

Trends 2007 im Online-Marketing für B2B-Unternehmen

Die B2B Online-Marketing Spezialisten creative360 aus Stuttgart haben die wichtigsten Trends des Jahres 2007 im Online-Marketing für B2B-Unternehmen evaluiert. Im Folgenden sind diese zusammengefasst.

Integriertes E-Mail-Marketing

Der Grundstein für ein integriertes E-Mail-Marketing bildet eine professionelle Software mit automatisierten Regeln, Funktionalitäten für einen terminierten E-Mail-Versand und Tracking-Auswertungen für die Erfolgskontrolle. Entscheidend ist aber nicht nur, diese Software zu implementieren, sondern sie ist auch ganzheitlich einzusetzen und das E-Mail-Marketing sollte in die Unternehmensprozesse eingebunden werden.

Markenführung im Internet

Die Kraft der Markenführung wird zum wichtigsten Differenzierungsfaktor – online wie offline. Der Markenführung sollte eine strategische Bedeutung zukommen und sie ist eng mit der Produkt- und Kommunikationspolitik des Unternehmens zu verbinden. Im Internet kann die Markenpräsenz nicht nur mittels der Firmenhomepage, sondern z.B. auch durch Sponsoring, Suchwort-Marketing, Newsletter-Marketing und Webpositionierung gesteigert werden.

Suchmaschinen-Optimierung (SEO)

Sechs von zehn Surfern recherchieren im Web bevor sie eine Kaufentscheidung treffen und 85% der Internetnutzer führen Recherchen in Suchmaschinen und Webkatalogen durch. Entsprechend sollte Ihre Website ganz oben in den Suchergebnis-Listen (SERPs) stehen. Mit Hilfe einer Suchmaschinen-Optimierung (SEO) können strategisch wichtige Produkte in den Suchergebnis-Listen besser positioniert und die Marktpräsenz sowie die Markenbekanntheit gesteigert werden.

Website-Usability

Die Website eines Unternehmens ist nach wie vor der Dreh- und Angelpunkt im Online-Marketing. Deshalb sollte der Usability, und damit einhergehend der Funktionalität und Interaktivität, der Bedienungsfreundlichkeit sowie der Nutzerführung, eine grosse Aufmerksamkeit gewidmet werden. Ausserdem kann im Online-Handel viel Umsatz durch mangelhafte Usability verschenkt

werden, denn anscheinend finden lediglich 58% der Geschäftskunden diejenigen Informationen, die sie suchen. In der Website-Usability liegt also der Schlüssel zur Transaktion.

Web 2.0 Technologie

Der Hype-Begriff des Jahres 2006 und 2007 lautet Web 2.0. Allerdings sollte darunter mehr verstanden werden als nur Online-Netzwerke (Communities), Wikis, Blogs, etc. Web 2.0 bietet nämlich die Möglichkeit, mithilfe diverser Technologien ein zielgruppenorientiertes Online-Marketing zu betreiben, bei dem ein Mehrwert in Form von erhöhter Interaktivität für die Nutzer (User) geschaffen wird, welcher sie an das Unternehmen bindet und auch zur Neukunden-Acquire beitragen kann.

Performance-Marketing

Performance-Marketing stellt die logische Evolution von Online-Marketing dar. Es beinhaltet strikt erfolgsorientierte Online-Kampagnen, die einem fortlaufenden Optimierungsprozess unterlegen sind. Dabei steht der direkte und vor allem individuelle Dialog mit Bestandes- und/oder Neukunden im Mittelpunkt. Gleichzeitig ist Performance-Marketing als integrierter Ansatz im Kommunikations-Mix zu verstehen. Sinnvolle Anwendungen sind im B2B-Bereich zu finden z.B. das E-Mail-Marketing oder das Suchmaschinen-Marketing.

Weitere Informationen zu den Online Marketing Trends 2007 und zu creative360 finden Sie unter www.creative360.de.