

# Online Marketing

Thema: Zielgruppenoptimierung

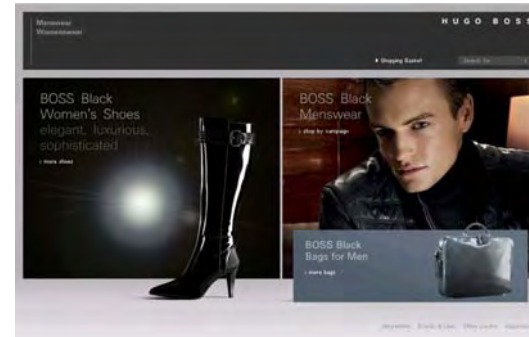
**BULLENHERZ**  
ONLINE MARKETING MIT HERZBLUT

---

- **Mögliche Mehrwerte und Ziele von Homepages**  
Das Ziel einer Homepage definieren
- **Checkliste für Homepages (Creative Concepts)**  
Einen Plan für die Realisierung der Ziele erstellen
- **Kundenverhalten auswerten**  
Den Erfolg messen und kontrollieren (ROI)

- Verkauf (E-Commerce)

- Hugo Boss



- Image

- Mainworks



- Information

- Bild.de



Bsp. Verkaufshomepage [www.hugoboss-store.com](http://www.hugoboss-store.com)



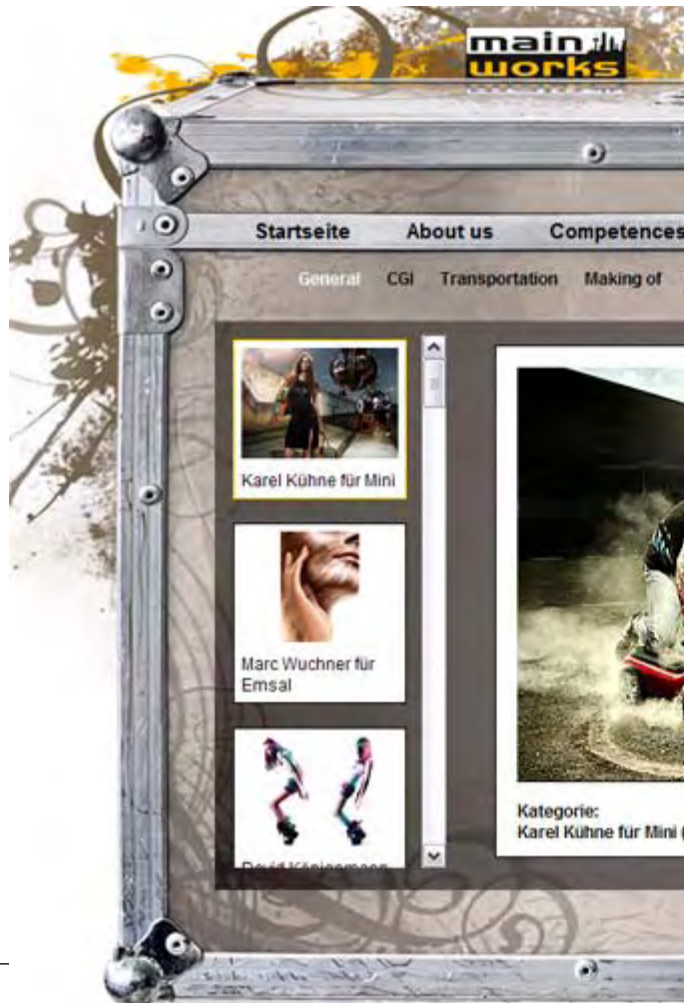
The screenshot shows the Hugo Boss website interface. At the top right, the 'HUGO BOSS' logo is visible. On the left, there are navigation links for 'Menswear' and 'Womenswear'. The main content area features a large image of a black high-heeled boot with the text 'BOSS Black Women's Shoes elegant, luxurious, sophisticated' and a link '> more shoes'. A semi-transparent text box on the right side of the page lists key marketing points for the homepage.

- Produkt: Elegante Mode
- Anbieter: Deutsche Modemarke
- Ziel: Emotionalisierender Verkauf von Produkten
- Zielgruppe: Modebewusste Menschen
- Benefit: Verkauf und Darstellung von Produkten
- Präposition: Edles Einkaufserlebnis
- Inhalte/ Look and Feel: Edel und Extravagant
- Response: Einkauf
- Tonalität: seriös und elegant
- Technik: Flash Shop System

Newsletter Brands & Lines Store Locator hugoboss.com



■ Bsp. Imagehomepage [www.mainworks.de](http://www.mainworks.de)



- Produkt: Nachbearbeitung von Bildern
- Anbieter: Postproduction-Dienstleister für Fotografen
- Ziel: Image der Marke Mainworks im Internet präsentieren
- Zielgruppe: Fotografen, Agenturen
- Benefit: Entlastung von Fotografen
- Präposition: Mainworks ist kompetent
- Inhalte/ Look and Feel: Kreative Arbeit zeigen
- Response: Email, Telefon
- Tonalität: Kreativ und extravagant
- Technik: Flash Content Management System



■ Bsp. Informationsseite [www.bild.de](http://www.bild.de)

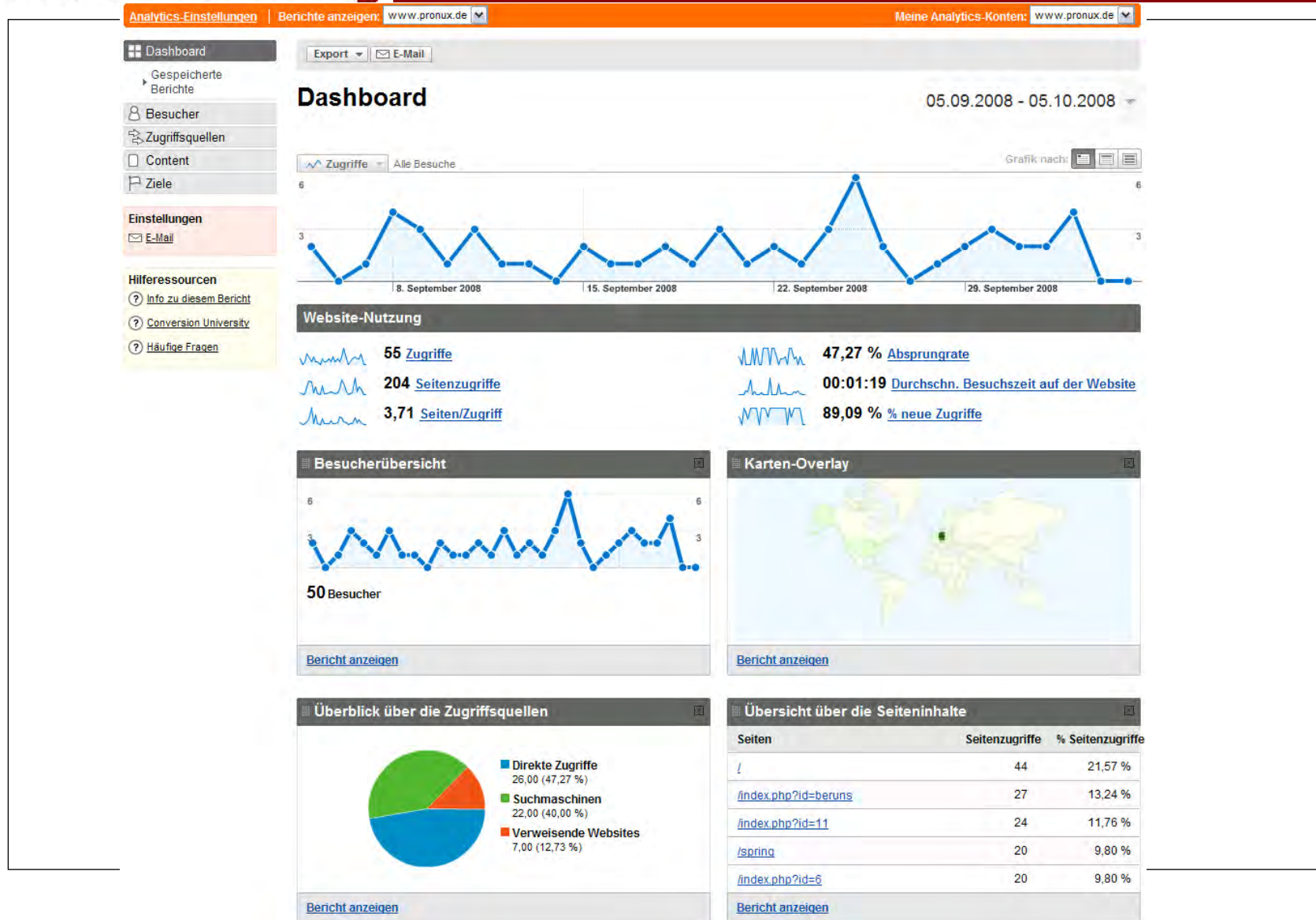


- Produkt: Tageszeitung im Internet
- Anbieter: Springer Verlag
- Ziel: Werbung verkaufen
- Zielgruppe: Zeitungsleser
- Benefit: Tagesaktuelle Informationen
- Präposition: gut informieren
- Inhalte/ Look and Feel: Unterhaltend
- Response: Keiner
- Tonalität: Effektiv und reißerisch
- Technik: Redaktionssystem

- Protokollieren des Kundenverhaltens mit Analyse Tools

Bsp. Google Analytics (<https://www.google.com/analytics/home> )

- Herkunft, Suchbegriffe
- Klickpfade, Interessen
- Wiederkehr, Verweildauer
- Kampagnen-Erfolgskontrolle
- Konversionsraten
- Warenkorbanalysen
- **Heatmap-Overlay**





Google Analytics vmax@bullenherz.de | [Einstellungen](#) | [Mein Konto](#) | [Hilfe](#) | [Abmelden](#)

Analytics-Einstellungen | Berichte anzeigen: [www.v-maxonline.de](#) | Meine Analytics-Konten: [www.v-maxonline.de](#)

Dashboard  
Besucher  
Zugriffsquellen  
Übersicht  
Direkte Zugriffe  
Verweisende Websites  
Suchmaschinen  
Alle Zugriffsquellen  
Keywords  
AdWords  
Kampagnen  
Anzeigenversionen  
Content  
Ziele  
Einstellungen  
E-Mail  
Hilferessourcen  
Info zu diesem Bericht  
Conversion University  
Häufige Fragen

Export | E-Mail | Zum Dashboard hinzufügen

Übersicht » Online-Kampagnen »

## Kampagne: Leistung

12.05.2008 - 12.06.2008

Zugriffe | Alle Besuche

Diese Kampagne hat 96 Zugriffe über 27 Keywords vermittelt.

Website-Nutzung | Ziel-Conversions

Ansichten:

Zugriffe <b>96</b> % der Website insgesamt: 32,11 %	Seiten/Zugriff <b>3,05</b> Website-Durchschnitt: 5,13 (-40,55 %)	Durchschn. Besuchszeit auf der Website <b>00:00:48</b> Website-Durchschnitt: 00:02:14 (-64,50 %)	% neue Zugriffe <b>96,88 %</b> Website-Durchschnitt: 88,96 % (8,89 %)	Absprungrate <b>72,92 %</b> Website-Durchschnitt: 53,85 % (35,42 %)
---	---	---	---	---

Dimension: <a href="#">Keyword</a>	Zugriffe ↓	Seiten/Zugriff	Durchschn. Besuchszeit auf der Website	% neue Zugriffe	Absprungrate
1. verkaufen	17	2,06	00:00:30	94,12 %	82,35 %
2. verkauf	14	1,57	00:00:08	100,00 %	92,86 %
3. vertrieb	10	2,10	00:00:11	100,00 %	70,00 %
4. akquirieren <input type="text" value="vertrieb"/>	8	5,25	00:01:37	100,00 %	62,50 %
5. sales	7	3,14	00:01:00	85,71 %	85,71 %
6. verkaufsstrategie	6	3,33	00:01:05	100,00 %	66,67 %
7. telefonleitfaden	5	3,00	00:01:03	100,00 %	60,00 %
8. gesprächsleitfaden	4	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
9. kunden werben	2	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
10. kundenaquise	2	6,00	00:00:35	100,00 %	50,00 %

Keyword finden: mit  Los geht's! Zu: 1 Zeilen anzeigen: 10 1 - 10 von 27

## ■ Impressionen: Internetseiten von Rosenheimer Unternehmen

The collage features three distinct website designs:

- KATHREIN (top left):** A clean, professional layout with a navigation menu (Impressum, Suche, Kontakt, Home) and a main content area titled 'Technologien für die Kommunikation'. It lists various antenna products and their applications, such as mobile communication and professional services.
- STAR BULLS (top right):** A sports-themed website for the Star Bulls ice hockey team. It features a prominent star logo, team photos, and navigation links for home, news, team, and statistics. A banner advertises 'VIELE NEUE FANARTIKEL!'.
- Rasco (bottom right):** A corporate website for Rasco, a Dover company. It has a blue and white color scheme with a navigation menu (Unternehmen, Produkte, Support, Presse, Jobs, Kontakt) and a 'News' section dated 09/2008, reporting on a new handler installation in Thailand.

**Feinkost Frey (bottom left):** A partial view of a wine website showing a category list (Wein, Grappa, Prosecco, etc.) and a search bar.

Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit!

BULLENHERZ GbR  
Simsseestr. 423  
83071 Stephanskirchen  
E-Mail: [info@bullenherz.de](mailto:info@bullenherz.de)

Ansprechpartner: Norbert Moser  
Telefon: +49.8036.3 03 96 26

