



Bernd Stieber,
Vorstand der
Zieltraffic AG
in München
■ www.zieltraffic.de

Wechselwirkung der Online-Marketing-Maßnahmen messen

Die meisten Online Shopper haben vor dem Kauf mehrfach Kontakt mit verschiedenen Werbemitteln. Das Zusammenwirken dieser eingesetzten Instrumente im Online-Marketing-Mix zu kennen, ist daher für die kontinuierliche Optimierung der Kampagne von entscheidender Bedeutung.

Der Einsatz eines kanalübergreifenden Tracking Tools ermöglicht, diesen Werbemittelkontakt des Users zurückzuverfolgen und so den Beitrag einzelner Marketing-Maßnahmen in Relation zum Gesamterfolg der Kampagne zu setzen. Über ein solches Tracking kann der Return-on-Investment der einzelnen Maßnahmen ermittelt und die Verteilung des Werbebudgets optimiert werden.

Ein kanalübergreifendes Tracking-System sollte bereits beim Aufsetzen der Kampagne implementiert werden. Das Tool sollte beispielsweise folgende wichtige Funktionen bieten: Die Tracking-Daten können mit zusätzlichen Daten (Umsatzzahlen, Kosten) angereichert werden. Das Tool liefert ein automatisiertes, aber frei konfigurierbares Reporting. Über das System können auch externe Tracking Tools gesteuert werden. Eine händische Auswertung ist keine Alternative, da sie zu viele Fehlerquellen und Messungenauigkeiten birgt. Alle eingesetzten Werbemaßnahmen müssen vor Kampagnenstart mit Messpunkten codiert werden, um vom System auch erkannt zu werden.

Wie funktioniert die Messung?

In der Regel werden die einzelnen Marketing-Maßnahmen mittels Redirect getrackt. Jedem Kanal wird ein eigener Parameter zugeordnet: Jeder Klick auf ein Werbemittel ruft einen Redirect auf den Tracking-Server auf, wodurch auf dem Rechner des Users ein Cookie gesetzt wird. Anhand dieser Cookies wird später ausgelesen, mit welchen Werbemitteln der Käufer bereits Kontakt hatte.

Messungenauigkeiten entstehen vor allem durch Cookie-Verweigerer oder durch eine zu kurze Laufzeit der Cookies. In beiden Fällen kann beim Kauf nicht mehr nachvollzogen werden, ob mehrere Werbekanäle bei der Kaufentscheidung eine Rolle gespielt haben. Diese Ungenauigkeiten beeinflussen das Gesamtergebnis jedoch kaum.

Das Tracking Tool ermöglicht eine Bewertung aller online eingesetzten Marketing-Maßnahmen. So kann das Werbebudget über die einzelnen Kanäle immer besser verteilt werden – für die aktuelle und auch für zukünftige Kampagnen.