

Facebook und Google Wie Community und Suchportal in das Web-Business integriert werden

Kostenloses Webinar der DTH Beratungs- und Beteiligungs GmbH (Web-Business) in Kooperation mit dem ECC Köln

Sprecher:

Dr. Tilo Hildebrandt, Geschäftsführer der DTH und Autor des Buches *Web-Business – Controlling und Optimierung. Wie das Web erfolgreich von Unternehmen genutzt wird*

Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des ECC Köln

Montag, 23.01.2017, 14:00 bis 15:00 Uhr



Informationen

- Das Webinar wird aufgezeichnet und steht in Kürze auf der Website web-business.com kostenlos für Sie zur Verfügung.
- Den Beitrag zu Facebook und Google lesen Sie in der Zeitschrift “Der Betriebswirt” und können ihn demnächst als E-Book von unserer Website herunterladen.
- Die DTH Beratungs- und Beteiligungs GmbH bietet weitere kostenfreie Webinare über web-business.com und shopmarketing.info an, ebenso wie E-Books und Analysen zur Performance Ihrer Webseiten und zur Analyse ihrer Google Adwords und Facebook Konten.

Übersicht

1. Facebook und Google im Web-Business

- 1.1 Pull- und Push-Marketing
- 1.2 Community-Marketing
- 1.3 Facebook-Werbung
- 1.4 Facebook-Marketing
- 1.5 Synergiegruppen
- 1.6 Wachstumsspirale
- 1.7 Controlling-Rahmen



2. Zusammenfassung

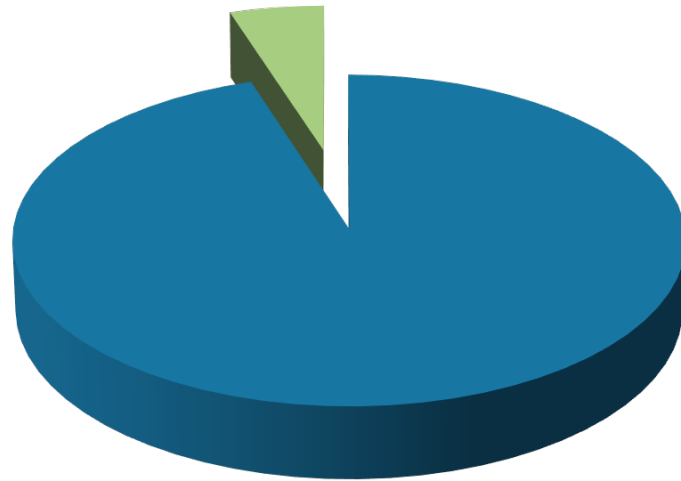
Facebook und Google im Web- Business



Marktführer

■ Google

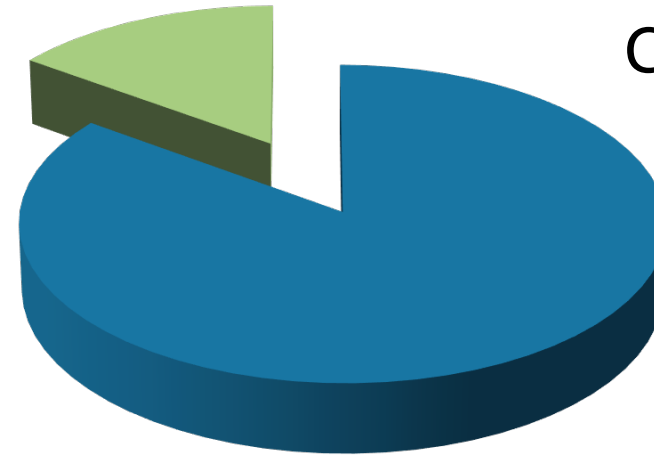
■ Andere
SuMa



Google

■ Facebook

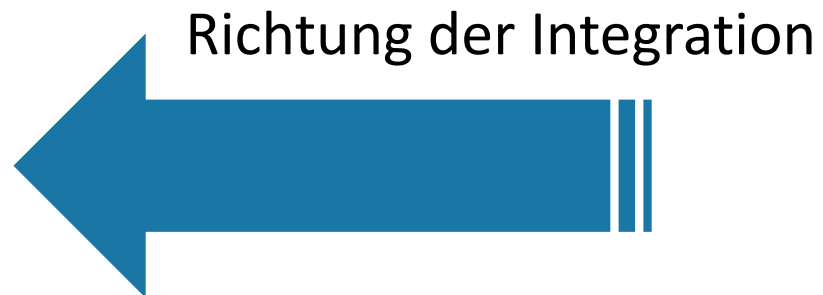
■ Andere
Communitys



Wie integrieren wir beide Plattformen?

- Marketing bringt Teilnehmer
- Kosten sind gut zuzuordnen
- Eigene Website wird positioniert

- Marketing bringt Verbindungen
- Erfolgskontrolle ist schwierig
- Facebook zieht Informationen



Fallbeispiel Kaufstatistik

Besucherquelle	Besucher	Käufe	Konversionsrate
Google	6.000	100	1,7 %
Facebook	1.200	8	0,66 %
Direkt (Brand)	1.100	66	6,4 %
Newsletter (CRM)	1.000	40	4,0 %

Push- und Pull-Marketing



Möglichkeiten der Plattformen

Google
PULL

- Bedient das Interesse der Suchenden und bewertet relevante Informationen positiv

Ziel: Konversionen



f
PUSH

- Drückt Informationen in das Sichtfeld und bewertet Interaktionen positiv

Ziel: Interaktionen



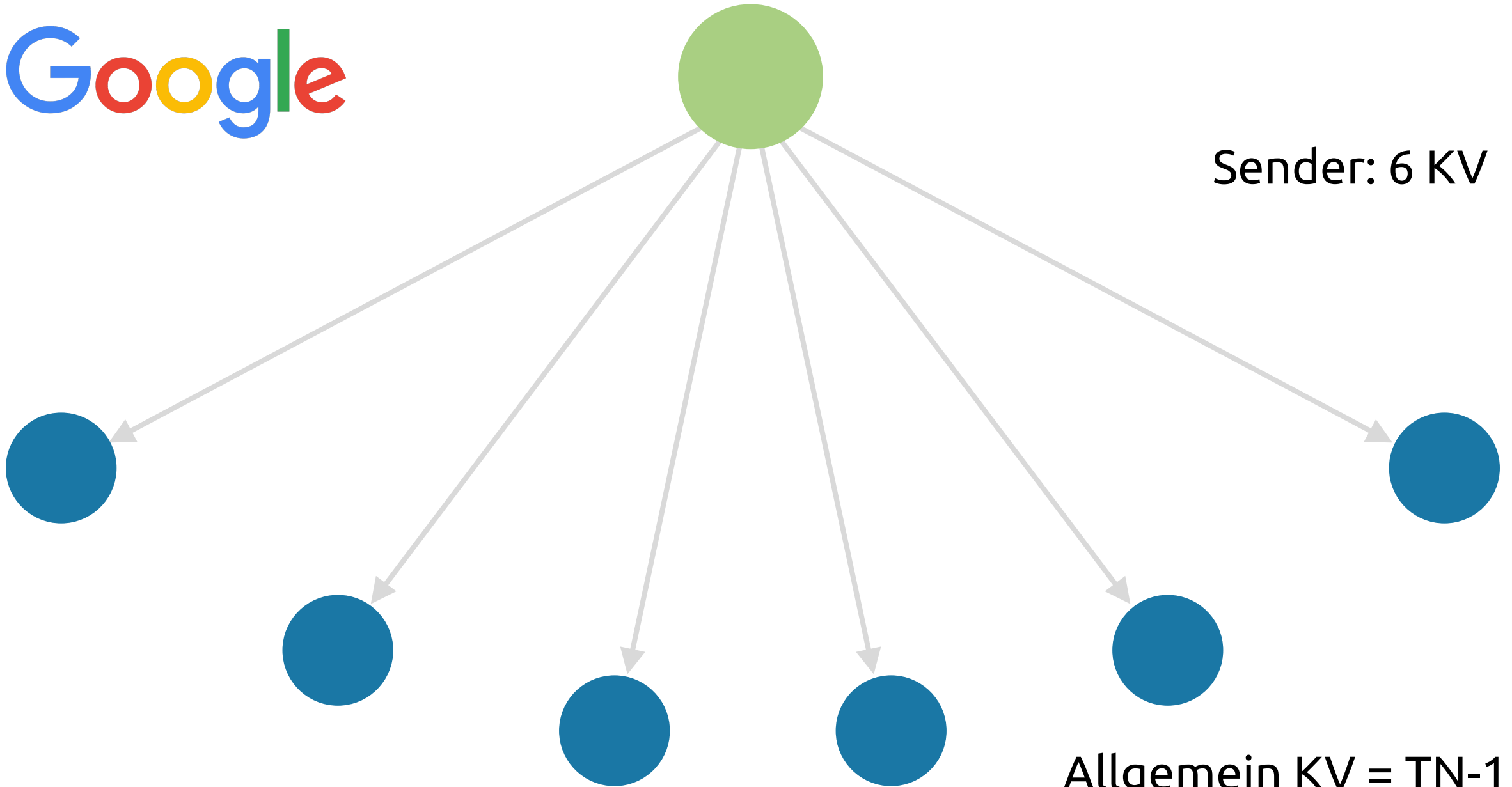
MARKETING

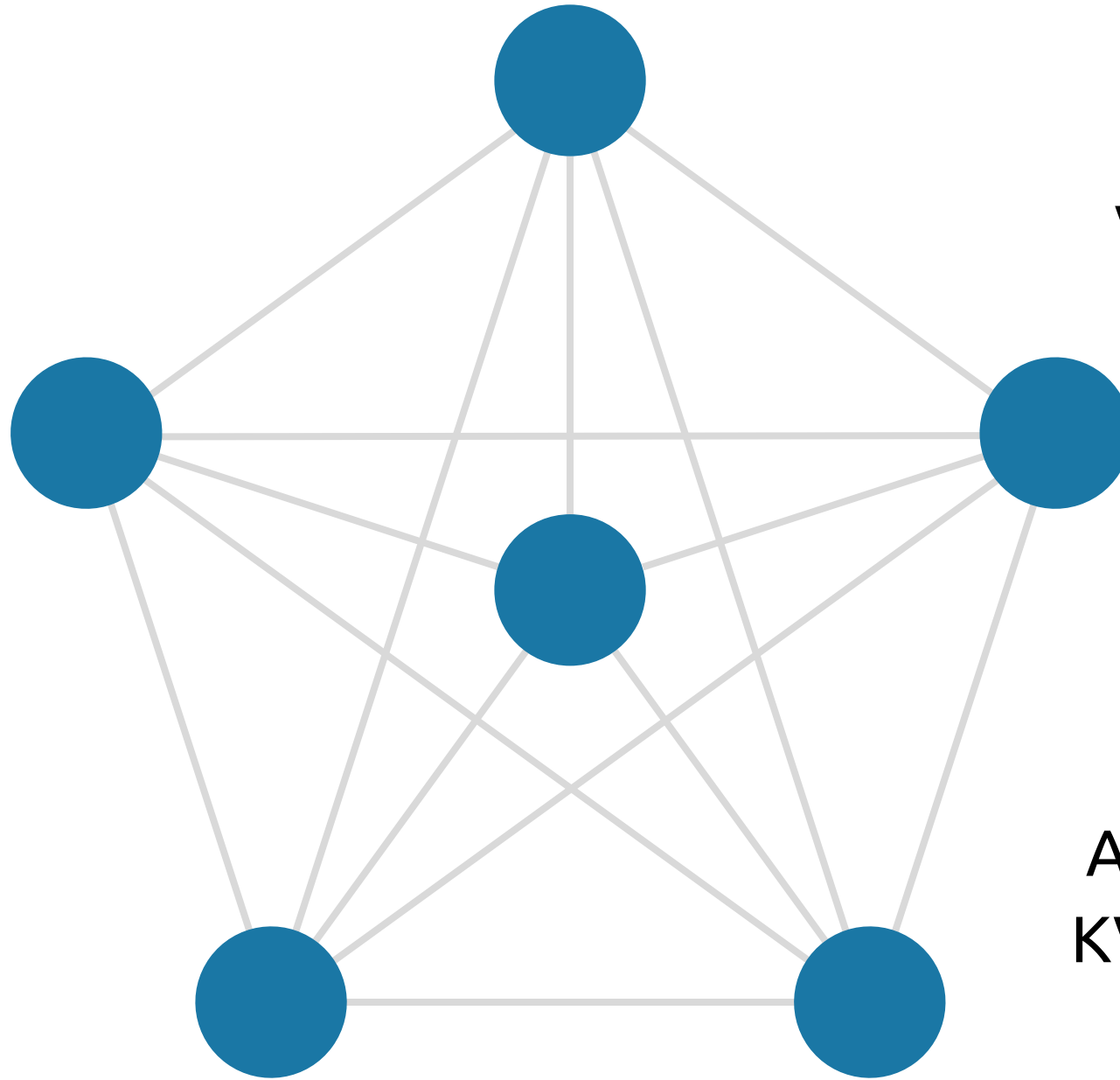


Community- Marketing



Google

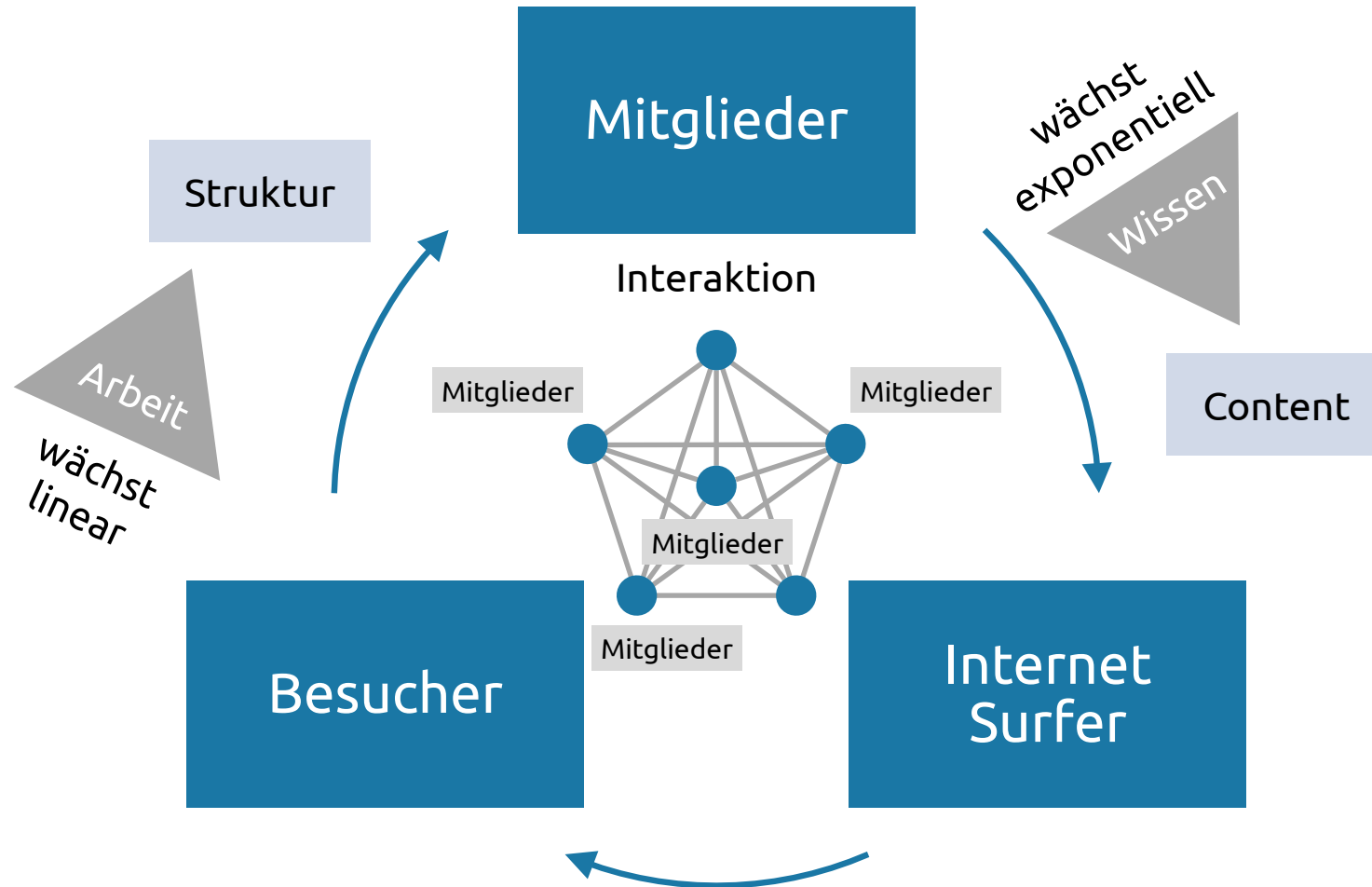




Vernetzt: 15 KV

Allgemein
$$KV = (TN^2 - TN)/2$$

Dynamik der Community



Facebook- Werbung



Webinar-Anzeige

Ergebnisse für „Veranstaltungszu-/absagen“-Werbeanzeige



Kampagne: Interaktionen

Aktiv, 15. November 2016 - Fortlaufend, Tagesbudget: 3,00 €

Werbeanzeige verwalten

9.574

Erreichte Personen

120

Veranstaltungszu-/absagen

1,52 €

Kosten pro
Veranstaltungszu-/absage

182,87 €

Gesamtausgaben

Laufzeit ▼

Geschlechter



Altersgruppen



Platzierungen



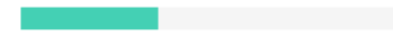
Erreichte Personen

Veranstaltungszu-/absagen

Kosten pro
Veranstaltungszu-/absage

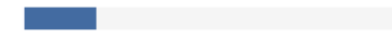
18-24

3.465



18-24

23



18-24

2,44 €

25-34

4.176



25-34

60

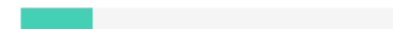


25-34

1,36 €

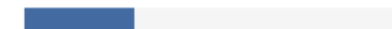
35-44

1.783



35-44

35

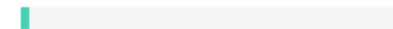


35-44

1,19 €

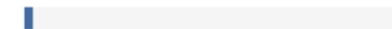
45-54

150



45-54

2



45-54

1,86 €

Facebook Werbeziele

Bekanntheit	Erwägung	Conversion
Markenbekanntheit	Besucherverkehr	Conversions
Regionaler Bekanntheitsgrad	Interaktionen	Produktkatalogverkäufe
Reichweite	App-Installationen	Besuche im Geschäft
	Videoaufrufe	
	Leadgenerierung	

Standardfragen der Werbung

- Wer schickt die Info?
- Warum gerade mir?
- Habe ich Bedarf?
- Welche Vorteile?
- Wer beweist das?
- Wo kann ich mehr erfahren?
- Was soll ich tun?

GESPONSERT

Werbeanzeige erstellen



Gratis Girokonto + bis zu 170 € Gutschrift*

1822direkt.de/Girokonto

Mit 120€ Gutschrift + 50€ für Deine Empfehlung *Es gelten bes. Bedingungen

Google- Werbung



Standardfragen der Werbung

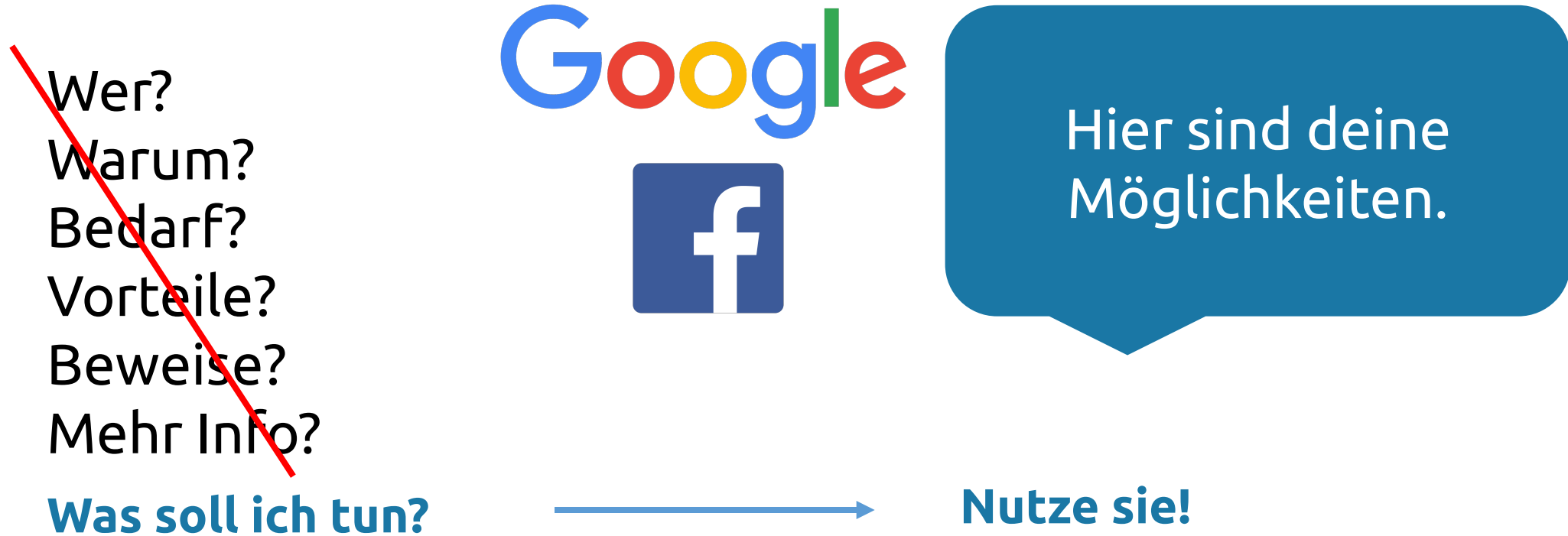
- Wer schickt die Info?
- Warum gerade mir?
- Habe ich Bedarf?
- Welche Vorteile?
- Wer beweist das?
- Wo kann ich mehr erfahren?
- Was soll ich tun?



Standardfragen an die Plattformen



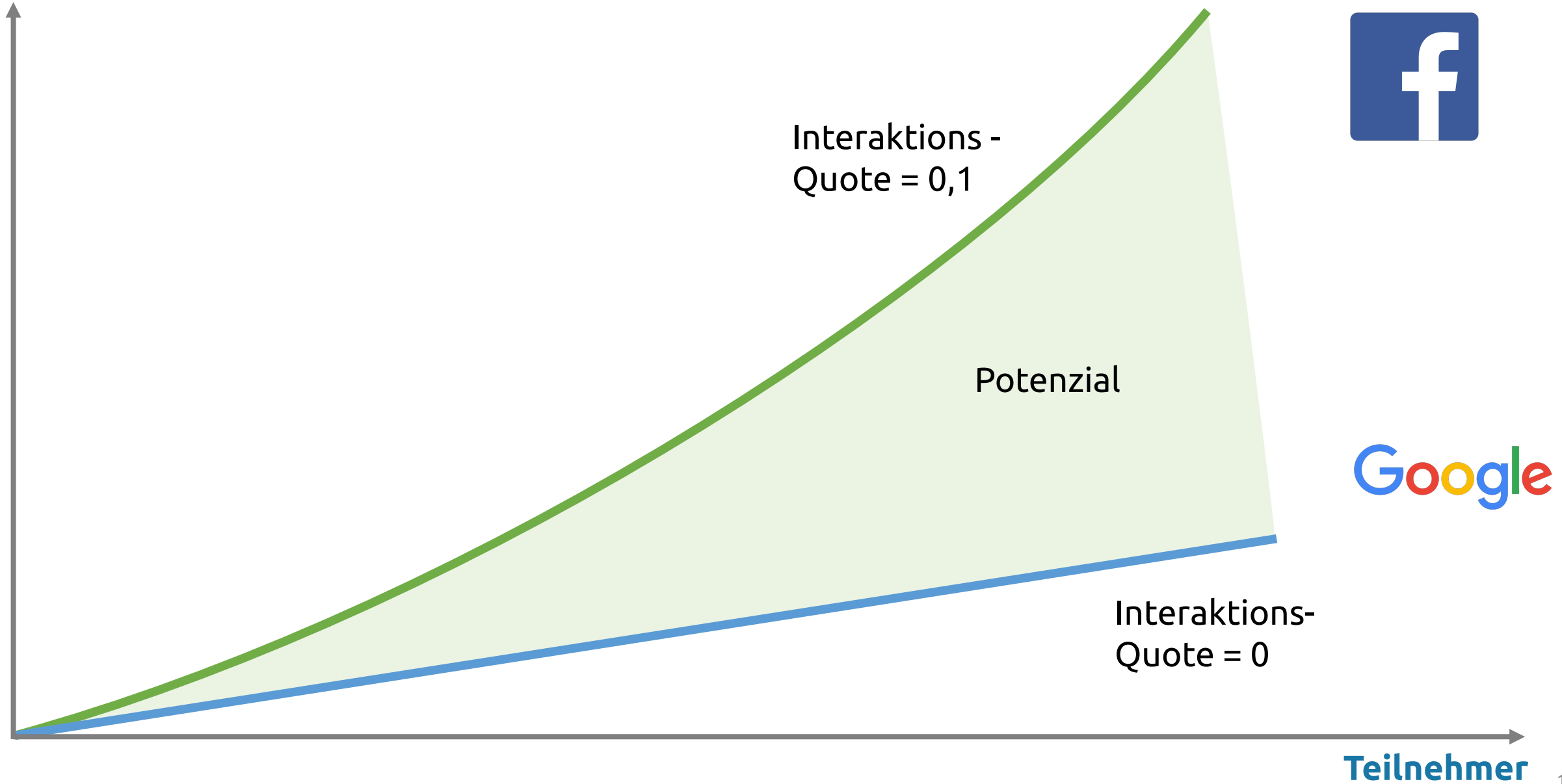
Strategie im Web-Business



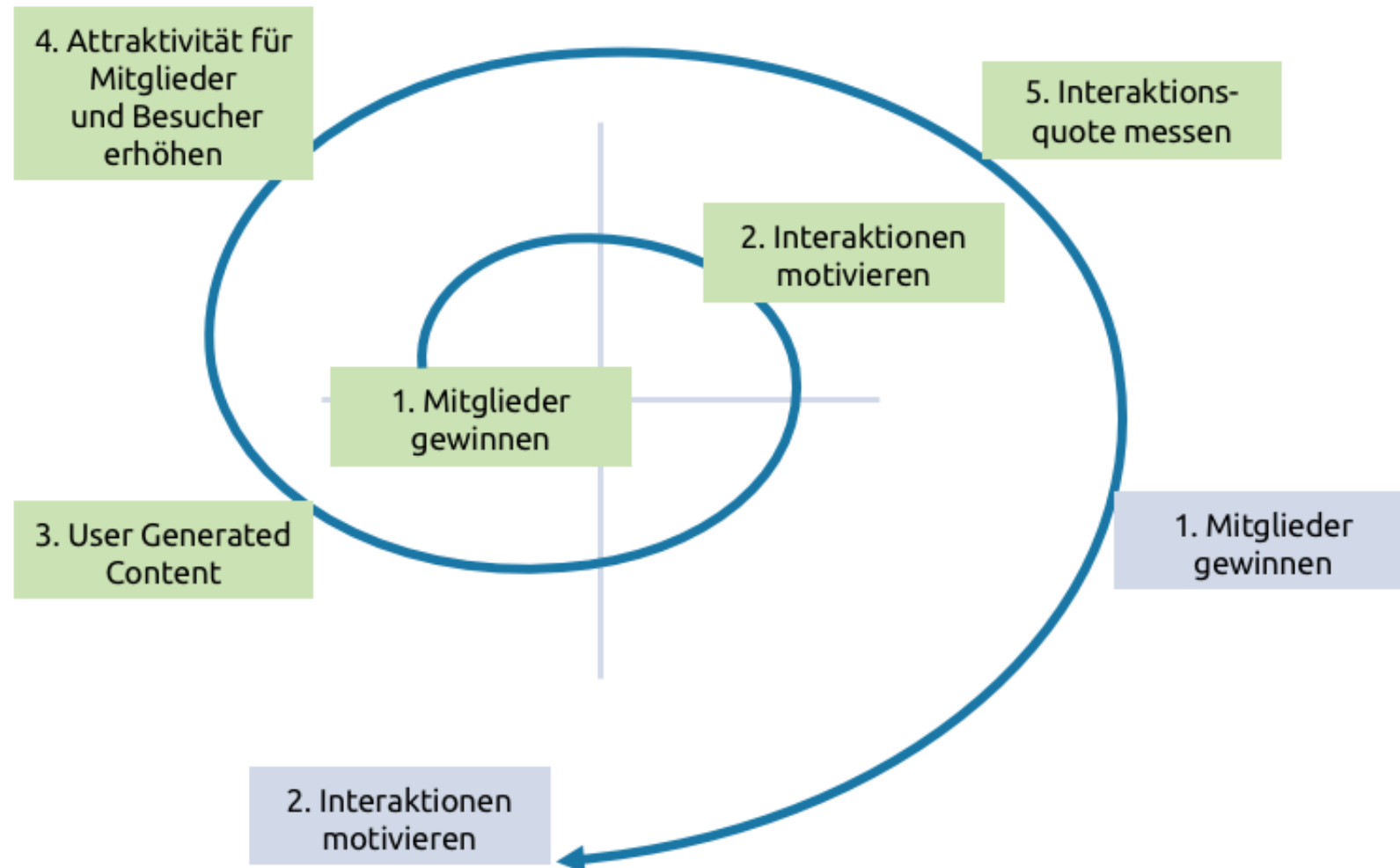
Wachstumspotenziale



Verbindungen



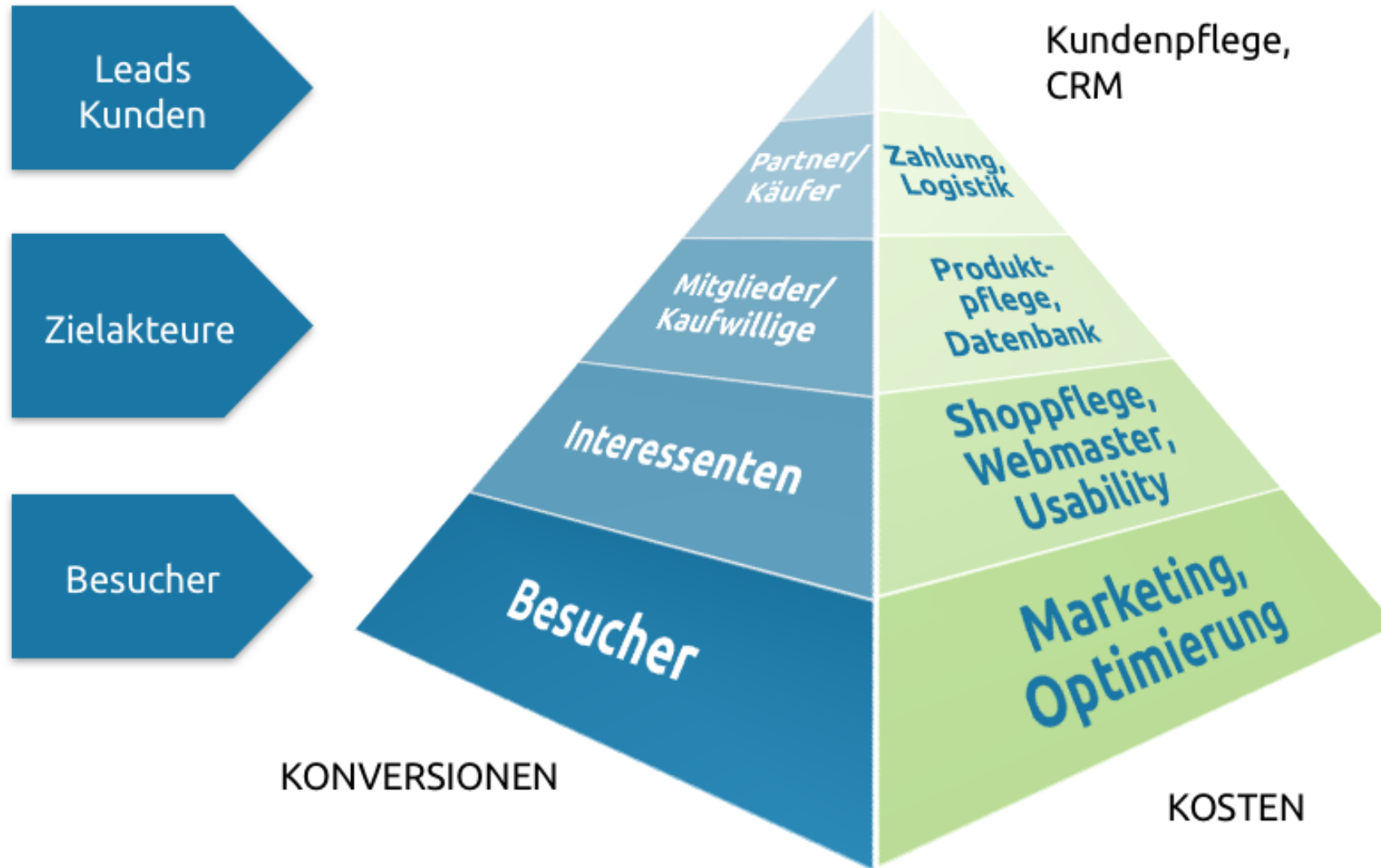
Community-Wachstumsspirale



Synergien



Anschluss an die Konversionspyramide



Controlling- Rahmen



Controlling der Marketing-Synergie

Marketing-segmente	Impressionen Reichweite	Inter-aktionen	CTR /IQ	Kosten	Ziel-aktionen	cr	Ertrag	Kosten-quote
Website-Gesamt	3.037.190	91.116	3,00 %					
Brand	350.000	42.000	12,00 %	3.000,00 €	1250	2,98 %	150.000,00 €	2,00 %
Remarketing	527.273	58.000	11,00 %	4.500,00 €	690	1,19 %	82.800,00 €	5,43 %
Leads	125.000	5.000	4,00 %	2.500,00 €	160	3,20 %	19.200,00 €	13,02 %
Community-Gesamt	250.000	5.000	2,00 %					
Fans-Mitglieder	57.143	2.000	3,50 %	1.500,00 €	90	4,50 %	10.800,00 €	13,89 %
Remarketing	45.455	2.500	5,50 %	1.680,00 €	210	8,40 %	25.200,00 €	6,67 %
Leads	100.000	1.200	1,20 %	2.800,00 €	800			

Zusammenfassung

- **Google** ist der Container für das Web-Business.
- **Facebook** generiert über die Interaktionen der Verbindungen ein hohes Potenzial.
- Die **Synergie** beider Plattformen ermöglicht ein kontinuierliches Wachstum des Web-Business.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!





Web-Business-Strategie-Beratung

Gerne unterstützen wir Sie auf Ihrem individuellen Weg zum Erfolg im Web-Business.

Nutzen Sie das Kontaktformular auf web-business.com oder schreiben Sie eine E-Mail an hildebrandt@web-business.com

Analyse Ihrer bezahlten Werbung

Bringt Ihre Werbung den gewünschten Erfolg? Wir analysieren Ihre bezahlten Werbemaßnahmen, geben Ihnen ein ehrliches Feedback und zeigen Möglichkeiten der Optimierung auf – für mehr **Erfolg im Web-Business.**