

Suchmaschinen Marketing

Erfolgskontrolle.

Allgemein

- >> Auch im Suchmaschinen Marketing lässt sich der Erfolg mittels Kennzahlen überprüfen.
- >> Hier finden Sie eine Auswahl an entsprechend sinnvollen Zielgrössen.

Webseite



- >> Besucherzahl (unique users)
Anzahl einzelner Personen, die in einem bestimmten Zeitraum die Webseite besuchen - Besucht ein User mehrmals im Tag die Webseite, wird er trotzdem nur als ein Besucher gezählt.
- >> Anwendersitzungen (sessions)
Anzahl Aufrufe der Webseite während einer Internetsitzung - Besucht der User die Webseite mehrmals täglich, werden alle Besuche gezählt.
- >> Einblendungen (Page impressions)
Anzahl Seitenaufrufe in einer bestimmten Periode - Jede besuchte Webseite wird gezählt, inklusive Mehrfachbesuche.
- >> Verweildauer
Durchschnittliche Zeit, die ein User auf der Webseite verbringt.

Suchmaschinen Optimierung



- >> Suchbegriff-Quote (keyword ranking)
Position der eigenen Webseite in den Suchmaschinen, geordnet nach bestimmten Suchbegriffen.
- >> Anzahl Suchabfragen
Die Suchbegriffe, bei denen die Webseite am häufigsten erschienen ist (Google Sitemaps)
- >> Gewählte Suchbegriffe
Die Suchbegriffe, auf die am häufigsten geklickt wurde, um zur Webseite zu gelangen (Google Sitemaps).

Suchmaschinen Werbung



- >>Anzahl Einblendungen
Wie häufig wurde die Textanzeige eingeblendet?
- >>Anzahl Klicks
Wie häufig wurde die einzelne Textanzeige angeklickt?
- >>Klickrate
Das Verhältnis der Klicks gegenüber der Anzahl Einblendungen.
- >>Koersion
Anzahl der ausgelösten Besucherhandlungen (Bestellungen, Download, etc.)
- >>Koersionsrate (conversion rate)
Die Anzahl getätigter Handlungen im Verhältnis zu den Klicks, die eine Textanzeige generiert hat.
- >>Umsatz pro Bestellung/Besucher/Anzeige
Durchschnittlich erzielter Ertrag pro ausgeführter Handlung, pro Kunde(ngruppe) oder Textanzeige
- >>Kosten pro Anzeige/Kunde
Gesamtkosten der einzelnen Textanzeige.
- >>Rentabilität
Das Verhältnis des Ertrages gegenüber den Kosten der Anzeigen.
- >>Abbruchquote
Anzahl nicht getätigter Handlungen im Verhältnis zu den Klicks auf eine Anzeige.

Hinweis:

Diesen Artikel finden Sie unter:

<http://www.marketing.ch/wissen/suchmaschinenmarketing/erfolgskontrolle.asp>

Weitere Artikel zum Thema Suchmaschinen Marketing finden Sie unter:

<http://www.marketing.ch/wissen/suchmaschinenmarketing/start.asp>