

PRESSEMITTEILUNG

Qualifizierte Kontakte: Mehr als nur Klicks!

Neuer Ratgeber „Erfolgsmessung im Suchmaschinenmarketing“ von „Wer liefert was?“ zeigt: Warum Erfolgsmessung wichtig ist, wo die Grenzen der Traffic-Analyse liegen und welche Rolle qualifizierte Kontakte spielen

Hamburg, 19. Juni 2007 – Mit dem neuen Ratgeber „Erfolgsmessung im Suchmaschinenmarketing“ unterstützt „Wer liefert was?“ alle Vertriebs- und Marketingentscheider bei der Messung ihrer Erfolge im Suchmaschinenmarketing und hilft bei der Wahl der richtigen Werkzeuge. So ist die Erfolgsmessung für den Betreiber eines Onlineshops noch denkbar einfach: Ihm reicht ein Tool für die Traffic-Analyse, um die Herkunft der Internetbestellungen festzustellen. Wer aber seine Aufträge nicht direkt über die Unternehmenswebsite generiert, kann mit Hilfe der Traffic-Analyse nur einen kleinen Teil des unternehmerischen Erfolgs abbilden. Denn ob durch Sponsored Links & Co. am Ende des Tages mehr als nur Klicks gewonnen werden, zeigt die Auswertung des Traffics nicht. Bei allen Maßnahmen des Suchmaschinenmarketings, die über den reinen Erstkontakt auf der Website hinausgehen, müssen daher auch eingehende Kundenkontakte via Telefon, Fax, E-Mail, Brief oder Kontaktformular ausgewertet werden. Wertvolle Informationen zur Erstellung einer Kontakthistorie und die Qualifizierung von Kontakten bietet dazu der Ratgeber „Erfolgsmessung im Suchmaschinenmarketing“, der ab sofort unter www.wer-liefert-was.de im Bereich „Service & Downloads“ als kostenloser Download zur Verfügung steht.

Nur wer weiß, wie erfolgreich seine Marketingmaßnahmen waren, kann sie anschließend optimieren. Die alles entscheidende Frage im Suchmaschinenmarketing lautet daher: Über welche Suchmaschine war mein Unternehmen wie erfolgreich? Zur Beantwortung dieser Frage stellt der neue Ratgeber „Erfolgsmessung im Suchmaschinenmarketing“ von „Wer liefert was?“ alle relevanten Informationen rund um die Erfolgsmessung sowie die Kontaktanalyse und ihre Werkzeuge zur Verfügung. Das Ziel der Unternehmen ist dabei klar: die Umsätze durch gezieltes Suchmaschinenmarketing fortlaufend zu steigern. Im Rahmen der Erfolgsmessung spielen daher diejenigen Kontakte eine zentrale Rolle, die letztlich zum Geschäftsabschluss führen.

PRESSEMITTEILUNG

Qualifizierte Kontakte via Telefon, E-Mail, Fax, Brief oder Kontaktformular stellen vor allem im Business-to-Business (B-to-B) ein entscheidendes Kriterium für erfolgreiches Suchmaschinenmarketing dar. Denn Einkaufsprozesse im B-to-B sind äußerst komplexe Vorgänge. Der Einkaufsentscheider muss zahlreiche Konditionen direkt mit dem Anbieter klären – Fragen nach Lieferstatus, zu Sonderproduktionen, nach Material oder Rabatten. Diese Details lassen sich nicht standardisiert über eine Webseite darstellen und können daher nur im persönlichen Gespräch geklärt werden. Neben der Traffic-Analyse spielen daher die Erfassung und Qualifizierung aller weiteren Kontaktkanäle eine wichtige Rolle, um im B-to-B den tatsächlichen unternehmerischen Erfolg des Suchmaschinenmarketings zu messen.

„In der Praxis vieler Unternehmen besitzt die Erfolgsmessung im Suchmaschinenmarketing derzeit noch großes Potenzial“, so Andrew Pylyp und Peter Schulze, Geschäftsführer der Wer liefert was? GmbH. „Allgemeine Suchmaschinen liefern nicht genügend Zahlen darüber, ob durch Sponsored Links am Ende des Tages mehr als nur Klicks gewonnen werden. Andererseits nutzen viele Werbetreibende auch nicht alle Möglichkeiten, die ein systematisches Kontaktmanagement bietet. Mit unserem Ratgeber ‚Erfolgsmessung im Suchmaschinenmarketing‘ wollen wir die Vertriebs- und Marketingentscheider effektiv dabei unterstützen, den tatsächlichen unternehmerischen Erfolg ihres Suchmaschinenmarketings zu erkennen und ihn langfristig zu optimieren.“

Der komplette Ratgeber „Erfolgsmessung im Suchmaschinenmarketing“ findet sich unter www.wer-liefert-was.de zum kostenlosen Download.

Über „Wer liefert was?“

„Wer liefert was?“ ist eine Lieferantensuchmaschine, die Kaufentscheidungen unterstützt. Aufgrund der präzisen Suchmöglichkeiten bietet „Wer liefert was?“ unter www.wer-liefert-was.de oder kurz www.wlw.de nur qualifizierte Kontakte und eignet sich daher für den Inserenten, der zielgerichtet im Internet werben will.

Die Wer liefert was? GmbH beschäftigt ca. 200 Mitarbeiter in Deutschland, der Hauptsitz ist Hamburg. Europaweit ist „Wer liefert was?“ in fünf weiteren Ländern vertreten.

Ansprechpartner für weitere Informationen:

PRESSEMITTEILUNG

André Hoffmann
Kattunbleiche 35
22041 Hamburg
Tel: 040 67 94 46-53
Fax: 040 67 94 46-11

Markus Mattscheck
Normannenweg 16-20
20537 Hamburg
Tel: 040 2 54 40-0
Fax: 040 2 54 40-243

Anfragen per E-Mail an: wlw@faktor3.de