklickt. Dann ist die $CTR = 70 / 1000 = 0,07 = 7 \%$.

CPM:

Cost per Mile. Die Kosten, die für 1.000 Impressionen der Werbeanzeige entstehen.

CPA:

Cost per Akquisition. Die Kosten für die Gewinnung eines neuen Kunden.

Webeanzeigen – Facebook & Google

Audience:

Ihre Zielgruppe für ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Dienstleistung.

Custom-Audience:

Eine Zielgruppe, die durch bestimmte Handlungen des Benutzers, demographische Angaben oder Interessen definiert wird.

Lookalike-Audience:

Zielgruppe, die einer bestimmten Custom-Audience sehr ähnlich ist.

Impression:

Gibt an, wie oft eine Werbeanzeige (Google Ad oder Facebook Ad) auf dem Bildschirm ausgestrahlt wurde. Einzelne Personen werden dabei mehrfach gezählt.

Reichweite:

Die Anzahl der Personen, die eine Werbeanzeige (z. B. Google Ad oder Facebook Ad) mindestens einmal gesehen haben.

Interaktion:

Bestimmtes Handeln in Bezug auf eine Werbeanzeige. Zum Beispiel: „Gefällt mir“-Angabe, Beitrag geteilt, Link geklickt, usw.

Relevanzbewertung:

Gibt an, wie gut die Zielgruppe auf die Werbeanzeige (z. B. Facebook Ad) reagiert.

Frequenz:

Gibt an, wie oft die Werbeanzeige (z. B. Facebook Ad) von einer Person durchschnittlich gesehen wurde.

Facebook-Pixel:

HTML-Code, mit dem Seitenbesucher markiert und wichtige Kundendaten gesammelt werden können.

Retargeting:

Möglichkeit eine Werbeanzeige an Personen auszuspielen, die auf einer Website eine bestimmte Handlung durchgeführt haben.

**Möchten Sie mehr
über Online-Marketing erfahren?**
kontakt@angebot-gleich-auftrag.de
[+49 176 64138721](tel:+4917664138721)