

GLOSSAR

DIE WICHTIGSTEN BEGRIFFE ERKLÄRT

Wenn die Conversion Rate abflaut, obwohl die CTR in die Höhe schießt, dadurch der ROI in den Keller geht und Sie nur Bahnhof verstehen – dann helfen Ihnen diese Begriffserklärungen:

✓ AD SPEND

Das ist der Betrag, den Sie für Ihre Online Marketing Maßnahmen ausgeben. Den sollte man immer im Auge haben und darauf achten, dass der ROAS (Return on Ad Spend) - also das Verhältnis zwischen Werbeausgaben und Werbeeinnahmen - immer stimmt.

✓ BACKLINK

Wird auf anderen Webseiten oder in sozialen Netzwerken auf Ihre Website verlinkt, so bezeichnet man das als Backlink. Das klingt noch nicht so spannend, ist aber für Suchmaschinen ein Indiz für die Relevanz und Popularität Ihrer Website und kann so für eine bessere Platzierung bei den unbezahlten Suchergebnissen sorgen.

✓ CONVERSION

Als Conversion bezeichnet man die Ausführung einer gewünschten Aktion auf Ihrer Website. Das kann alles mögliche sein, je nachdem, was in Ihrer Branche oder zu Ihrem Business-Modell passt, z. B. Ausfüllen eines Formulars, Bestellung eines Produkts oder auch das Abonnieren des Newsletters.

✓ CONVERSION-RATE

Ist das Verhältnis zwischen Besuchern und denen, welche die gewünschte Transaktion/Conversion durchgeführt haben.

✓ CPA (COST PER AKQUISITION)

Bezeichnet die Kosten pro gewonnenem Neukunden bzw. pro Conversion.

✓ CPC (COST PER CLICK)

Bezeichnet die Kosten, die Sie bei Suchmaschinenwerbung etc. pro Klick bezahlen müssen. Das kann je nach Begriff stark schwanken. Bei höherpreisigen Artikeln oder in hart umkämpften Branchen, kann der Preis für den Klick auch mal ziemlich hoch werden. 2017 war der teuerste CPC im deutschsprachigen Raum zum Beispiel bei € 57,53 pro Klick. Im Normalfall muss man mit ca. 1 bis 3 Euro rechnen.

✓ CPM (COST PER MILLE)

Bezeichnet ein anderes Bezahlmodell, bei dem die Kosten pro 1.000 Sichtkontakten abgerechnet werden. Früher war diese Art der Abrechnung verbreiteter, heutzutage gehen die Kosten sehr oft per Klick.

✓ CTR (CLICK THROUGH RATE - KLICKRATE)

Die Klickrate ist das Verhältnis zwischen Sichtkontakten und Klicks. Wenn z.B. 100 Personen Ihre Werbung sehen und davon 3 Personen darauf klicken, hätten Sie eine Klickrate von 3%. Durch die Klickrate lässt sich messen, wie relevant bzw. interessant Ihre Anzeigen für die Zielgruppe sind.

✓ FACEBOOK PIXEL

Der Facebook Pixel ist ein kleiner Code, welchen Facebook Ihnen als Werbetreibenden zur Verfügung stellt. Wenn Sie diesen in Ihrer Website einbauen, kann Facebook verschiedenste Daten zu den Besuchern Ihrer Website erfassen. Diese Daten können Sie später für Facebook

Werbung nutzen, um z. B. alle Website Besucher der letzten 30 Tage mit einer Werbeanzeige anzusprechen.

✓ IMPRESSIONEN

Impressionen sind die Sichtkontakte – also wie oft wurde Ihre Werbung generell ausgespielt bzw. angezeigt.

✓ KEYWORD

Als Keyword bezeichnet man den Suchbegriff, den jemand nutzt, um nach einer Information zu suchen.

✓ OFFPAGE OPTIMIERUNG

Dieser Begriff aus dem Bereich der Suchmaschinenoptimierung bezeichnet sämtliche Optimierungsmaßnahmen, welche nicht direkt auf Ihrer Website vorgenommen werden. Meistens wird damit das Aufbauen von Verlinkungen von anderen Websites (Backlinks) gemeint.

✓ ONPAGE OPTIMIERUNG

Dies bezeichnet alle Optimierungsmaßnahmen, welche auf Ihrer Website vorgenommen werden. Dazu gehören Dinge wie Inhalte, Technik, Ladezeit etc.

✓ ORGANIC SEARCH

Bezeichnet die nicht bezahlten, natürlichen Suchergebnisse in Suchmaschinen. Die Reihung dieser Ergebnisse erfolgt durch den Algorithmus der Suchmaschine. Durch Suchmaschinenoptimierung versucht man, möglichst weit vorne bei den gewünschten Suchergebnissen zu erscheinen.

✓ PAID SEARCH

Paid Search bezeichnet die bezahlten Suchergebnisse welche z. B. bei Google über und unter den nicht bezahlten Ergebnissen angezeigt werden.

✓ REMARKETING

Remarketing bezeichnet eine Form des Online Marketings, bei der Sie gezielt Personen wieder ansprechen, welche bereits gewisse Inhalte Ihrer Website besucht oder eine definierte Handlung vorgenommen haben. Z.B. könnten Sie so alle Besucher der letzten 30 Tage auf Ihrer Website ansprechen.

✓ ROI

Return on Investment. Dieser Begriff gilt nicht nur für Online Marketing oder Werbung sondern ist ein weitverbreiteter, betriebswirtschaftlicher Begriff. Ganz einfach gesagt drückt man damit aus: Was hat es mich gekostet? Was hat es mir gebracht. Hat man für eine Werbekampagne z. B. € 5.000 ausgegeben und damit € 50.000 Gewinn gemacht, hätte man einen 10 fachen ROI.

✓ SERP

Search Engine Result Page. Dies sind die Seiten, auf denen Suchergebnisse in Suchmaschinen aufgelistet sind. Bei Google haben Sie z. B. die erste Seite (SERP) mit 10 Suchergebnissen, dann die 2. etc.

Als online Marketer möchte man möglichst weit vorne in den SERPs erscheinen.