

PRESSEMITTEILUNG

Internet World Messe zeigt die wichtigsten Trends im Online-Marketing: So starten Web-Shops perfekt vorbereitet in das umsatzstärkste Quartal

München, 11. September 2013 – In drei Monaten steht Weihnachten vor der Tür und damit die wichtigste Zeit für die gesamte E-Commerce-Branche. Gilt es doch im vierten Quartal mindestens 20 Prozent mehr Umsatz zu erwirtschaften als in den ersten drei Quartalen des Jahres – und damit wenigstens die laut bvH (Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V.) im Online- und Versandhandel durchschnittlich erzielte Umsatzsteigerung durch das Weihnachtsgeschäft zu erreichen. Höchste Zeit also, sich mit neuen Online-Marketing-Trends auseinanderzusetzen! Denn die umsatzstärkste Zeit des Jahres kann durch die richtigen Vermarktungsstrategien und –maßnahmen noch erfolgreicher werden. Die E-Commerce-Messe Internet World hat acht Online-Marketing-Trends zusammengestellt, auf die vor allem Webshop-Betreiber einen genaueren Blick werfen sollten:

1. Content Marketing

Content Marketing ist einer der Top Trends 2014. Das erste, was Webhändlern dazu einfällt, ist, über Online-Magazine oder gedruckte Kataloge Kunden emotionaler anzusprechen und Bedürfnisse zu wecken. Seltener denken Webhändler über Kooperationen mit Zeitschriften nach, die ihrerseits inzwischen auch nach neuen Einnahmequellen suchen. Gerade in Nischen lässt sich hier bestimmt noch die ein oder andere Kooperationsmöglichkeit finden.

2. Cross-Channel-Marketing

Die Integration von Online- und Offline-Kanälen ist kein neuer, sondern ein bleibender Trend im Marketing, denn nur wenigen Shops gelingt es bislang, die gesamte Klaviatur perfekt zu spielen und potenzielle Kunden gezielt in den

stationären oder den Webshop zu locken. Gerade die Möglichkeiten mobiler Werbung schöpfen die meisten Unternehmen nicht aus, Couponing steckt in Deutschland noch immer in den Kinderschuhen, die Verknüpfung von Online- und Offline-Bonussystemen ist bei vielen Multichannel-Anbietern noch immer nicht realisiert. Im Sinne der gesamten Werbewirtschaft gilt es allerdings, erst dann Kampagnen zu starten, wenn man sicher davon ausgehen kann, dass die Zielgruppen sie auch begeistert rezipieren werden. Hat sich jemand einmal die Mühe gemacht, einen QR-Code zu scannen und saß dann gelangweilt vor dem Ergebnis, ist er für ein solches Medium für lange Zeit verbrannt.

3. Big Data

Auch Big Data zählt seit ein paar Jahren zu einem der wichtigsten Fortschritte im Online-Marketing. Allerdings: Nur Daten zu sammeln, heißt noch lange nicht, Erkenntnisse zu gewinnen, die zu gewinnbringenden Aktionen führen. Experten raten vor allem dazu, Daten zu visualisieren und sie bei einer größtmöglichen Anzahl von Mitarbeitern im Unternehmen zur Diskussion zu stellen. Darüber hinaus gilt es, die richtigen Daten zu sammeln – und dabei immer auch die Privatsphäre der Konsumenten zu respektieren.

4. Marktplätze

Aktuellen Marktstudien des bvh zufolge werden 40 Prozent aller E-Commerce-Umsätze in Deutschland über Marktplätze wie Amazon, eBay, Rakuten oder Meinpaket.de generiert. Das macht Webshops weit unabhängiger von Google als es zunächst den Eindruck haben mag. Neben der generischen Suche bieten auch Marktplätze Webshops interessante Möglichkeiten, für das eigene Angebot zu werben. So bietet beispielsweise die in Deutschland noch recht junge Amazon Media Group interessante Möglichkeiten zur punktgenauen Zielgruppenansprache mit Targeting-Technologien. Auch bei anderen Marktplätzen lohnt es sich für Händler, mit den Betreibern über neue Werbemöglichkeiten zu sprechen und auch entsprechende Tausender-Kontaktpreise auszuhandeln.

5. Video-Werbung

Bewegtbild im Web wird auch 2014 die TV-Werbewirkung untergraben. Schon heute besuchen 800 Millionen Menschen pro Monat YouTube. Online-Händler, die mit ihren YouTube-Videos punkten wollen, sollten nicht nur aufmerksamkeitsstarke und viral-optimierte Video drehen, sondern auch einen eigenen YouTube-Kanal eröffnen. Nur damit ist es beispielsweise möglich, die Videos mit semitransparenten

Textanzeigen zu hinterlegen, die die Zuschauer ermuntern, sich per Mausklick auf den dahinter liegenden Shop zu klicken.

6. Internationalisierung

Wer als Online-Händler wachsen will, kommt früher oder später nicht umhin, die eigenen Landesgrenzen zu verlassen. Entsprechend muss auch das Marketing internationaler aufgestellt werden. Voraussetzung für eine erfolgreiche Mediaplanung ist eine umfassende Marktforschung. Erste Indizien für die Akzeptanz im Ausland ist die Analyse des Suchvolumens für die eigenen Produkte. Zu den bevorzugten Werbemedien zählen SEO und SEM, Affiliate-Marketing und Social Media. Dabei sollten idealerweise Muttersprachler mit entsprechenden Marktkenntnissen die Kampagnen planen. Beim Suchmaschinenmarketing gilt: In vielen Ländern, darunter UK, sind Google Adwords günstiger zu buchen als in Deutschland.

7. Neue Werbeflächen

Wer als Händler gegen Banner-Blindness und damit um mehr Aufmerksamkeit bei den Internet-Nutzern kämpfen will, sollte mit neuen Werbeformaten experimentieren. Aktuell erzielt der so genannte Floor Ad, ein Layer am unteren Bildschirmrand, der sich mittels Mouse-Over auf 1.200 x 400 Pixel vergrößert, mit durchschnittlich 2,51 Prozent die besten Klickraten.

8. Kreativität is king

Generell gilt: Wer sich von der Masse abheben will, muss auch im Online-Marketing neue Wege gehen. Online-Shops, die für ein bestimmtes Lebensgefühl stehen, finden beispielsweise in Musikstreaming-Diensten wie Spotify eine interessante Möglichkeit: Indem sie regelmäßig Playlists mit passenden Musiktiteln veröffentlichen, bringen sie sich unaufdringlich ins Gedächtnis ihrer Kunden. Neue Playlists können auf der Startseite des Webshops beworben werden. Kostet nichts und ist extrem positiv beladen. Reichweite international: rund 24 Millionen Nutzer.

Links

<http://www.internetworld-messe.de>

<http://www.facebook.com/InternetWorldMesse>

<http://twitter.com/iwkongress>

Über die Internet World Messe

Bereits seit 1997 ist die Internet World Messe die Veranstaltung für Internet-Professionals und Treffpunkt für Entscheider auf Anbieter- und Anwenderseite. Im Jahr 2014 öffnet die E-Commerce Messe Internet World vom 25.-26. Februar auf dem Münchener Messegelände bereits zum 18. Mal ihre Tore. Die Themenschwerpunkte der Messe sind Shopsoftware & Technik, Payment & Logistik, Usability, Online Marketing, Social & Mobil. Die Messe wird begleitet von einem hochkarätigen Kongress, der unter dem Motto „Die Zukunft des E-Commerce“ steht. Veranstalter der Internet World ist die gleichnamige Fachzeitschrift INTERNET WORLD Business.

Pressekontakt

Vera Vaubel

Tel.: +49 (89) 98103987

Fax: +49 (89) 98103988

E-mail: medienberatung@vaubel.de

Vaubel Medienberatung GmbH

Gumpfenbergstr. 6, 81679 München

<http://www.vaubel.de>

Unternehmenskontakt

Regina Reitzer

Tel.: +49 (89) 74117-128

Fax: +49 (89) 74117-448

E-mail: regina.reitzer@nmg.de

Neue Mediengesellschaft Ulm mbH –

Kongresse & Messen

Bayerstraße 16 a, 80335 München

<http://www.nmg.de>