



Digital Marketing von A - Z

Analytics oder **Web Analytics Programm:**

Analyse der Daten, die aufgrund der Aktivitäten von Besuchern auf Websites oder in mobilen Apps generiert werden und dem Zweck dienen, Möglichkeiten zur Optimierung von Websites und Marketingkampagnen zu finden.

Beispiel: "Ich nutze WebAnalyticsProgramme, um anhand der Daten meine Website zu optimieren."

Mobile App (Anwendung): – Programm, das für den Einsatz auf Smartphones, Tablets und anderen mobilen Geräten entwickelt wurde.

Beispiel: "Ich stehe im CC Markt und will einen Preis vergleichen. Eine geeignete App hilft mir bei diesem Vergleich."

Banneranzeige: Anzeige, die auf Webseiten und in mobilen Apps, gewöhnlich im Bildformat, geschaltet wird.

Beispiel: "Ich nutze Banneranzeigen, um neue Gäste auf meine Website zu führen."

Blog: Tagebuchartig geführte Website zu einem bestimmten Thema.

Beispiel: "Ich lese jede Woche einige Blogs, um Neuigkeiten der Branche zu erfahren."

Browser:

Computerprogramm zur Darstellung von Webseiten im Internet; wird auf Desktop Computern, Tablets und Smartphones verwendet. Beispiele sind Chrome, Firefox, Internet Explorer und Safari. Je nach Browser kann eine Webseite anders aussehen.

CTR- Klickrate (Clickthrough Rate)

Anzahl der Klicks auf eine Anzeige, im Verhältnis dazu, wie oft die Anzeige geschaltet wird.

Beispiel: "Meine Klickrate auf Tagesangebote liegt bei 2 %, meine CTR auf der normalen Speisekarte dagegen bei unter 1 %."

Content oder Inhalt:

Digitales Material, das Nutzern über Text, Video, Audio, Bilder usw. zur Verfügung steht.

Beispiel: "neben den Geschäftsinformationen kann zusätzlicher Content durch einen Rezeptblog geschaffen werden."

Conversion oder **Ziel:** Aktionen, die Nutzer auf einer Website ausführen sollen. Hierzu gehören beispielsweise E-Commerce Einkäufe, Abonnements, Telefonanrufe und das Abspielen von Videos.



Digital Marketing von A - Z

Conversions Optimierung:

Maßnahmen, die dazu dienen, dass mehr Besucher die vorgesehenen Aktionen ausführen.

Beispiel: "eine Tischreservierung durchführen."

Conversion Rate:

Verhältnis aus Conversions zu Besuchern, das oft zur Analyse der digitalen Leistung verwendet wird.

CPC- Kosten pro Klick (Cost per Click)

Der Geldbetrag, der erforderlich ist, um einen einzigen Klick auf einer digitalen Anzeige zu erzeugen.

Crawler oder Spider:

Ein Programm, das entwickelt wurde, um systematisch Inhalte im Internet zu durchsuchen und Informationen zu sammeln, mit denen Nutzer das finden, wonach sie suchen.

Beispiel: "Ich habe Angst vor Spinnen, aber nicht vor denen, die mir helfen, dass meine Website in Suchmaschinen zu sehen ist."

Desktop Computer:

Nicht mobiles Gerät, z. B. ein PC oder Mac.

Zu Hause bevorzuge ich einen Desktop Computer, aber unterwegs verwende ich mein Tablet.

E- Commerce:

Onlineverkauf von Produkten und Dienstleistungen.

Oft in einem Onlineshop.

E-mail Marketing:

Verwendung von E- Mail Nachrichten für Werbung für Produkte und Dienstleistungen. Achtung es gibt gesetzliche Einschränkungen

HTML: Hypertext Markup Language. Eine Sprache, die von Webentwicklern zum Erstellen einer Website verwendet wird.

Impressionen: Jedes Mal wenn Ihre Anzeige geschaltet wird, zählt dies als eine Impression.

Index: Durchsuchbarer Katalog mit Webseiten und digitalen Inhalten, der von einer Suchmaschine genutzt wird, um relevante Ergebnisse bereitzustellen.

Keyword: Wörter oder Wortgruppen, die Nutzer in Suchmaschine eingeben und auf die Unternehmen ihre Werbekampagne ausrichten können.



Digital Marketing von A - Z

Link: Text oder Bild, das den Nutzer auf eine Website oder eine bestimmte Seite einer Website weiterleitet.

Mobilgerät:

Tragbares Gerät, wie Smartphone oder Tablet, das sich mit dem Internet verbinden kann und auf dem Apps laufen.

Natürlicher oder **Organischer Eintrag:**

Ergebnis einer Suchmaschine, bei dem es sich **nicht** um bezahlte Anzeigen handelt.

Bezahlter Eintrag: Bezahlte Anzeigen, die auf Suchergebnisseiten geschaltet werden.

PayperClick (PPC):

Werbensystem, beim dem Werbetreibende dafür bezahlen, dass Nutzer auf Ihre Anzeigen klicken.

Suchanfrage oder **Suchbegriff:**

Wort oder Wortfolge, die ein Nutzer in eine Suchmaschine eingibt, um das zu finden, wonach er sucht.

Ranking:

Position in der Ergebnisliste einer Suchmaschine.

Startseite:

Die einleitende Hauptseite einer Website.

Suchmaschine: Programm, das relevanten Online Content auflistet, wenn Nutzer eine Suchanfrage stellen." Zu den bekanntesten Suchmaschinen gehören Google, Bing, Yahoo, Ask.com

Suchmaschinenoptimierung (SEO): Maßnahmen, die dazu dienen, dass Webseiten in den organischen, also den unbezahlten Suchergebnissen an höheren Positionen zu sehen sind . Investitionen in SEO könnten Websites im Suchmaschinenranking höher positionieren.

Suchmaschinenmarketing (SEM): Werbemaßnahmen, um Websitebesucher über Suchmaschinen zu gewinnen, beispielsweise Anzeigen, die geschaltet werden, wenn Nutzer eine Suchanfrage stellen. Auf diese Weise sind Unternehmen genau dann präsent, wenn Nutzer nach ihren Produkten oder Dienstleistungen suchen.



Digital Marketing von A - Z

Search Engine Result Page (SERP):

Ergebnisseite, die nach Eingabe eines Suchbegriffs in eine Suchmaschine angezeigt wird.

Beispiel: "Als ich nach 'Hochglanzfarbe in großen Mengen kaufen' gesucht habe, stellte ich fest, dass die SERP sowohl organische als auch bezahlte Einträge enthält."

Sitzung oder Besuch:

Interaktionen, die auf Ihrer Website innerhalb eines bestimmten

Zeitraumens stattfinden. Beispielsweise kann eine einzelne Sitzung mehrere Seitenaufrufe und ECommerceTransaktionen umfassen.

Social Media:

Gesamtheit der digitalen Technologien und Medien, über die Nutzer miteinander kommunizieren und Inhalte austauschen.

Soziales Netzwerk:

Community (Gruppe) einzelner Personen, die Inhalte erstellen und teilen.

Traffic Akquisition:

Zugriffe, also **Traffic**, für Websites, mobile Apps und andere digitale Ressourcen erzielen.

Einzelner Besucher:

Bestimmter Besucher auf einer Website während einer festgelegten Zeitspanne.

Uniform Resource Locator (URL):

Unverwechselbare Adresse einer Website, einer Webseite oder von digitalem Content im Internet.

Zielseite: Die Seite einer Website, auf die der Nutzer weitergeleitet wird. Dabei handelt es sich nicht unbedingt um die Startseite.