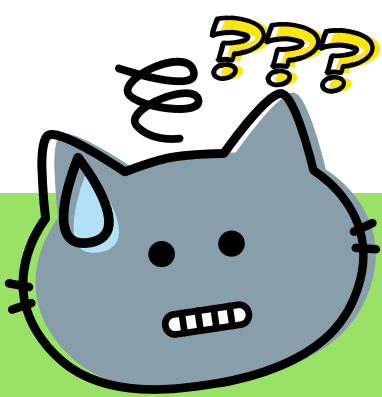


HILFE?!

WAS HEISST ...

WORÜBER MAN SO SPRICHT - TEIL I



LEAD



Jemand, der sich für deine Produkte interessiert und dir Kontaktdaten für die weitere Verwendung überlässt, z. B. für Newsletter

LEAD
MAGNET

Ein kostenfreier Anreiz, mit dem du Interessenten gewinnst, z. B. eine Checkliste, ein Webinar, E-Book, Gutscheincodes... Wichtig: Es muss ein Kundenproblem lösen!

LANDING
PAGE

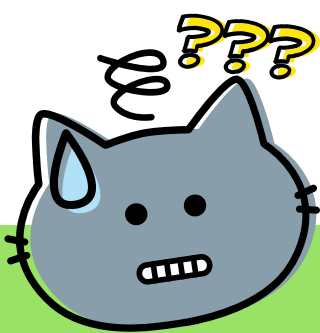
Eine Zielseite mit dem einzigen Zweck: Die E-Mail-Adresse zu bekommen :) Kann, muss aber nicht in die eigene Webseite integriert sein. Keine Ablenkung durch Navigationsmenü oder andere Inhalte.




HILFE?!

WAS HEISST ...

DER MARKETING SLANG - TEIL II



CMS



Content Management System - damit kannst du Webseiten ohne Programmierkenntnisse erstellen & bearbeiten, z. B. Wordpress, Joomla, TYPO3

PLUGIN/
ADD-ON

Ein Zusatzmodul, erweitert ein Programm um gewünschte Funktionen, z. B. Werbeblocker für Browser oder ein Kontaktformular Plugin für deine Wordpress Seite

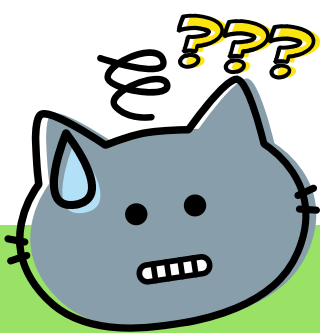
WIDGET

Mini-Apps, mit denen du Zusatzfunktionen an bestimmte Stellen auf deiner Webseite einbinden kannst, z. B. Suchfeld, Kalenderfunktion, Wetterinfos...

HILFE?!

WAS HEISST ...

MARKETING SPRACHE EINFACH VERSTEHEN - TEIL III



UNIQUE
OPEN
RATE



Öffnungsrate eines Newsletters = wie viele Empfänger haben den Newsletter wirklich geöffnet; wird nicht doppelt gezählt, keine exakte Kennzahl

CTR

Click-Through-Rate = wenn ein Newsletter von einem Empfänger geöffnet wird und er dort noch auf einen Link klickt; sehr aussagekräftige Kennzahl

BOUNCE

je mehr Newsletter nicht zugestellt werden können, umso höher die Bouncerate; niedrige Bouncerate bedeutet meist gute Adressqualität (echte Kontakte)

HILFE?!

WAS HEISST ...

MARKETING SPRACHE EINFACH VERSTEHEN - TEIL IV



A/B
TESTING

zwei Varianten einer
Webseite, Anzeige,
Newsletters etc. werden
auf das beste Ergebnis
getestet

USABILITY

Nutzer- oder
Bedienerfreundlichkeit;
intuitive Bedienung,
ansprechende
Gestaltung.
Was tut der Nutzer und
wie?

UX -
USER
EXPERIENCE

Nutzererlebnis - positive
Gefühle & Spaß sollen
bei der Nutzung
entstehen.
Was fühlt der Nutzer?

HILFE?!

WAS HEISST ...

MARKETING SPRACHE EINFACH VERSTEHEN - TEIL V



FACEBOOK PIXEL

ein Code auf deiner Webseite, der Facebook das Nachverfolgen der Webseitenbesucher ermöglicht

CUSTOM AUDIENCE

Zielgruppe, die in irgendeiner Weise schon in Verbindung mit dir steht, z. B. jemand der deine Webseite schon mal besucht hat oder Adressen aus deiner eigenen Kundendatenbank

LOOKALIKE AUDIENCE

statistische Zwillinge einer Custom Audience - ähnliche Interessen, Alter, Wohnort etc. - neue Zielgruppe, die dich i. d. R. noch nicht kennt

HILFE?!

WAS HEISST ...

MARKETING SPRACHE EINFACH VERSTEHEN - TEIL VI



CTA

Call to Action - eine Handlungsaufforderung. Sage deinem Webseitenbesucher genau, was er als nächstes tun soll!



CONVERSION

wortwörtlich: Umwandlung. Eine gewünschte Aktion wird vom Nutzer auf einer Webseite ausgeführt, z. B. ein Kauf oder ein Download

ROI

Return on Investment, wie viel Gewinn wurde nach einer Investition durch diese wieder eingespielt

HILFE?!

WAS HEISST ...

MARKETING SPRACHE EINFACH VERSTEHEN - TEIL VII



SERP

Search Engine Result
Page =
Suchergebnisseiten
einer Suchmaschine wie
Google, Bing oder Yahoo

SUCH-
NETZWERK

Anzeigen wie AdWords
oder Google Shopping
Ads, die nach einer
konkreten Suchanfrage
erscheinen

DISPLAY
NETZWERK

Anzeigen in Text, Bild,
Video oder interaktiven
Formaten auf
Webseiten, die
Werbeflächen
"vermieten" wie z.B.
t-online, spiegel.de etc.



HILFE?!

WAS HEISST ...

MARKETING SPRACHE EINFACH VERSTEHEN - TEIL VIII



CPM

Cost per Mille -
Tausenderkontaktpreis
TKP,
Kosten für 1000
Einblendungen einer
Werbeanzeige

CPC

Cost per Click
- Kosten für einen Klick
auf eine Werbeanzeige,
der den Nutzer auf eine
Webseite oder eine
Landingpage führt

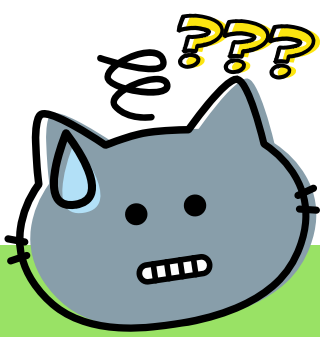
CPA

Cost per Action -
Kosten für eine
konkrete Handlung, z. B.
einen Download oder
einen Kauf

HILFE?!

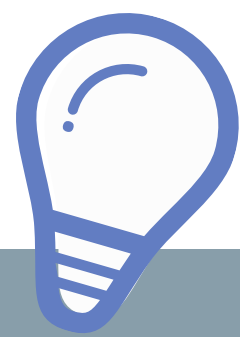
WAS HEISST ...

MARKETING SPRACHE EINFACH VERSTEHEN - TEIL IX



UGC

User Generated Content
= Nutzergenerierte
Inhalte; z. B.
Produktbewertungen,
Blogbeiträge, Videoclips,
die Kunden mit andern
teilen



INFLUENCER

Markenbotschafter,
Meinungsführer;
haben eine bestimmte
Reichweite, Reputation
und Einfluss auf eine
engagierte Community,

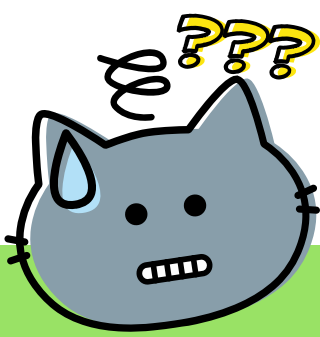
HASHTAG

Doppelkreuz/Raute # -
zur Markierung von
bestimmten
Schlagworten oder
Suchbegriffen von Social
Media Beiträgen

HILFE?!

WAS HEISST ...

MARKETING SPRACHE EINFACH VERSTEHEN - TEIL X



ANALYTICS

Webanalyse durch Tools wie Google Analytics, Facebook bzw. Instagram Insights, Pinterest Analytics usw.

KPI

Key Performance Indicator - Kennzahlen zur Erfolgsmessung aus der Webanalyse, können je nach Unternehmen und Branche unterschiedlich sein

FUNNEL

Verkaufstrichter - die Stufen vom Interessenten (viele, Trichter oben) zum Käufer (wenige, die noch aus dem Trichter rausfallen)