

PRÄSENTATION 03-2011

Online-Marketing Services

clickraum:

Inhalt //

- Leitidee
- Im Profil
- Zeitenwende
- Warum Online-Marketing?
- Das Pflichtprogramm
- Conversion-Rate Optimierung (CRO)
- Vorgehensweise
- Resümée

Leitidee //

clickraum arbeitet am Puls der Zeit
Konzentriert auf hohe Wertigkeit
und durchdachte Lösungen, die sich
einfach bedienen und steuern lassen.

Profil //

Gründung: 2007

Sitz: **Dreieich/Langen** bei Frankfurt/Main
Partnerschaften mit Online Marketing-Spezialisten und freiberufl. Entwicklern

Geschäftsführer: Tim Krebs, Dipl. Betriebswirt
8 Jahre Erfahrung in SEA / SEM / SEO,
Webentwicklung und Dialogmarketing

Kompetenzen: B2B-Marketing von Produkten & Leistungen
Online-Kampagnen, Conversion-Optimierung;
Suchmaschinenoptimierung, eMailings
Web-Controlling, Lead-Management

Zeitenwende // 01

Metcalf's Law

„Die Nützlichkeit einer Technologie steigt im Quadrat seiner Nutzer.“

Moore's Law

„Alle 18 Monate verdoppelt sich die Prozessorleistung, während der Preis konstant bleibt.“

Law of Disruption

„Die Technologie verändert sich exponentiell, die anderen Systeme inkrementell.“

- *Technologische Veränderungen*
- *Soziale Veränderungen*
- *Geschäftliche Veränderungen*
- *Politische Veränderungen*

Zeitenwende // 02

Auszug technischer Innovationen, die zwischen 2000-2010 Ihre Marktreife erlangten

Remote Access, Token, [Groupware](#), ASP, [Google.de](#), [Wikipedia](#), [AdWords](#)
LCD-Flatscreen, CRM, SMSDC, Playstation 2, Palm Organizer, Pocket PC,
USB-Stick, eBay, CF-Card, MP3-Player, HSCSD, GPRS, MP3, Napster,
Online-Gaming, [Delicio.us](#), [Dooyoo](#), DVD-Brenner, [ICQ](#), Craiglist, [eMailings](#)
HBCI-Banking, [DoubleClick](#), eMail-Push, [Blackberry](#), [LBS](#), Bluetooth,
Online Survey, B2B-Marktplätze, iDrive, [WiFi / WLAN](#), Nokia Communicator,
Microsoft Tablet PC, USB 2.0, HTC MDA/XDA, iPod, [DSL-Flatrate](#),
[Music-on-Demand](#), Facebook, Palm Treo 650, [UMTS](#), [Microsoft Mobile Apps](#),
eSata, LiPo-Akku, [Web-Analytics](#), Mozilla, MMS, GPS-Mouse, [Software-as-a-Service](#),
Skype, Mobile Music on Demand, PayPal, RFID, Web-Conferencing,
Motorola Razr, Typo 3, [Google Maps](#), 3D-Barcodes, Video-on-Demand,
Podcasts, Screencasts, [YouTube](#), Wordpress, XING, [AGPS](#), RSS-Feeds,
Facebook, Qype, [Micro-Blogging](#) mit Twitter, Cloud Computing,
Digital SLR mit HD, [iPhone](#), [Anroid](#), Foursquare, [iOS Apps](#),
[Google Instant Search](#), Retina Display, iPhone 4, [iPad](#)

Zeitenwende // 03

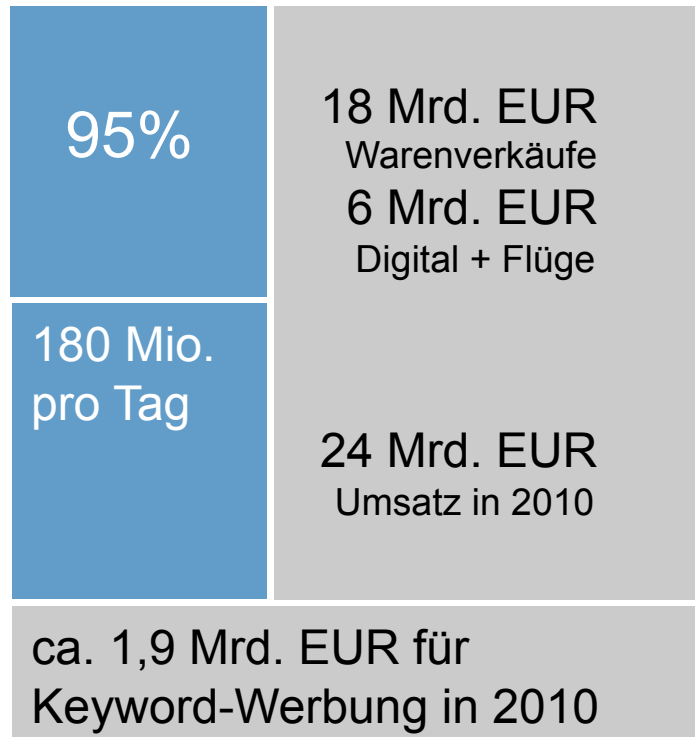
„Die Welt ist in Eile geraten“

Unser (Arbeits-) Leben wird heute maßgeblich von Innovationen beeinflusst, die erst vor 10 Jahren oder weniger den Sprung in den Massenmarkt geschafft haben. Bei Vernetzungsgrad, dem Teilen und Bearbeiten von Informationen stehen wir erst noch am Anfang.

Etwa 20-25% der täglichen Suchanfragen auf Google gab es vor **90 Tagen** noch nicht. Dies macht deutlich, dass der heutige **Käufermarkt** starken Veränderungen unterliegt und stetig neue Nischen erschlossen werden.

Online-Marketing hilft Unternehmen „Veränderungen“ erfahrbar zu machen und sich „richtig“ zu positionieren.

Warum Online-Marketing? // 01



Quelle: Google Deutschland und BDVW



Warum Online-Marketing? // 02

- **Hohe Reichweite:** rund **65 %** der dtsh. Haushalte verfügen über einen schnellen Breitbandanschluß (OECD)
- Weiterhin starkes Wachstum im Breitband-Markt
- Rund **70%** der Deutschen sind **regelmäßig online** (BITKOM) und nutzen **Suchmaschinen** und **e-Mail**
- **Mobiles Internet** legt dank günstiger Tarife und Smartphones rasant zu (Marktpotenzial: > 80 Mio. Nutzer)

Warum Online-Marketing? // 03

- direkte Ansprache von Interessenten über **natürliche Suchergebnisse** und passende **Keyword-Anzeigen**
- **genau ausrichtbar** auf Städte, Regionen oder Länder
- gute **Messbarkeit** und Vergleichbarkeit der Kampagnen
- optimale **Nutzung des Budgets** durch schnelles Nachsteuern
- für **kostengünstige Vermarktung** von Nischenprodukten und Spezial-Dienstleistungen besonders geeignet

Warum Online-Marketing? // 04

- Es gibt mehr als **ein Dutzend** Online Marketing-Instrumente
- Viele sind sinnvoll, aber **nicht alle zwingend** notwendig im **B2B**

must have

- Benutzerfreundlichkeit, CRO
- Besucher-Analyse
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Suchwort-Marketing (SEM)
- E-Mail Marketing

WICHTIGKEIT
ABNEHMEND



nice to have

- Blog
- Mobile Zugänglichkeit
- Mobile Marketing
- Affiliate-Marketing
- Werbe-Banner
- Nutzergenerierte Inhalte
- Web 2.0 Technik
- Web 2.0 Portal

Das Pflichtprogramm // 01

clickraum konzentriert sich auf das **Pflichtprogramm** des Online-Marketings:

Benutzerfreundlichkeit und weitere Conversion-Merkmale

- logische Navigation?
- sehr gute Lesbarkeit ?
- intuitiv bedienbar und ansprechend?
- Inhalte verständlich und glaubwürdig?



Auswertung von Besucherströmen (Web-Controlling)

- Wieviel? / Wann? / Woher genau?
- Wiederkehrend? / Was genau? / Warum dort?
- Verweildauer? / Warum ausgestiegen? / Einen Kontakt hergestellt?
- Aus wie vielen Besuchern wurden Kunden? / Ist Mitteleinsatz lohnend?



Das Pflichtprogramm // 02

Suchmaschinenoptimierung (SEO) und –marketing (SEM)

- IST-Analyse: Keywords, Ranking, HTML-Struktur und Validierung
- Erstellung eines individuellen Maßnahmenkatalogs
- OnPage-, OnSite-, und OffSite-Optimierung
- Adword-Kampagnen in Google, Yahoo und Bing
- seriöse Optimierung mit dem eigenentwickelten *Quick Web Response* Verfahren (QWR)

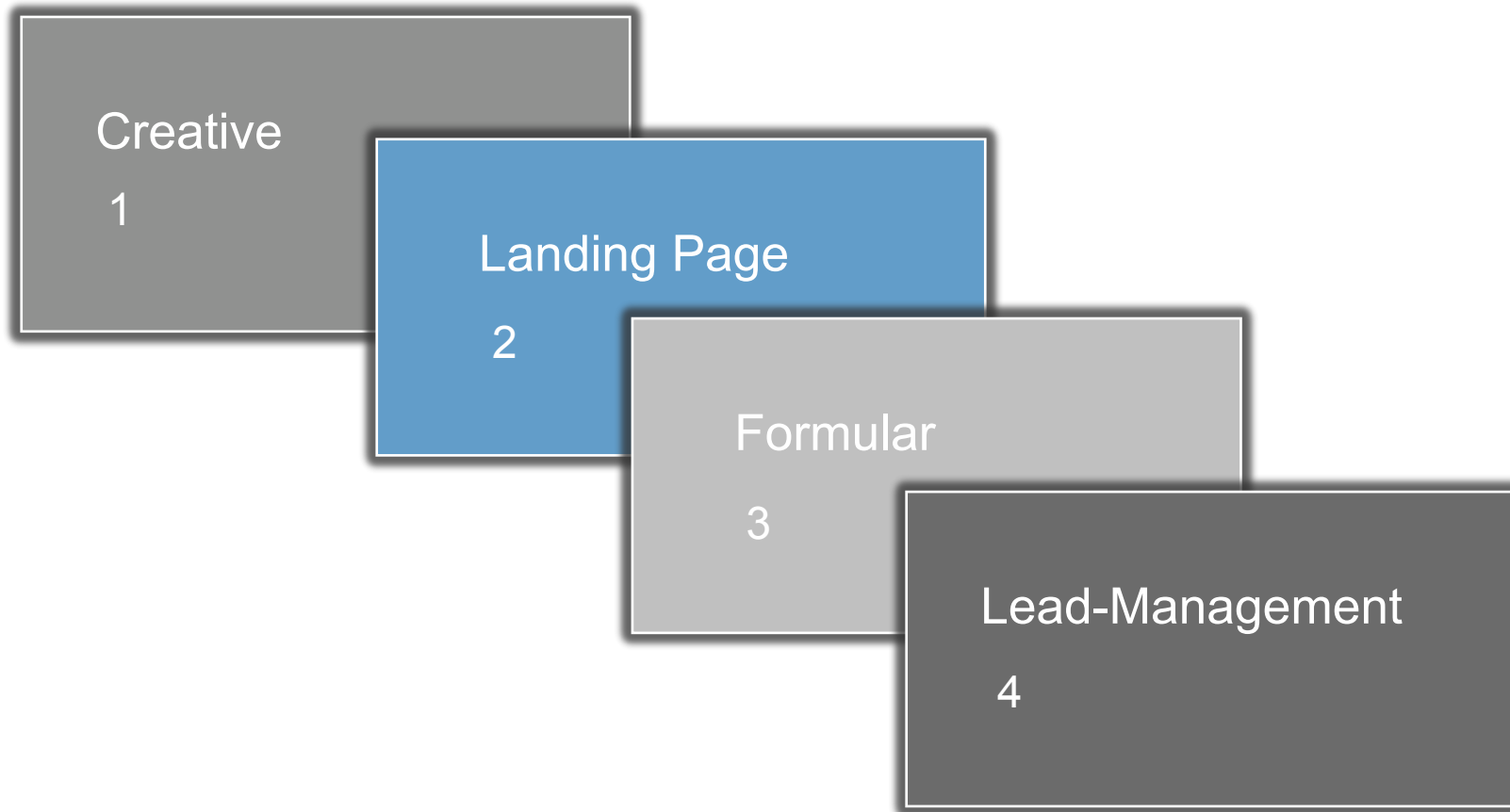


E-Mail HTML-Newsletter, Befragungen (Online-Dialogmarketing)

- Erstellung
- Versand
- Auswertung



Conversion-Rate Optimierung // 01



Conversion-Rate Optimierung // 02

Creative

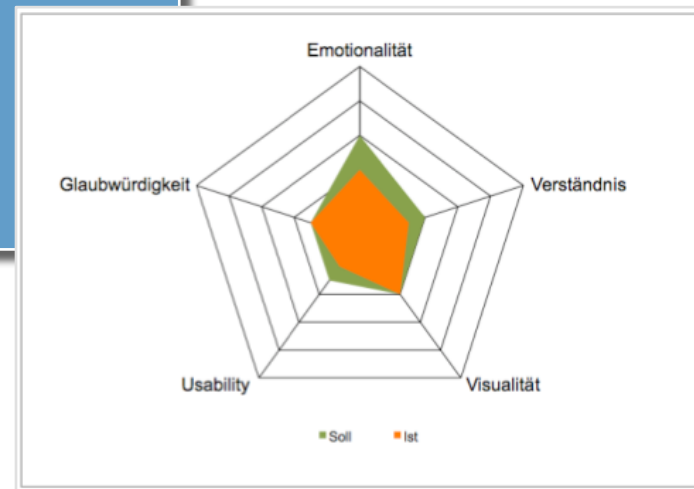
1

Halte ich das Versprechen ein?

Conversion-Rate Optimierung // 03

Landing Page

2



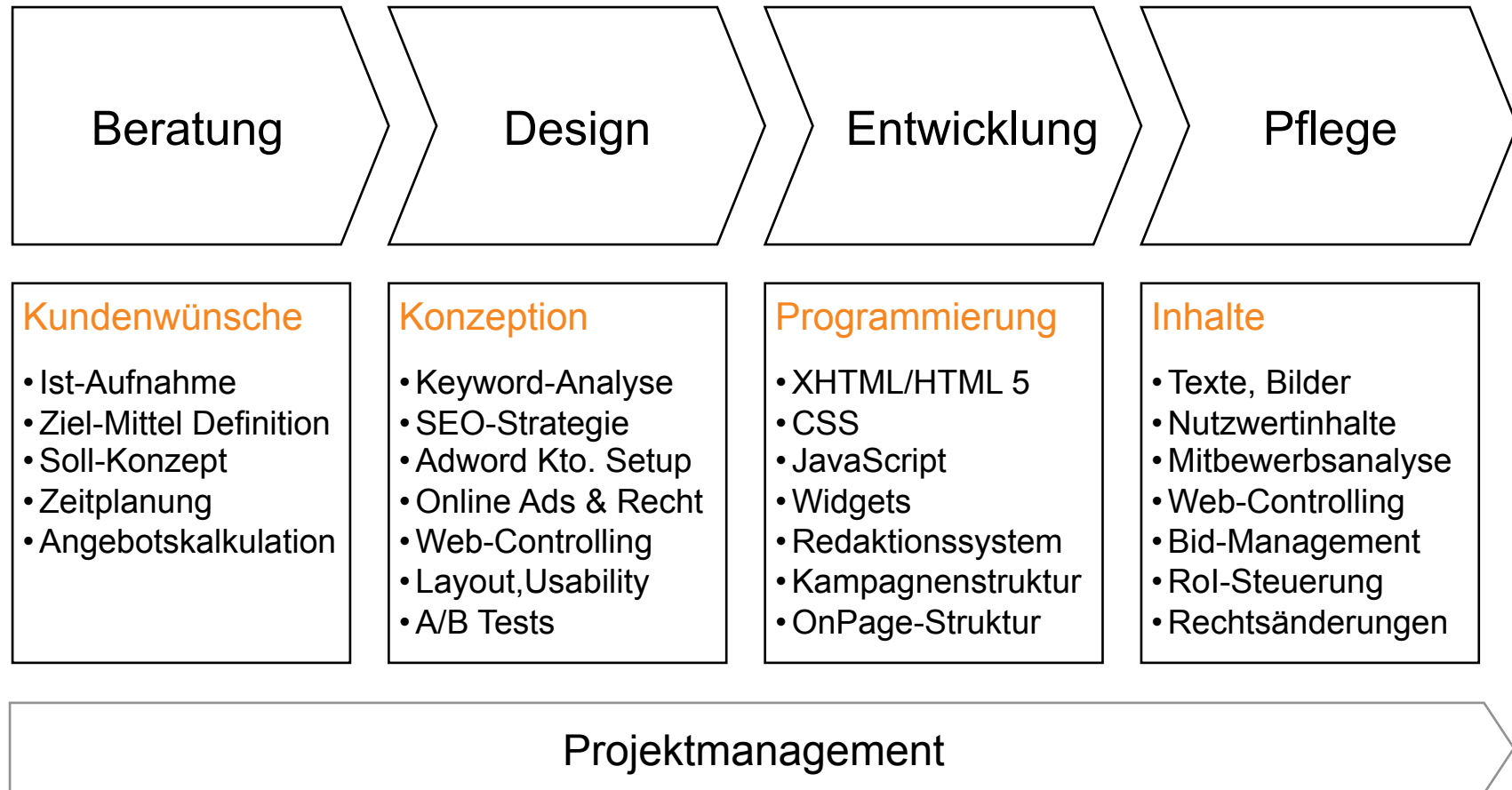
Conversion-Rate Optimierung // 04

- **Persönliche Beratung** mit Bedarfs- und Anforderungsanalyse
- **Full-Service** mit **zentralem Ansprechpartner...**
bei Beratung, Entwicklung, Roll-Out, Support und Reporting
- Erstellung **kompakter, suchmaschinen-freundlicher Produktseiten, Landeseiten und Microsites** auf Basis von XHTML / CSS und Open-Source Redaktionssystem
- Konvergenz von Landeseite und Suchanzeige / Suchergebnis
- **Zugänglichkeit** und gute **Usability** für **alle Endgeräte...**
Desktop, Tablet-PC und Smartphones (Android, Apple IOS)

Conversion-Rate Optimierung // 05

- **Unterstützung** bei **Produktion** und **Beschaffung** von:
 - Texten aller Art auf Basis genauer Recherchen
 - hochwertigen Produktfotos, Screencasts
 - Nutzwertinhalten
- **Einbindung** diverser Spezialfunktionen und Inhalte:
 - Bildergalerien, Videos, Podcasts, Widgets, Twitter etc.
 - Besucheranalyse-Werkzeuge (Web-Controlling)
 - Warenkörbe, Befragungen (offen/geschlossen)
 - eMail-Formulare (optional mit Verschlüsselung)
 - Anbindungen an CRM-Systeme zur Lead-Nachbereitung

Vorgehensweise //



Resumée //

- clickraum ist eine vom Gründer **geführte Agentur** mit dem **kompletten Leistungspaket** für den Mittelständler
- Setup und Management von Adwords-Kampagnen (SEM)
- B2B-Spezialist für suchmaschinenfreundliche Landing Pages und Produktseiten mit hohen Conversion-Rates
- Kreation/Koordination von **Text, Bild und Film** und relevanten **Nutzwertinhalten**
- Starker Fokus auf Benutzerfreundlichkeit, Messbarkeit und kontinuierlicher Budgetoptimierung

Occam's Razor //

„Do not assume more variables than necessary! It's vain to do with more what could be done with less!“

William of Occam (Occam's razor, 13. Jahrhundert)

clickraum:

clickraum GmbH
Online Marketing + CRM
63225 Langen (bei Frankfurt)

Tel. +49 6103 2707 402
www.clickraum.de
info@clickraum.de