

Webtrends - auf einen Blick

Webtrends unterstützt Unternehmen dabei, die besten Ergebnisse aus ihrer Online-Aktivität zu erzielen. Von der Wirksamkeit einer Kampagne über das Klickverhalten bis hin zum Suchmaschinenmarketing – Webtrends bietet Analyse und Consulting, die Unternehmen in die Lage versetzen, den Erfolg ihrer Online-Auftritte und -Kampagnen korrekt zu messen und optimal anzupassen.

Das Unternehmen

Vor über zwölf Jahren startete Webtrends als Pionier auf dem Gebiet der Webanalyse. Mit der Einführung von Webtrends Marketing Lab hat das Unternehmen seine umfassende Analyse-Plattform weiterentwickelt, die direkte Datenauswertung, dynamische Optimierung von Werbemaßnahmen sowie ein verbessertes Relationship Marketing durch gezielte Kundenansprache bietet. So hat das Unternehmen einen innovativen Lösungsansatz entwickelt, mit dem sich Webtrends als Spezialist in Sachen Marketing Performance Management etabliert hat. Das Unternehmen konzentriert sich darauf, seinen Kunden genaue Daten und umsetzbare Auswertungen an die Hand zu geben. So sind sie in der Lage, ihre Marketing Performance zu optimieren, die Website-Konversion, d.h. die Umwandlung eines Website-Besuchers in einen Kunden, zu verbessern und langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen. Mit der Marketing Lab-Lösung gibt Webtrends Unternehmen die Möglichkeit, die Ergebnisse ihrer kreativen Marketinginitiativen mit „harten“ Zahlen zu belegen, um ihre Kampagnen zu optimieren. Tausende von Unternehmen – einschließlich über die Hälfte der „Fortune and Global 500“-Unternehmen weltweit – vertrauen mittlerweile auf Webtrends, um ihre Marketing Performance zu optimieren. Zum internationalen Kundenstamm zählt Webtrends u.a.: BMW, VW, Ikea, Xerox, McAfee, BASF, Lufthansa, RWE, O2, T-Mobile, Horizon, Financial Times, Microsoft uvm. Weitere Informationen sind unter www.Webtrends.de erhältlich.

Die Lösung

Das Web ist die wichtigste Marketing-Plattform der Gegenwart und der Zukunft. Webtrends gibt Marketingfachkräften mit Webtrends Marketing Lab erstmals innovative Möglichkeiten an die Hand, die Leistung von Online-Kampagnen und Direktmarketing zu messen und optimieren. Das Marketing Lab vereinfacht signifikant das Marketing Management und die Performance-Optimierung über alle Bedarfskanäle hinweg - auf der Website und in Kundenmarketingprogrammen. Die aktuelle Version Marketing Lab 2 stellt nun ganz den Besucher der Website in den Mittelpunkt und evaluiert dessen Wert – unabhängig davon, ob dieser etwas kauft oder „nur“ surft.

Damit erhalten Marketing-Experten ein noch stärker ausdifferenziertes Bewertungssystem, das noch genauere Ergebnisse liefert. Die Marketing Lab 2 Solution Suite setzt sich aus vier Komponenten zusammen: der Analyselösung Webtrends Analytics 8.5, Webtrends Visitor Intelligence zur Erstellung des Besucherprofils, Webtrends Score für die Ermittlung der Besucher mit dem potenziell größten Wert sowie Webtrends Ad Director, einer umfassenden Lösung für das unternehmenseigene Suchmaschinen-Marketing.

Pressekontakt:

eloquenza pr gmbH • svenja op gen oorth / anja klauck
phone +49 (0)89-24 20 38-0 • Webtrends@eloquenza.de

Die Lösungskomponenten:



Webtrends Analytics 8.5 optimiert die Kommunikation und Performance für alle Online-Initiativen und Webseiten. Durch exaktes Messen kann das Engagement der Besucher und somit die Konvertierungsrate gesteigert werden. Die neue Version der Analyselösung verfügt über ein flexibleres Reporting, das für alle Mitarbeiter zugänglich ist.



Webtrends Visitor Intelligence gibt einen tiefen Einblick in das Kundenverhalten und ermöglicht so die bessere Abstimmung auf die Geschäftsstrategie. Umfassende, interaktive Dashboards und on-the-fly-Reports machen Visitor-Metriken schnell zugänglich; gutlaufende Kampagnen ebenso wie Bereiche mit Optimierungspotenzial können einfach ausgemacht werden.



Webtrends Score misst den „Wert“ eines jeden Kunden unabhängig von der Konversion. Anhand des Online-Verhaltens wird festgestellt, an welchem Content oder Produkt der Website-Besucher besonders interessiert ist. Somit können Kampagnen besser auf die Zielgruppe angepasst werden, z.B. anhand von personalisierten E-Mails bzw. Websites oder Offline-Direktmarketing.



Webtrends Ad Director maximiert die Konversionsrate und die Umsätze mittels einer einzigartigen Self Learning-Technologie, die eine unbegrenzte Anzahl an SEM-Variablen mit maximaler Geschwindigkeit und Genauigkeit bearbeiten kann. Die Lösung verwaltet, optimiert und erweitert alle Investitionen ins Suchmaschinenmarketing in Echtzeit und netzwerkübergreifend.

Pressekontakt:

eloquenza pr gmbH • svenja op gen oorth / anja klauck
phone +49 (0)89-24 20 38-0 • Webtrends@eloquenza.de