

$$IDF_i = \lg\left(1 + \frac{N_D}{N_i}\right)$$

Inverse-Document-Frequency für den Term i innerhalb des definierten Dokument-Korpus.

Anzahl aller Dokumente im zu betrachtenden Dokument-Korpus

Anzahl aller Dokumente in denen der **Term i** vorkommt.

$$w_{i,j} = \frac{\lg(TF_{i,j} + 1)}{\lg(L_j)} * \lg\left(1 + \frac{\sum_{i=1}^n R_{i,j}}{N_i}\right)$$

Gewichtung eines Terms i im Dokument j

Häufigkeit des Term i im Dokument j .

Anzahl aller Terme im Dokument j .

Anzahl aller Dokumente in denen der **Term i** vorkommt.

Summe aller Dokumente in der Datenbank, die alle Terme i_n enthalten, welche im Dokument j vorkommen.

$$w_{i,j} = \frac{\lg(TF_{i,j} + 1)}{\lg(L_j - (TF_{i,j} * (tc - 1)))} * \lg\left(1 + \frac{R_{1,j} \cup R_{2,j} \cup \dots \cup R_{n,j}}{N_i}\right)$$

Gewichtung eines Terms i im Dokument j

Anzahl aller Terme im Dokument j .

Häufigkeit des Term i im Dokument j .

Anzahl der Einzeltermine der Term-Kombination

Anzahl aller Dokumente in denen der **Term i** vorkommt.

Vereinigungsmenge aller Resultate in der Datenbank, die alle Terme i_n enthalten, welche im Dokument j vorkommen.

Termgewichtung WDF*IDF

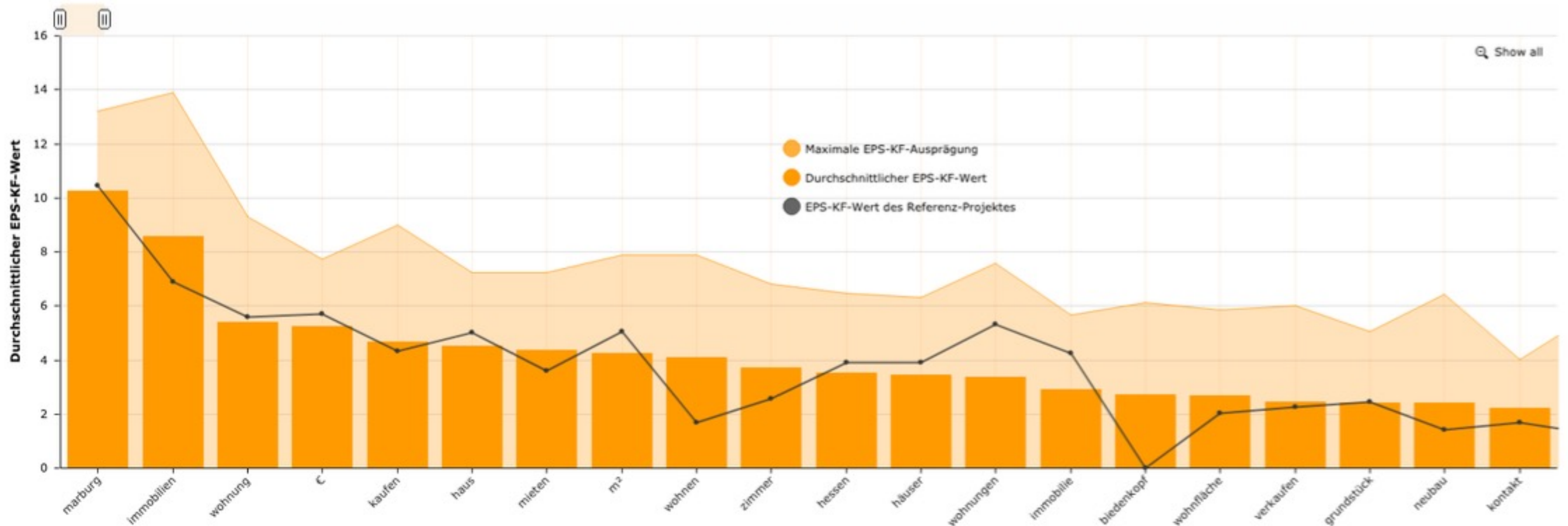
Bedeutung für SEO

WDF*IDF untersucht die für ein bestimmtes **Keyword** am besten rankenden **Webseiten** auf das Verhältnis der dort vorkommenden **Begriffe** hin und vergleicht diese mit der eigenen Website.

SEO Ranking-Faktoren

Content is KING

Analyse nach der Optimierung:




SEO Ranking-Faktoren

Geld und Leistungen bei Pflegegrad 1

Hilfsbedürftige mit Pflegegrad 1 sind noch weitgehend selbstständig und können sich i. d. R. noch gut selbst versorgen und ihren Alltag in vielen Bereichen ohne fremde Hilfe bewältigen. pflege.de erklärt Ihnen im Folgenden, welche Leistungen Menschen mit Pflegegrad 1 zustehen. So haben Versicherte mit Pflegegrad 1 Anspruch auf monatliche Betreuungs- und Entlastungsleistungen, Zuschüsse zu Pflegehilfsmitteln und dem Hausnotruf sowie zur Wohnraumanpassung.⁽²⁾

ANZEIGE



Ihre Hilfsmittel. Ohne Zuzahlung.

Kein Rezepthandling, keine Zuzahlung, keine Grenzen. Ihre Vorteile mit SmartHomecare:

- ✓ Monatlich bis zu 10 € sparen
- ✓ Lieferung innerhalb von 48 Stunden
- ✓ Freie Produktauswahl

[Jetzt entdecken](#)

Widerspruch

RATGEBER

Pflegegrad abgelehnt?
Widerspruch einlegen!

[Mehr lesen](#)

Keywords

Keywords (Global)

454.706

Keywords (Deutschland)

336.821

Know

Do

SEO Ranking-Faktoren

FACHLICH KOMPETENT

ÄUSSERST FLEXIBEL

ABSOLUT ZUVERLÄSSIG

KONTAKT 089 / 219 09 84 11

 SEOKRATIE

LEISTUNGEN ▾

REFERENZEN ▾

ÜBER UNS ▾

WISSEN ▾



Der perfekte SEO-Text: Fantasie oder erreichbare Wirklichkeit?

Inhalt

Was ist ein SEO-Text?

Keywords

Keyworddichte / Keyword Density

WDF * IDF

Und wie geht das jetzt mit den Keywords?

Keywords in Auszeichnungen und Listen

Keywords und Bilder

Aufbau des SEO-Textes

Überschriftenstruktur

Keywords in Überschriften

Absätze und Sprungmarken

Tabs und ausklappbare Texte

Schriftart und Schriftfarbe

Wie lang muss ein SEO-Text sein?

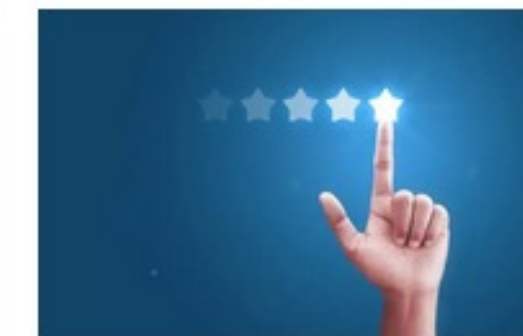
Und das gehört auch noch dazu!

Was ist ein SEO-Text?

Eigentlich verabscheue ich das Wort „SEO-Text“. Diesem Begriff heimelt immer etwas „schmuddelig Billiges“ an. Ich denke, das liegt daran, dass vielen (auch mir) bei dem Begriff „SEO-Text“ automatisch ein liebloser, mit extrem vielen Keywords überfüllter Text durch den Kopf schwirrt, der null Mehrwert bietet. Dabei eigentlich völlig zu Unrecht! Grundsätzlich ist ein SEO-Text nämlich eigentlich nur genau das, was sein Name



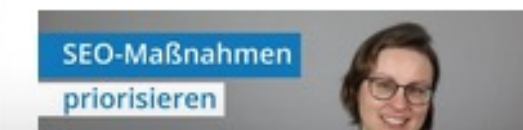
Cornerstone Content: Bau Dein Content-Fundament für bessere Rankings



Sind Google-Bewertungen SEO-relevant? So beeinflussen sie Dein Ranking



Cookie-Consent-Banner aus SEO-Sicht



SEO-Maßnahmen priorisieren





Search Engine Advertising (Beispiel: Google Ads)

Grundstruktur

Wo sind Google Ads zu finden?



Pflegeimmobilie als Kapitalanlage

Alle News Shopping Videos Bilder Mehr

Ungefähr 384.000 Ergebnisse (1)

Kapitalanlage Pflegeim

Anzeige www.iby-invest.de/k

Clevere Entscheidung im Immo Ratgeber jetzt herunterladen. E Lukrative Investition. Unabhäng

Pflegeimmobilie Bad E

Anzeige www.dasinvest.de/

Zukunftssichere Investition - H Angebote · Über uns · Infothek

Kapitalanlage Pflegeim

Anzeige www.pflegeimmobili

Jetzt vom kompetenten Experte Kapitalanlage. 34 Jahre Erfah Pflegeimmobilie Kaufen · Kont

Investieren in Pflegeim

Anzeige www.marktplatz-pfle

Wir beraten sie bei Pflegeimm Kaufen · Verkaufen · Kontakt

FILTER

Mit 7.000€ eine Wohnung kaufen? So geht's

7.000€ Kaufpreis

Interview Dominik Konrad

Full-Service Immobilien erklärt

2018! finanzring

Das sollten Sie wissen!

Pflegeimmobilien als Kapitalanlage

Pflegeimmobilie als attraktive Ka

<https://pflegeobjekt.de/>

Pflegeimmobilie | Wir beraten Sie zum TI Kapitalanlage . Tel. +49 (202) 769 156 20.



sichtlagerbox kaufen

Alle Shopping Bilder Maps News Mehr Einstellungen Tools

Ungefähr 80 Ergebnisse (0,50 Sekunden)

KAISER+KRAFT Online Shop | Sichtlagerboxen Kaufen | kaiserkraft.de

Anzeige www.kaiserkraft.de/ 0800 1008267

Sichtlager- und Regalkästen frei Haus und mit 3 Jahren Garantie! Sichtlagerkästen - praktischsten Lösungen zum Lagern oder Transportieren von Kleinteilen. Trusted Shops Garantie.

PP-Sichtlagerkästen

Sichtlagerkästen aus Polypropylen. Garantierte Qualität

Stahlblech-Lagerkästen

Sichtlagerkasten aus Stahlblech in großer Auswahl

Sichtlagerbox Kaufen? | Kruizinga.de | B2B Lieferant

Anzeige www.kruizinga.de/sichtlagerbox 039292 579991

Jetzt günstige ab €0,51. Ihr Spezialist für Kunststoff. Stapelbare Sichtlagerkästen. 40.000m2 Lager. Regal-Konfigurator. EU-Versand. Optionen: Neu, Gebrauch.

Jetzt für 2,29€ kaufen | Sichtlagerbox | Schaefer-Shop.de

Anzeige www.schaefer-shop.de/

Günstige Staffelpreise, Top-Marken, aktuelle Angebote. Nur für Geschäftskunden. Made in Germany.

Sichtlagerkästen | Direkt Online Bestellen | utzgroup.de

Anzeige www.utzgroup.de/ 0800 7242305

Einfache Und Klar Strukturierte Systematik Bei Der Lagerung Von Kleinteilen. garantierte Lieferzeit.

Sichtlagerboxen günstig kaufen | eBay

<https://www.ebay.de> > ... > Sichtlagerboxen

Ergebnissen 1 - 48 von 1940 - Top-Angebote für Sichtlagerboxen online entdecken bei eBay. ... Sie

verliert in Umfragen

Die Aussagen des Juso-Chefs Kevin Kühnert wirken sich

ROLLER.de

Kampagne Displaynetzwerk

Kampagne Google-Shopping

sichtlagerb... ansehen

Anzeigen

hünersdorff Sichtlagerkasten 0,56 € büroshop24 +3,99 € Versand Von smec	Sichtlagerbox Stapelboxen 0,75 € ab-in-die-box.de +6,99 € Versand Von Google	Industriebox Regalkästen 1,80 € ab-in-die-box.de +6,99 € Versand Von Google
allit - Sichtbox grau Gr.2 0,81 € Toolineo +4,49 € Versand Von smec	Sichtlagerkasten aus Polypropylen 30,82 € kaiserkraft.de Versand gratis Von Google	STIER Sichtlagerkästen 2,11 € Contorion.de +5,95 € Versand Von Adference...

Finde deinen Frühlings-Look mit Toni Garrn

Grundstruktur

Cost-per-Click, Tagesbudget & Monatliche Ausgaben

- Gezahlt wird i.d.R. **pro Klick auf die Google Anzeige**
- Pro Kampagne wird **ein Tagesbudget festgelegt**, was der Kampagne für Klicks zu Verfügung steht
 - Das Tagesbudget kann an starken Tagen **um bis zu 20%** oder mehr überschritten werden
- Pro Monat fallen aber nie mehr Kosten an als das durchschnittliche Tagesbudget * die durchschnittliche Anzahl an Tagen pro Monat (30,4)

Rechenbeispiel:

<i>Tagesbudget:</i>	<i>30,00 €</i>
<i>Durchschnittlicher CPC:</i>	<i>0,30€</i>
<i>Klicks:</i>	<i>ca. 100 Klicks pro Tag möglich</i>
<i>Monatliches Budget:</i>	<i>$30,00 \text{ €} * 30,4 = 912,00 \text{ €}$</i>



Google Ads: Suchnetzwerk-Kampagnen

Suchnetzwerk-Kampagnen



Seo



[Alle](#) [News](#) [Bilder](#) [Videos](#) [Bücher](#) [Mehr](#)

Suchfilter

Ungefähr 903.000.000 Ergebnisse (0,82 Sekunden)

Anzeige · <https://www.sitegeist.de/>

SEO-Optimierung von unseren zertifizierten Experten · sitegeist

Mit uns gewinnen Sie Sichtbarkeit für Ihren Online-Auftritt. Kontaktieren Sie uns jetzt! Mit effektiven Maßnahmen und größter Leidenschaft bringen wir Sie zu langfristigem Erfolg.

Was wir tun

Wir entwickeln digitale Welten Ihre Full-Service-Agentur

Wer wir sind

Online Marketing in Hamburg Wir machen die Zukunft möglich

Anzeige · <https://www.seofamily.de/>

SEO Suchmaschinenoptimierung - Festpreis ab 290 Euro mtl.

Mit Ihrer Website bei den Suchmaschinen auf Seite 1. Monatlich kündbar. Zahlung auf...

Anzeige · <https://www.pmagentur.com/>

SEO für Ihre Website - Ganzheitliche SEO Strategie

Erfahrene **SEO** Spezialisten aus Hamburg verhelfen Ihnen zu mehr Traffic. Jetzt kontaktieren

Anzeige · <https://www.rankingcoach.com/>

Ihre Website ganz oben - SEO einfach selber machen -

Seo optimierung einfach und ohne jede Vorkenntnisse - Nur jetzt: Kostenlose Version



Suchmaschinenoptimierung

Suchmaschinenoptimierung – englisch search engine optimization – bezeichnet Maßnahmen, die dazu dienen, die Sichtbarkeit einer Website und ihrer Inhalte für Benutzer einer Websuchmaschine zu erhöhen. [Wikipedia](#)

Tipps

Grundlagen

Gründe

Kriterien

Suchnetzwerk-Kampagnen

Netzwerke, Standorte, Sprachen, Zielgruppen

Eine **Kampagne SEARCH** kann

- Im **Google-Netzwerk** und **Partnernetzwerk** geschaltet werden
- Auf bestimmte **Standorte** oder **Sprachen** ausgerichtet werden
- Nur für **bestimmte Zielgruppen** ausgespielt werden bzw. sind individuelle Gebotsanpassungen für bestimmte Zielgruppen möglich



Prüfplaketten für 2019 | Etiketten made in Germany

Anzeige www.etiketten.shop/Prüfplaketten ▼ 06401 210952530

Individuelle Prüfplaketten für Ihren Betrieb. Jetzt einfach online bestellen! Express-Versand mit UPS.

Zahlung auf Rechnung. eigene Produktion. frei Haus ab 50€.

Versandkosten und Zahlung · Jahresprüfplakette · Plakette Nächster Termin · Prüfplaketten

Suchnetzwerk-Kampagnen

Budget und Gebote

- Das **Tagesbudget** wird pro Kampagne festgelegt
 - Das Budget kann über den Tag verteilt **gleichmäßig oder beschleunigt** verbraucht werden
- Es stehen verschiedene **Gebotsstrategien** zur Verfügung (automatisch & manuell)

Best Practice: Automatische Gebotsstrategien sollten auch kritisch hinterfragt werden. Google hat andere Interessen als wir!

Suchnetzwerk-Kampagnen

Werbezeitplaner

Der **Google-Werbezeitplaner** erlaubt es, **Anzeigen nur an bestimmten Tagen** (z.B. nur Werktagen) oder Tageszeiten auszuspielen. Dies ist besonders im B2B-Bereich sehr sinnvoll.

<input type="checkbox"/> Datum und Uhrzeit ↑	Gebotsanp.	Klicks	Impr.	CTR	Durchschn. CPC	Kosten	Conversions	Kosten / Conv.	Conv.-Rate
<input type="checkbox"/> Montags, ganztägig	–	2.272	95.334	2,38 %	2,28 €	5.187,24 €	42,87	120,99 €	1,89 %
<input type="checkbox"/> Dienstags, ganztägig	+10 %	2.775	102.155	2,72 %	2,54 €	7.034,96 €	63,50	110,79 €	2,29 %
<input type="checkbox"/> Mittwochs, ganztägig	+10 %	2.923	103.331	2,83 %	2,45 €	7.168,42 €	47,77	150,07 €	1,63 %
<input type="checkbox"/> Donnerstags, ganztägig	–	2.442	96.686	2,53 %	2,30 €	5.616,71 €	59,00	95,21 €	2,42 %
<input type="checkbox"/> Freitags, ganztägig	–	1.994	84.229	2,37 %	2,31 €	4.614,60 €	49,13	93,92 €	2,46 %
<input type="checkbox"/> Samstags, ganztägig	-60 %	335	36.146	0,93 %	0,75 €	250,90 €	7,00	35,84 €	2,09 %
<input type="checkbox"/> Sonntags, ganztägig	-60 %	412	46.366	0,89 %	0,71 €	293,93 €	1,00	293,93 €	0,24 %

Suchnetzwerk-Kampagnen

Keywords

Wie finde ich **sinnvolle Keywords** für meine Kampagnen?

- Eigene Ideen → Brainstorming
- Ähnliche Suchanfragen (Google Suggest)
- Google Trends
- Google Keywordplanner oder Übersuggest



● **etikettendrucker**
Suchbegriff

Ähnliche Suchanfragen zu etikettiergerät

etikettiergerät **dymo**

etikettiergerät **aldi**

etikettiergerät **präegerät**

etikettiergerät **staples**

etikettiergerät **schwarz**

etikettiergerät **für kleidung**

etikettiergerät **test**

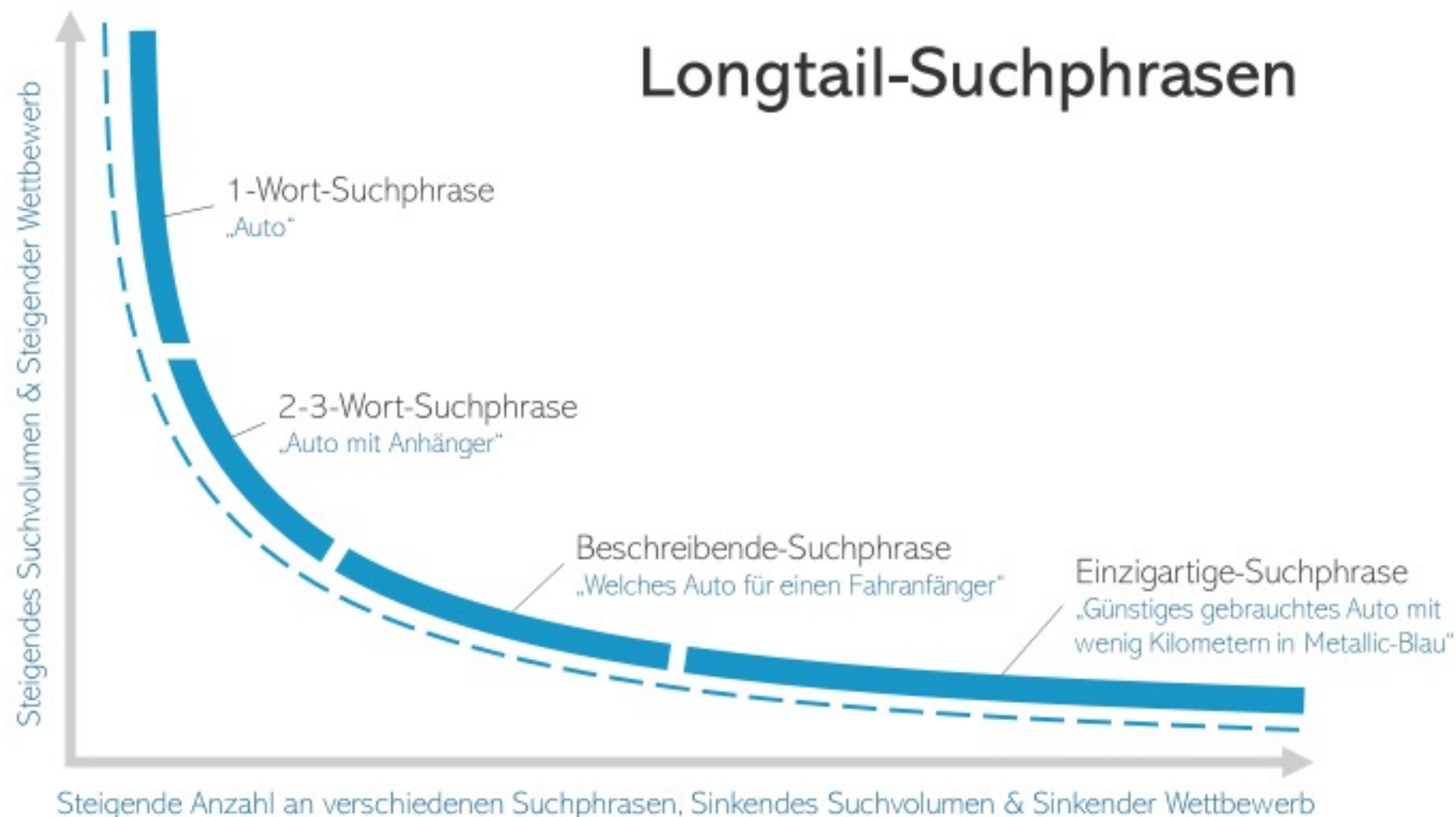
etikettiergerät **brother**

<input type="checkbox"/> Keyword (nach Relevanz) ↓	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat	Wettbewerb
Von Ihnen eingegebene Begriffe		
<input type="checkbox"/> etikettiergerät	6.600	Hoch
Keyword-Ideen		
<input type="checkbox"/> beschriftungsgerät	9.900	Hoch
<input type="checkbox"/> etikettiermaschine	1.900	Hoch
<input type="checkbox"/> dymo beschriftungsgerät	2.400	Hoch
<input type="checkbox"/> etikettierpistole	1.000	Hoch
<input type="checkbox"/> preisetiketten	1.000	Hoch
<input type="checkbox"/> etikettierer	1.000	Hoch
<input type="checkbox"/> hängeetiketten	590	Hoch

Suchnetzwerk-Kampagnen

Keywords

- Suchvolumen sollte weder zu groß noch zu klein sein
- Suchintention sollte möglichst klar sein, da sonst Budget verschwendet wird
- Long-Tail-Keywords bieten oftmals das beste Potenzial zwischen Traffic und potenzieller Conversion-Rate



Best Practice: Das potenzielle Keyword in die Google-Suche eingeben und prüfen, was für Ergebnisse angezeigt werden: informational, transactional, navigational, brand

Suchnetzwerk-Kampagnen

Keywords

Verboten:

Geschützte Markennamen oder Namen von Wettbewerbern / Wettbewerbsprodukten dürfen nicht in den eigenen Anzeigen auftauchen!

Auch nicht – ausversehen – durch Keyword-Platzhalter.

Erlaubt:

Es dürfen geschützte Markennamen oder Namen von Wettbewerbern / Wettbewerbsprodukten als Keywords hinterlegen, die dann eine Anzeigenauspielung auslösen, solange diese nicht in der Anzeige genannt werden.

The image shows two screenshots of Google search results. The first screenshot is for the search term 'shoptracker'. It shows a search bar with 'shoptracker' entered, a magnifying glass icon, and a navigation bar with 'Alle', 'News', 'Shopping', 'Bilder', 'Maps', 'Mehr', 'Einstellungen', and 'Tools'. Below the navigation bar, it says 'Ungefähr 60.700 Ergebnisse (0,39 Sekunden)'. The first search result is an advertisement for 'Aimondo' with the headline 'Suchst Du *Shoptracker*? | Teste Aimondo® jetzt GRATIS.' and a URL 'www.aimondo.com/'. The second screenshot is for the search term 'hausengel'. It shows a search bar with 'hausengel' entered, a magnifying glass icon, and a navigation bar with 'Alle', 'Bilder', 'Maps', 'News', 'Shopping', 'Mehr', 'Einstellungen', and 'Tools'. Below the navigation bar, it says 'Ungefähr 76.300 Ergebnisse (0,52 Sekunden)'. The first search result is an advertisement for 'linara.de' with the headline 'Liebevolle Pflege daheim | 24 Stunden Betreuung zu Hause | linara.de' and a URL 'www.linara.de/24h-Betreuung'.

Suchnetzwerk-Kampagnen

Keywords

Keyword-Operatoren zum Vermeiden von Streuverlusten:

- Weitgehend Passend (Broad Match): nike schuhe
 - nike sneaker
- Weitgehend Passend modifiziert (Modified Broad Match): +nike +schuhe
 - schuhe nike, nike schuh, nike gelber schuh kaufen, nike schuh rot
- Passende Wortgruppe (Phrase Match): „nike schuhe“
 - gelbe nike schuhe, nike schuhe kaufen
- Genau Passend (Exact Match): [nike schuhe]
 - nike schuhe

Best Practice: Regelmäßig die tatsächlichen Suchbegriffe durchgehen und auszuschließende Keywords setzen.

Suchnetzwerk-Kampagnen

Budget & Gebot

Wie wird die **Position einer Anzeige** im Suchnetzwerk bestimmt?



Kunde	max. CPC	Qualitätsfaktor	Anzeigenrang	Position
Kunde A	1,00	5	5	2
Kunde B	0,50	8	4	3
Kunde C	2,00	1	2	4
Kunde D	0,60	10	6	1

Suchnetzwerk-Kampagnen


Qualitätsfaktor


Aus welchen Faktoren setzt sich der **Qualitätsfaktor** eines Keywords zusammen:





Suchnetzwerk-Kampagnen


Anzeigentexte & Anzeigenerweiterungen


Textanzeige bearbeiten 


Finale URL 
<https://www.pflegeimmobilien.de/index.php4?cmd=13724127228372&ortna>


1. Anzeigentitel 
Pflegeimmobilie kaufen

2. Anzeigentitel 
Attraktive Rendite (bis zu 5%)

3. Anzeigentitel 
Bundesweites Angebot NEU

Angezeigter Pfad 
pflegeimmobilien.de / pflegeimmobilie / 2. Pfad

1. Textzeile 15/15 0/15 
Geldanlage in Pflegeimmobilien mit guter Rendite und erfahrenen Betreibern!

2. Textzeile 75/90 
Lassen Sie sich von unseren Pflegeimmobilien-Experten persönlich beraten! NEU

73/90

Best Practice:

- **Keyword am Anfang nennen**
- **Zeichenzahl ausnutzen, um flächige Anzeigen zu erstellen**
- **Call-to-Action**

Nicht erlaubt:

- Übermäßige oder nicht zweckmäßige Nutzung von Sonderzeichen
- Falsche Rechtschreibung
- Kapitälchen
- Emojis



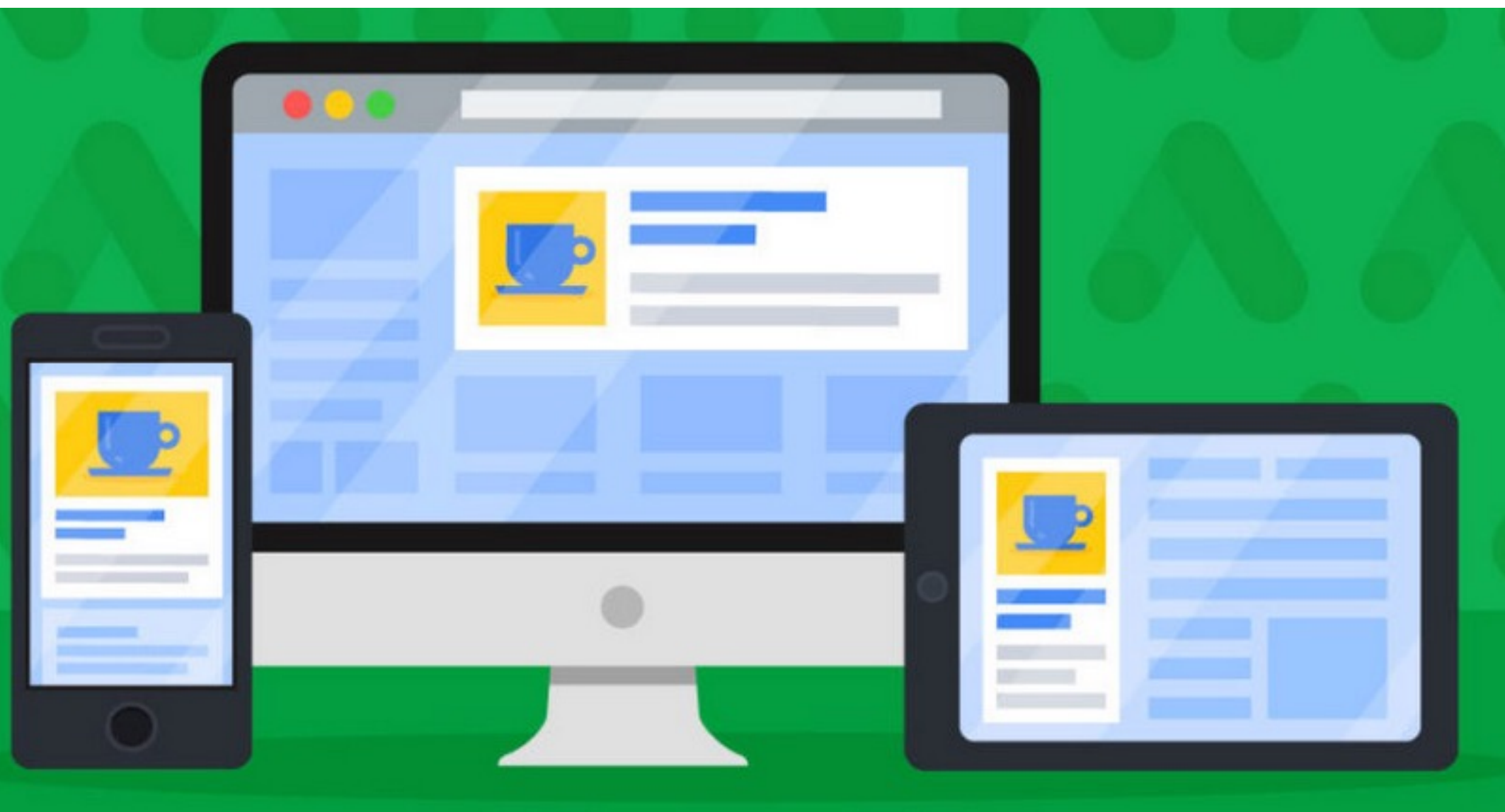
Google Ads: Display-Kampagnen

Display-Kampagnen

Responsive Display-Ads

Eine **Kampagne Display** kann

- Im **Google-Partnernetzwerk**, **Youtube** oder **Gmail** geschaltet werden
- In Kombination mit einer **Search-Kampagne** auftreten
- Auf bestimmte **Standorte** oder **Sprachen** ausgerichtet werden



Display-Kampagnen

Anzeigengruppen

Eine **Anzeigengruppe Display** besteht aus

- möglichen **Keywords** anhand derer thematisch passende Placements ausgewählt werden
- definierten **Zielgruppen**, für welche die Anzeigen relevant sind
- festgelegten **Placements**, die manuell bestimmt werden

Best Practice:

Die maximale Einblendungszeit von Display-Anzeigen kann manuell festgelegt werden.

Display-Kampagnen

Anzeigen

Denkmal-Display-Erfurt > Denkmal-Display-...

Finale URL
<https://www.estador.de/immobilien/Erfurt/denkmal>

Bilder und Logos
Mindestens ein Bild im Querformat und mindestens ein Bild im Quadratformat (Square) hinzufügen

Videos
(Optional) Sie können maximal 5 hinzufügen.

Anzeigentitel (bis zu 5)
Denkmal-ETW in Erfurt **HINZUFÜGEN**
21/30

Langer Anzeigentitel
Denkmalgeschützte Wohnungen in Erfurt mit ca. 74 % So **HINZUFÜGEN**
61/90

Beschreibungen (bis zu 5)
Kapitalanlage in denkmalgeschützte Wohnungen mit ca. 7 **HINZUFÜGEN**
86/90

Unternehmensname
ESTADOR GmbH
12/25

URL-Optionen für Anzeigen

WEITERE OPTIONEN

Anzeigeneffektivität **Durchschnitt** [Feedback geben](#)

Weiteres Vorgehen
Mit mehr Bildern steigern Sie Ihre Chancen auf eine bessere Leistung


Asset-Qualität
Bilder
Anzeigentitel
Beschreibungen

Vorschau
DISPLAYNETZWERK YOUTUBE GMAIL

Smartphone Desktop

Wichtige Anzeigenformate

Beispiel für Ihre Bildanzeige mit 320 x 568



The advertisement preview shows a smartphone screen with a photo of a historic apartment building. Below the photo is the ESTADOR logo, followed by the title 'Denkmal-ETW in Erfurt' and a description: 'Kapitalanlage in denkmalgeschützte Wohnungen mit ca. 74 % Sonder-AfA und ab 112.815 €.'

Display-Kampagnen

Themen & Placements

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Finanzen > Investitionen Aktien und Anleihen	Denkmal-Display-Erfurt	Aktiv	2.543	3.046.684	0,08 %	1,47 €	3.729,86 €	37,00	100,81 €	1,45 %	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Nachrichten Wirtschaftsmeldungen	Denkmal-Display-Erfurt	Aktiv	991	1.000.630	0,10 %	1,23 €	1.220,13 €	9,00	135,57 €	0,91 %	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Nachrichten > Wirtschaftsmeldungen Nachrichten aus den Finanzmärkten	Denkmal-Display-Erfurt	Aktiv	685	755.343	0,09 %	1,40 €	958,59 €	6,00	159,76 €	0,88 %	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Nachrichten > Wirtschaftsmeldungen > Unt... Betriebsergebnisse	Denkmal-Display-Erfurt	Aktiv	63	83.514	0,08 %	1,58 €	99,25 €	3,00	33,08 €	4,76 %	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Finanzen > Investitionen Immobilienfonds	Denkmal-Display-Erfurt	Aktiv	41	27.489	0,15 %	1,31 €	53,81 €	2,00	26,91 €	4,88 %	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Finanzen > Investitionen Währungen und Devisenkurse	Denkmal-Display-Erfurt	Aktiv	163	203.102	0,08 %	1,46 €	237,94 €	1,00	237,94 €	0,61 %	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	finanztreff.de	Website	Denkmal-Display-Erfurt	Aktiv	501	369.153	0,14 %	1,53 €	767,64 €	12,00	63,97 €	2,40 %
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	ariva.de	Website	Denkmal-Display-Erfurt	Aktiv	817	1.157.873	0,07 %	1,46 €	1.191,90 €	9,00	132,43 €	1,10 %
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	wallstreet-online.de	Website	Denkmal-Display-Erfurt	Aktiv	349	282.381	0,12 %	1,52 €	530,71 €	5,00	106,14 €	1,43 %
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	finanznachrichten.de	Website	Denkmal-Display-Erfurt	Aktiv	417	492.156	0,08 %	1,27 €	528,21 €	5,00	105,64 €	1,20 %
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	finanzen.net	Website	Denkmal-Display-Erfurt	Aktiv	375	847.454	0,04 %	1,52 €	569,70 €	5,00	113,94 €	1,33 %
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	focus.de	Website	Denkmal-Display-Erfurt	Aktiv	546	320.900	0,17 %	1,11 €	605,41 €	4,00	151,35 €	0,73 %
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	finanzen100.de	Website	Denkmal-Display-Erfurt	Aktiv	150	49.751	0,30 %	1,65 €	247,88 €	4,00	61,97 €	2,67 %



Marketplace Optimization (Beispiel: Amazon)

Marketplace Optimization: Amazon

Grundlagen der Marktplatzoptimierung (MPO)

- MPO: Alle Maßnahmen der Produktdarstellung, die darauf abzielen das organische Ranking im Amazon Marktplatz zu verbessern
- Amazon Suchmaschine A9: Die Produkte mit der höchsten Kaufwahrscheinlichkeit und Match zur Suchanfrage werden an prominenter Stelle platziert
- Im Gegensatz zu Google ist Amazon selber Verkäufer bzw. Provisionsempfänger
→ verdient bei jedem Einkauf
- Die Auffindbarkeit wird durch **Relevanz-Faktoren** und **Performance-Faktoren** bestimmt

Marketplace Optimization: Amazon

Relevanz-Faktoren

- Produktdaten müssen relevant gestaltet sein
- Keywords und Synonyme müssen sich in den Textfeldern (Titel, Produktbeschreibung, Bullet Points, Produktkategorisierung etc.) wiederfinden
→ besonders wichtige Keywords gehören in den Titel
- Tipp: Bindestriche verbinden, da ein Bindestrich wie ein „und“ gelesen wird
- Keywords hinterlegen
- Beachtung der Amazon-Styleguides

Marketplace Optimization: Amazon

Amazon-SEO: Amazon Ranking optimieren

- Gestaltung des Produkttitels
 - Bis zu 200 Zeichen (keine Zierzeichen)
 - Wichtigstes Keyword zu Beginn, relevante Informationen folgen
- Verwendung von Bullet Points (Attribute)
 - Verwendung relevanter Keywords, keine Romane
 - Vermeidung von Füllwörtern
 - Je Artikelseite alle 5 Bullet Points verwenden

- Bis zu 250 Zeichen, aufgrund von Lesbarkeit und Relevanz werden höchstens 80 Zeichen pro Bullet Point empfohlen



Knuffelwuff Hundebett Hundekissen Hundesofa Hundekorb waschbar Dreamline

Marke: Knuffelwuff

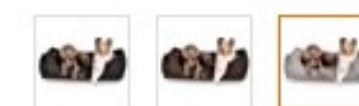
★★★★★ 1.744 Sternebewertungen | 94 beantwortete Fragen

Preis: 43,95 € (43,95 € / Stück)

Preise inkl. temporär gesenkter USt. – ggf. Variation an der Kasse je nach Lieferadresse. [Informationen](#) zur gesenkten USt. in Deutschland.

[Nutzen Sie Kauf auf Rechnung und bezahlen Sie erst im nächsten Monat.](#)

Farbe: **Grau**



Größe: **M-L 85 x 63cm**

M-L 85 x 63cm

XL 105 x 75cm

XXL 120 x 85cm

XXXL 155 x 105cm

- Sehr Robust und Kratzfest
- Abnehmbare Bezüge
- Formstabil
- Sehr einfach zu reinigen
- Hochwertiges Markenprodukt

[Weitere Produktdetails](#)

Für größere Ansicht Maus über das Bild ziehen



Marketplace Optimization: Amazon

EBC – Enhanced Brand Content

- Platzierung erweiterter Markeninhalte auf Produktdetailseiten für Seller und Vendoren
 - Präsentation der eigenen Marke
 - Zusätzlicher Text, Vergleichstabellen, hochauflösende Bilder und/oder Videos
 - Detaillierte Beschreibungen
- Markeneintragung für notwendig



Größer anzeigen

Robustes, pflegeleichtes Hundebett

Mit einer luxuriösen Bodenpolsterung von 16 cm liegt Ihr Vierbeiner auf diesem Hundebett nicht nur herrlich weich, sondern ist auch hervorragend vor Bodenkälte geschützt. Auch Zugluft während des Hundeschlafes gehört dank der hohen Seitenwände und der hohen Rückwand des Hundebettes ab sofort der Vergangenheit an.

Wie alle Hundebetten der Marke Knuffelwuff ist auch dieses aus hochwertigen Materialien gefertigt und sehr pflegeleicht. Die abnehmbaren Bezüge sind mit einem Reißverschluss ausgestattet und können bei 30 Grad in der Waschmaschine gewaschen werden. Die Unterseite besteht aus einem rutschfestem Dämmstoff.

- Modell: Finlay
- Obermaterial: Cordura
- Füllung: Schaumstofflocken
- Unterseite: Rutschfester Dämmstoff
- Separat erhältliche Ersatzbezüge



Himmlich weich und knuffelig
Für Ihr Haustier nur das Beste. Knuffelwuff sorgt sich um Ihre vierbeinigen Freunde und setzt auf Qualität und Komfort. Es erwarten Sie hochwertige Produkte, die den besonderen Kuschelfaktor für Ihr Haustier bieten. Sowohl Ihr vierbeiniger Freund als auch Frauchen oder Herrchen werden schlichtweg begeistert sein. Knuffelwuff Produkte werden frei von Schadstoffen nach deutschen Qualitätsstandards hergestellt.

Marketplace Optimization: Amazon

Performance-Faktoren

- Wichtigster Faktor ist die Anzahl der Verkäufe
- Produkte mit einem wettbewerbsfähigen Preis (inkl. Versandkosten) und schneller Verfügbarkeit rankt höher
- Amazon-Suchmaschine belohnt Produkte mit einem Vertrauensbonus (positive Bewertung)
- Bestseller-Badge: Bestes Produkt einer Kategorie (wird durch Amazon für Produkte vergeben, die sich besonders häufig verkaufen)

Bestseller



Unimet 366100 Eurobox
von Unimet

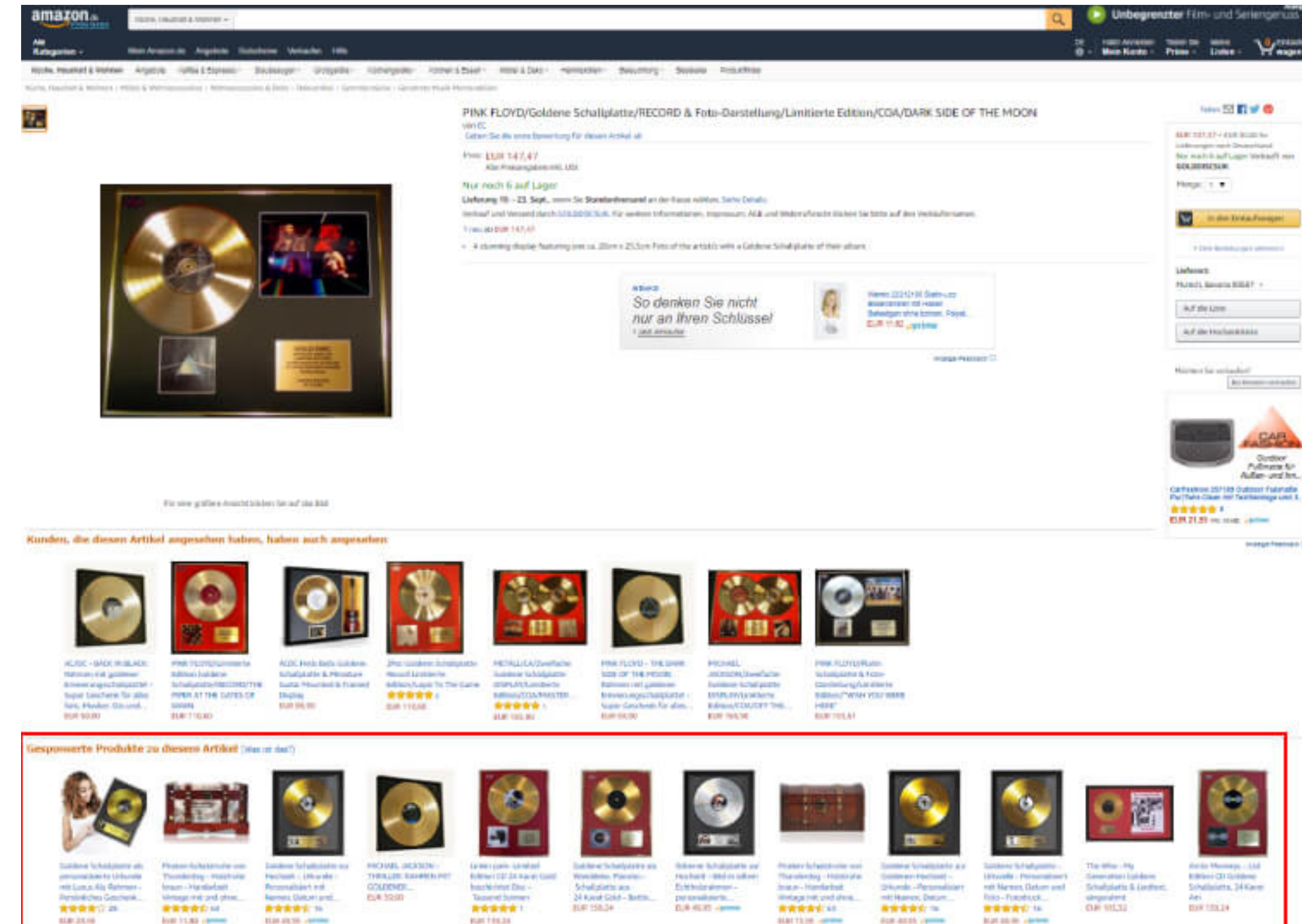
EUR 9,25

Andere Angebote
EUR 9,25 (10 neue Artikel)

Amazon Sponsored Products

Kostenpflichtige Produktwerbung auf Amazon

- Platzierung unter den Suchergebnissen oder auf Produktdetailseiten
- Klickstark, da sie sich kaum von einem organischen Ergebnis unterscheidet
- Die Landingpage ist eine Produktdetailseite
- Ausspielung erfolgt keywordgesteuert (weitgehend passend)
- Kontrolle über Budget und Zeitraum
- PPC (Pay-per-Click) → Klickpreise liegen weit unter dem Niveau von Google





Social-Advertising

Social Media Marketing

Organisches vs. bezahltes Social Media Marketing

Organisches SoMe Marketing

- Erarbeitung eines Redaktionsplans
 - Grundlage für regelmäßige Postings und User-Interaktionen
- Vorbereitung und Umsetzung von Postings
 - Posting-Text
 - Hashtags
 - Grafik

Bezahltes SoMe Marketing

- Targeting
- Auswahl geeigneter Anzeigenformate
- Planung & Umsetzung von Werbeanzeigen
- Monitoring & Reporting





Social Media Advertising

Facebook Marketing

Schaltung von Werbeanzeigen

The image shows a screenshot of a Facebook news feed. At the top, there is a search bar with the text 'Suche' and a magnifying glass icon. The user's name 'Tha Les' is visible in the top right corner. The left sidebar contains navigation options: News Feed, Messenger, Favoriten (with a list of favorite pages like 'Pen-and-Paper HH...'), and Entdecken (with options like 'Veranstaltungen', 'Marketplace', 'Gruppen', etc.).

The main content area features a sponsored advertisement from 247GRAD. The ad has a yellow background and the text: 'Schalte jetzt Facebook Ads um deine Reichweite im Social Network zu steigern! Jetzt sofort los!'. Below this is a large yellow box with the text 'Hier könnte Ihre Werbung stehen!'. Underneath the box, it says 'Jetzt Facebook Ads schalten! Los sofort ganz schnell, bevor sie ausverkauft sind!' and includes the website 'WWW.247GRAD.DE'. The ad has 3.4K likes, 251 comments, and 555 shares.

Below the ad is a post by Claudia Kniel, who is 'aufgeregt.' (excited). The post text reads: 'Gleich geht's los! Karneval ist nur einmal im Jahr!'. Below the text is a photo of two women smiling.

On the right side of the feed, there is a section for 'Deine Seite (1)' with a 'Werbeanzeige erstellen' button. Below this is a sponsored advertisement for an Amazon product: 'Rii 18 2.4GHz Wireless Kabellose Mini Tasta... amazon.de'. The ad features an image of the Rii 18 controller and the text 'amazon Bestseller'. Below the ad is another sponsored advertisement for 'Bierselect.de', featuring an image of beer bottles and the text 'Für echte Odin-Fans bierselect.de'. The ad description reads: 'Echter Bienenhonig, feinstes Malz und bester Hopfen sorgen beim Odin-Trunk der Brauerei FÜ...'. At the bottom right, there is a language selection menu with options: Deutsch, English (US), Türkçe, Español, and Português (Brasil). Below the language menu are links for 'Datenschutz', 'Impressum/AGB/NetzDG', 'Werbung', 'Datenschutzinfo', 'Cookies', and 'Mehr'. The footer of the page reads 'Facebook © 2018'.

Facebook Marketing

Zielgruppenselektion



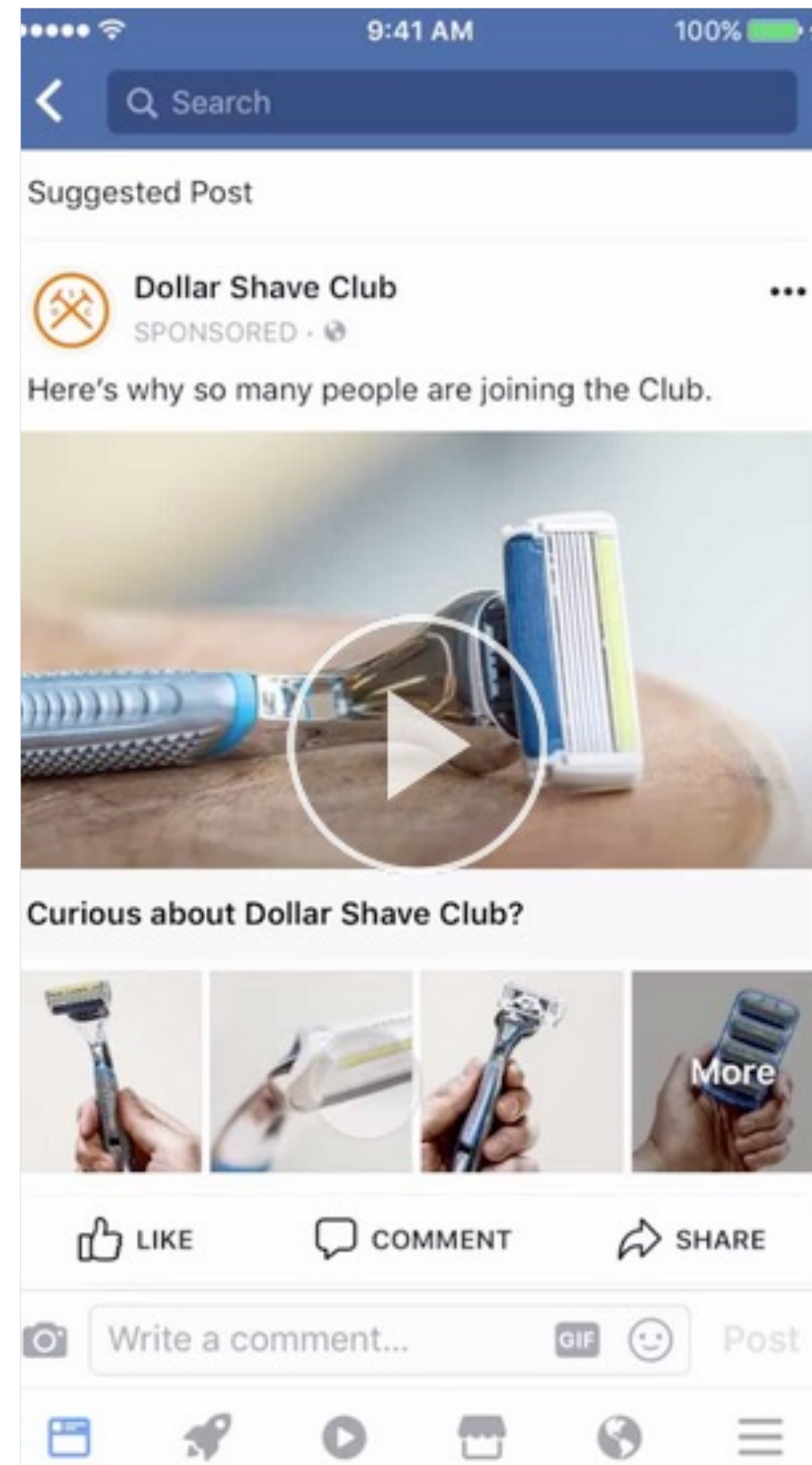
Core Audiences

Targeting-Optionen

- Demografische Informationen
 - Alter
 - Geschlecht
 - Beziehungsstatus
 - Beruf
 - Bildungsstand
- Standort
- Interessen
- Verhalten
 - Kaufverhalten
 - Gerätenutzung

Facebook Marketing

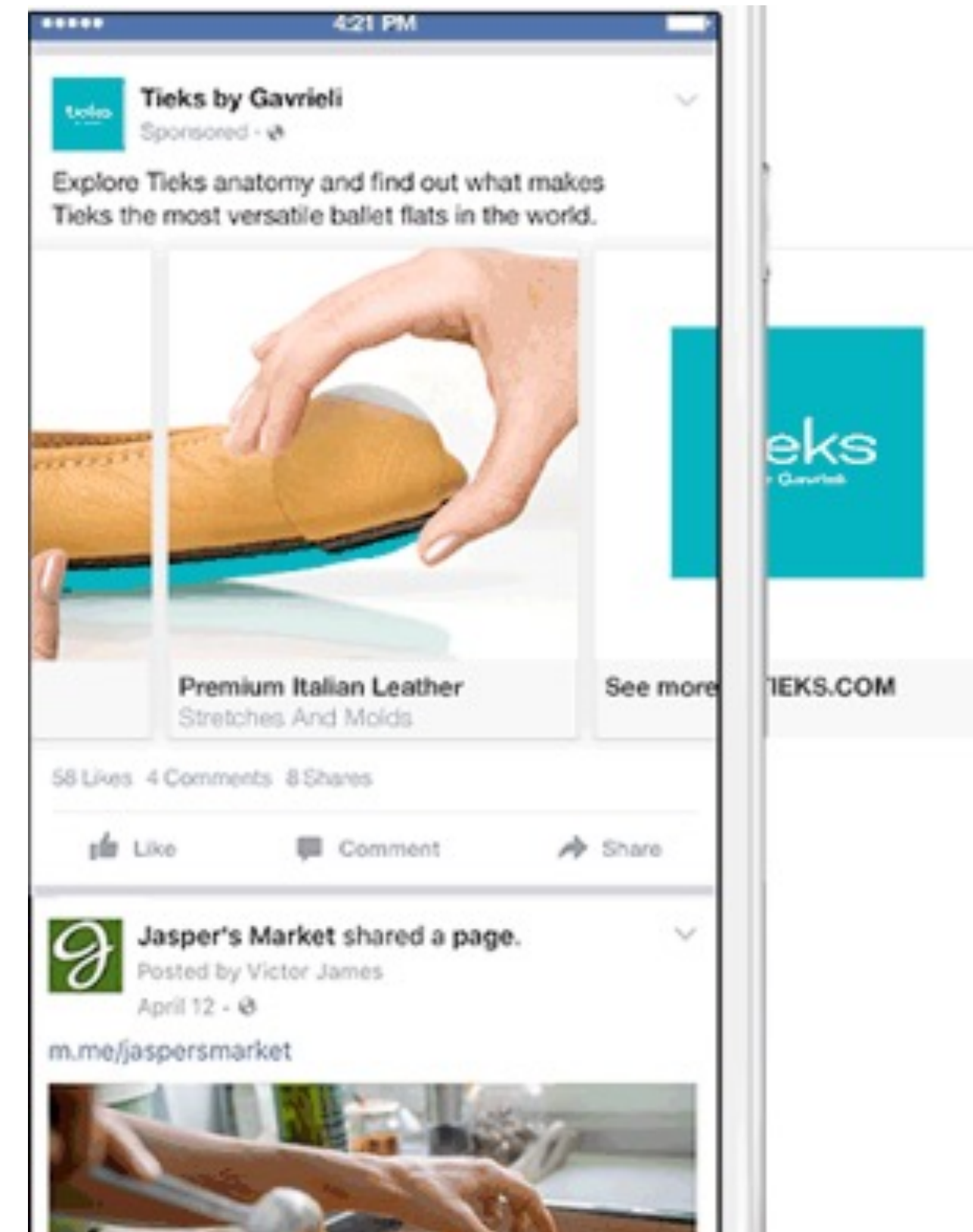
Anzeigenformate auf Facebook



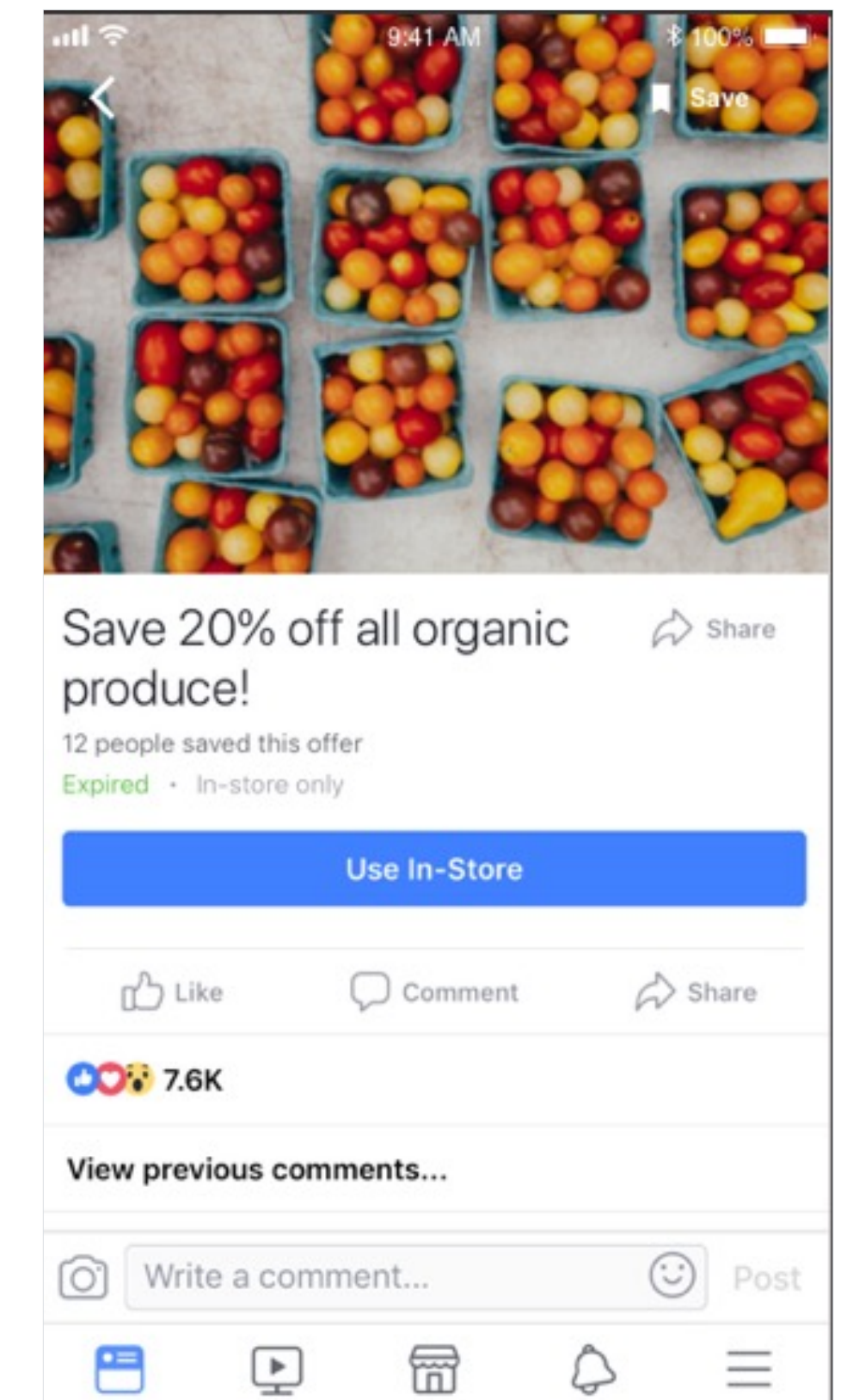
Collection-Ad



Canvas



Karussell



Offer Ad



XING vs. LinkedIn

XING



Xing

Übersicht

- Reichweite: 16 Mio. Nutzer in der DACH-Region
- Geeignet zur Unternehmensdarstellung, Recruiting und Vernetzung im deutschsprachigen Raum
- Zielgruppenspezifisches Targeting
→ 8 Targetingoptionen
- Tagesbudgetierung per CPC (Cost-per-Click) oder CPI (Cost-per-Impression)
- Mindestbuchungsvolumen für Display-Ads 4.000 €

Branchenverteilung



27%

IT, Finanzen, Handel

19%

Industrie

18%

Andere

17%

Dienstleistungen

8%

Medien

6%

Verkehr, Pharma & Baugewerbe

5%

Beratung

Xing

Zielgruppendifinition

Tätigkeitsfeld	Karrierestufe	Branche	
Administration	Student / Absolvent	Banken / Versicherungen	
Beratung / Consulting	Jobeinsteiger bis max. 3-5 Jahren Berufserfahrung	Baugewerbe	
Customer Service	Angestellter mit mind. 3-5 Jahren Berufserfahrung	Beratung	
Einkauf und Logistik	Führungskraft / Manager / Supervisor/ Group Head	Dienstleistungen	
Finanzen und Controlling	Selbstständiger / Geschäftsführer / Unternehmer	Handel	
Forschung und Entwicklung	Freiberufler / Jobsuchender / Beamter	Hochschule	
Gesundheit und Medizin	Im Ruhestand	Industrie	
Grafik, Design und Architektur		IT Sektor	
Ingenieurwesen		Medien	
IT und Softwareentwicklung		Medizin / Pharma	
Marketing und Werbung		Öfftl. Dienst	
Personalwesen und HR		Produktion	
PR und Öffentlichkeitsarbeit		Reise	
Produktion und Handwerk		Telekommunikation	
Produktmanagement		Verkehr	
Projektmanagement			
Prozessplanung und Qualitätssicherung			
Recht			
Unternehmensentwicklung			
Vertrieb und Handel			
	Jobtitel	Unternehmensgröße	
	Business (Entscheider)	Einzelunternehmung	
	Controller	2 - 10	Mitarbeiter
	Einkäufer	11 - 50	Mitarbeiter
	Finanzexperten	51 - 20	Mitarbeiter
	IT (Entscheider)	201 - 500	Mitarbeiter
	Marketing (Entscheider)	501 - 1000	Mitarbeiter
	Medienberater	1.001 - 5.000	Mitarbeiter
	Personalentscheider	5.001 - 10.000	Mitarbeiter
	Projektmanager	> 10.000	Mitarbeiter
	Sales Manager		
	Softwareentwickler		
	Unternehmensberater		
		Region (Geo-basierte User-ID)	
		D-A-CH	
		Bundesländer, Städte	
		Altersgruppe	
		< 20 Jahre	40-49 Jahre
		20-29 Jahre	> 50 Jahre
		30-39 Jahre	
		Geschlecht	
		Weiblich	Männlich





LinkedIn

Übersicht

- Reichweite: 610 Mio. Nutzer weltweit, 13 Mio Nutzer in der DACH-Region
- Vernetzung mit internationalen Entscheidungsträgern
- Zielgruppenspezifisches Targeting → 16 Targetingoptionen
- Tagesbudgetierung per CPC (Cost-per-Click) oder CPI (Cost-per-Impression)
- Mindesttagesbudget von 10 €



LinkedIn

Zielgruppendifinition

Wählen Sie genaue Kriterien aus, um Ihr Zielpublikum zu definieren.

Firmenname



Branche



Firmengröße



Jobbezeichnung



Tätigkeitsbereich



Karrierestufe



Hochschulen



Studienfächer



Abschlüsse



Kenntnisse



Gruppen



Geschlecht



Alter



Jahre an
Berufserfahrung



Unternehmens-
Follower



Unternehmenskontakte





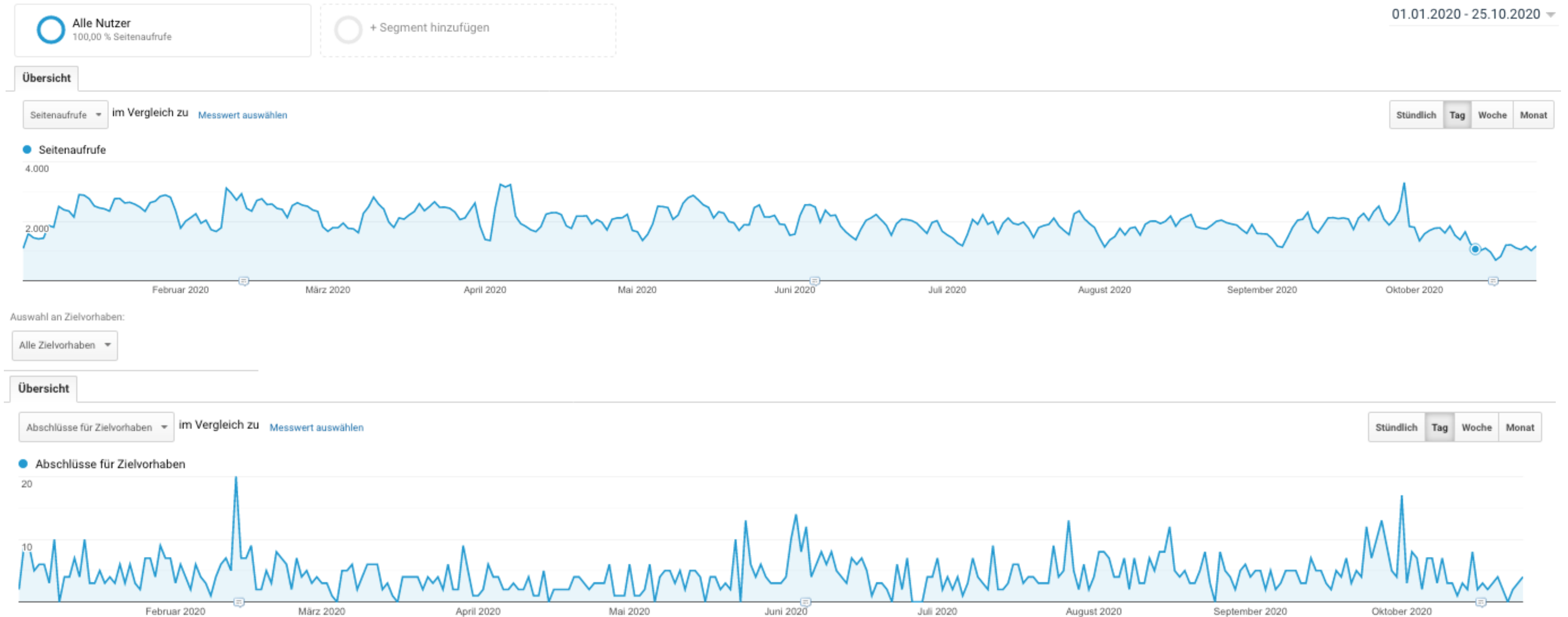
Tracking & Targeting

Tracking-Anbieter
Keine Werbung
ohne Messung



Google Analytics Tracking

Keine Werbung ohne Messung



Abschlüsse für Zielvorhaben
1.329

Zielvorhabenwert
0,00 €

Rate der Zielvorhaben-
Conversion
0,30 %

Gesamtausstiegsrate
0,00 %

Projektanfrage - trp-2019-07-03
(Abschlüsse für Zielvorhaben 1)
1.108

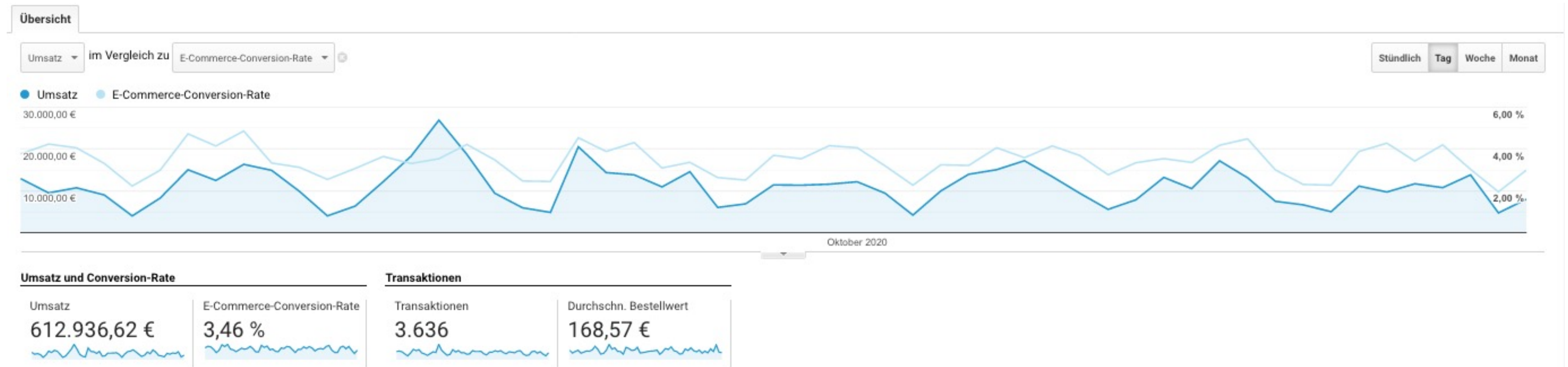
Kontaktformular -
trp-2019-07-03 (Abschlüsse für
Zielvorhaben 2)
79

Newsletter Anmeldung - trp
2019-08-27 (Abschlüsse für
Zielvorhaben 5)
142

Whitepaper-Download - trp
2020-10-13 (Abschlüsse für
Zielvorhaben 7)
0

Google Analytics Tracking

Keine Werbung ohne Messung



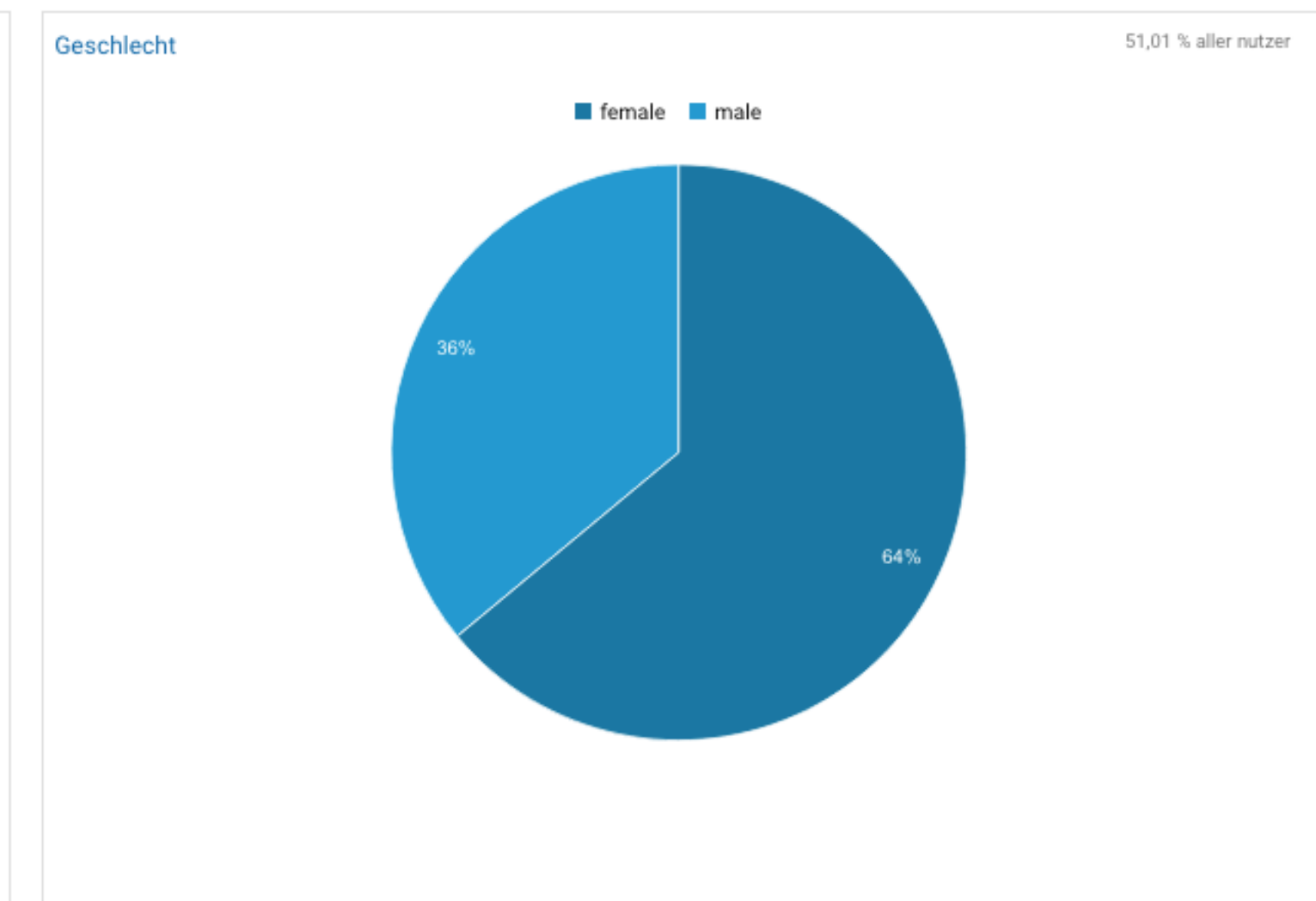
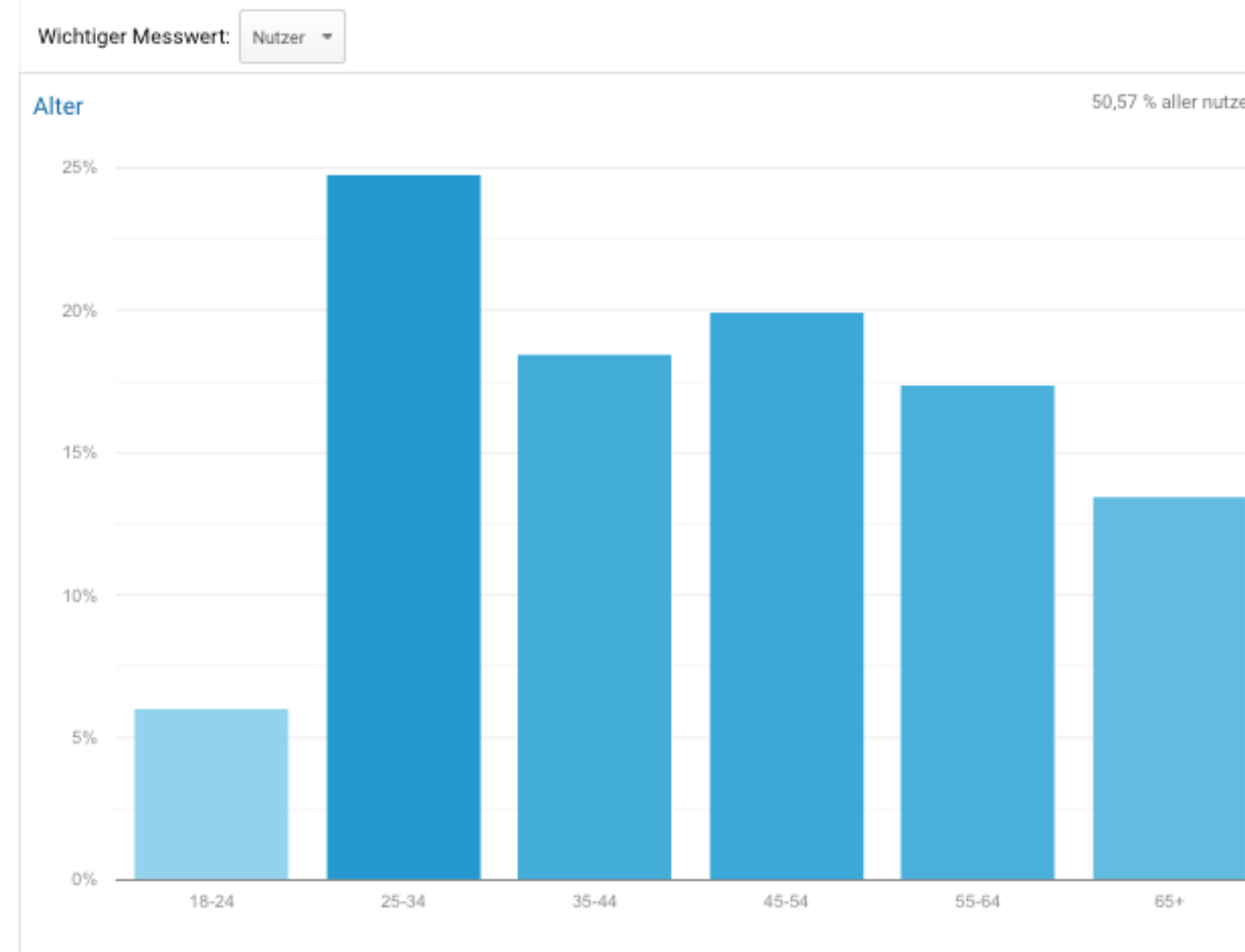
- E-Commerce Tracking gibt Aufschluss über Umsätze zu bestimmten Kampagnen
- Mit Trichter-Funktion können Stellen für Warenkorb-Abbrecher identifiziert werden

Google Analytics Tracking

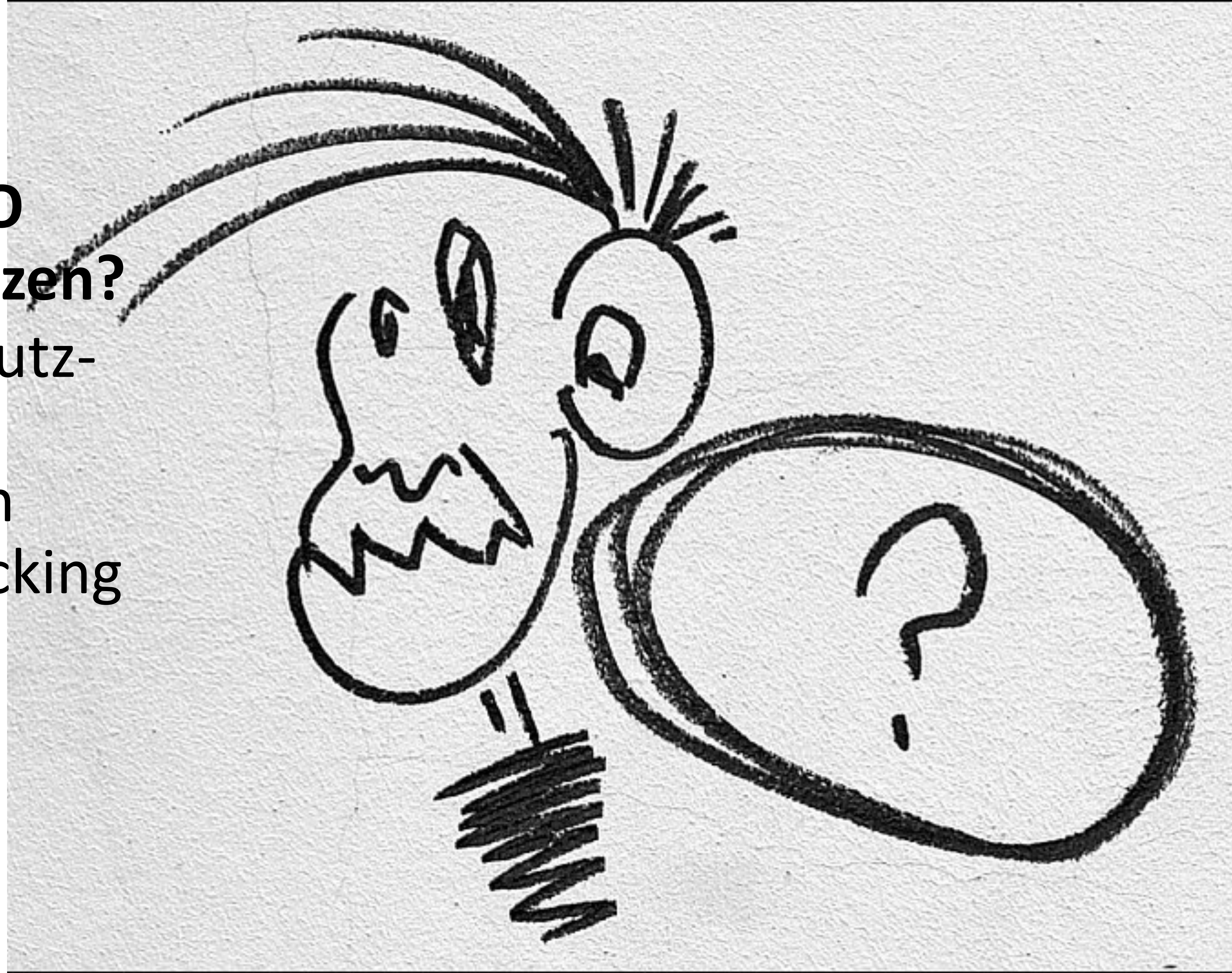
Keine Werbung ohne Messung

- Informationen zu den Usern der Website / Shops
- Basis für Marketing-Aktionen
- Ausgangsbasis für Remarketing

Browser ?	Akquisition			Verhalten		
	Nutzer ? ↓	Neue Nutzer ?	Sitzungen ?	Absprungrate ?	Seiten/Sitzung ?	Durchschnittl. Sitzungsdauer ?
	4.289 % des Gesamtwerts: 100,00 % (4.289)	3.794 % des Gesamtwerts: 100,00 % (3.794)	5.146 % des Gesamtwerts: 100,00 % (5.146)	59,93 % Durchn. für Datenansicht: 59,93 % (0,00 %)	1,98 Durchn. für Datenansicht: 1,98 (0,00 %)	00:02:00 Durchn. für Datenansicht: 00:02:00 (0,00 %)
1. Chrome	1.640 (38,23 %)	1.416 (37,32 %)	2.080 (40,42 %)	56,25 %	2,13	00:02:17
2. Android Webview	852 (19,86 %)	746 (19,66 %)	938 (18,23 %)	73,03 %	1,54	00:01:12
3. Safari	657 (15,31 %)	614 (16,18 %)	813 (15,80 %)	57,32 %	1,94	00:01:51
4. Firefox	339 (7,90 %)	300 (7,91 %)	406 (7,89 %)	45,32 %	2,54	00:03:30
5. Edge	258 (6,01 %)	239 (6,30 %)	284 (5,52 %)	53,17 %	2,15	00:02:03
6. Samsung Internet	234 (5,45 %)	203 (5,35 %)	286 (5,56 %)	61,89 %	1,97	00:01:54
7. Internet Explorer	102 (2,38 %)	80 (2,11 %)	123 (2,39 %)	60,16 %	1,98	00:01:52
8. UC Browser	82 (1,91 %)	82 (2,16 %)	82 (1,59 %)	93,90 %	1,00	<00:00:01
9. Safari (in-app)	62 (1,45 %)	57 (1,50 %)	64 (1,24 %)	84,38 %	1,14	00:00:19
10. Opera	37 (0,86 %)	33 (0,87 %)	40 (0,78 %)	55,00 %	2,42	00:02:53



**Tracking DSGVO
konform einsetzen?**
Neue Datenschutz-
regelungen
erschweren den
Einsatz von Tracking





**Vom Website-Besucher
zum Kunden**

Customer Journey

Zielgruppen: Veränderte Kaufentscheidungen erfordern richtige Wertangebote

Studie von CEB/Gartner aus 2015

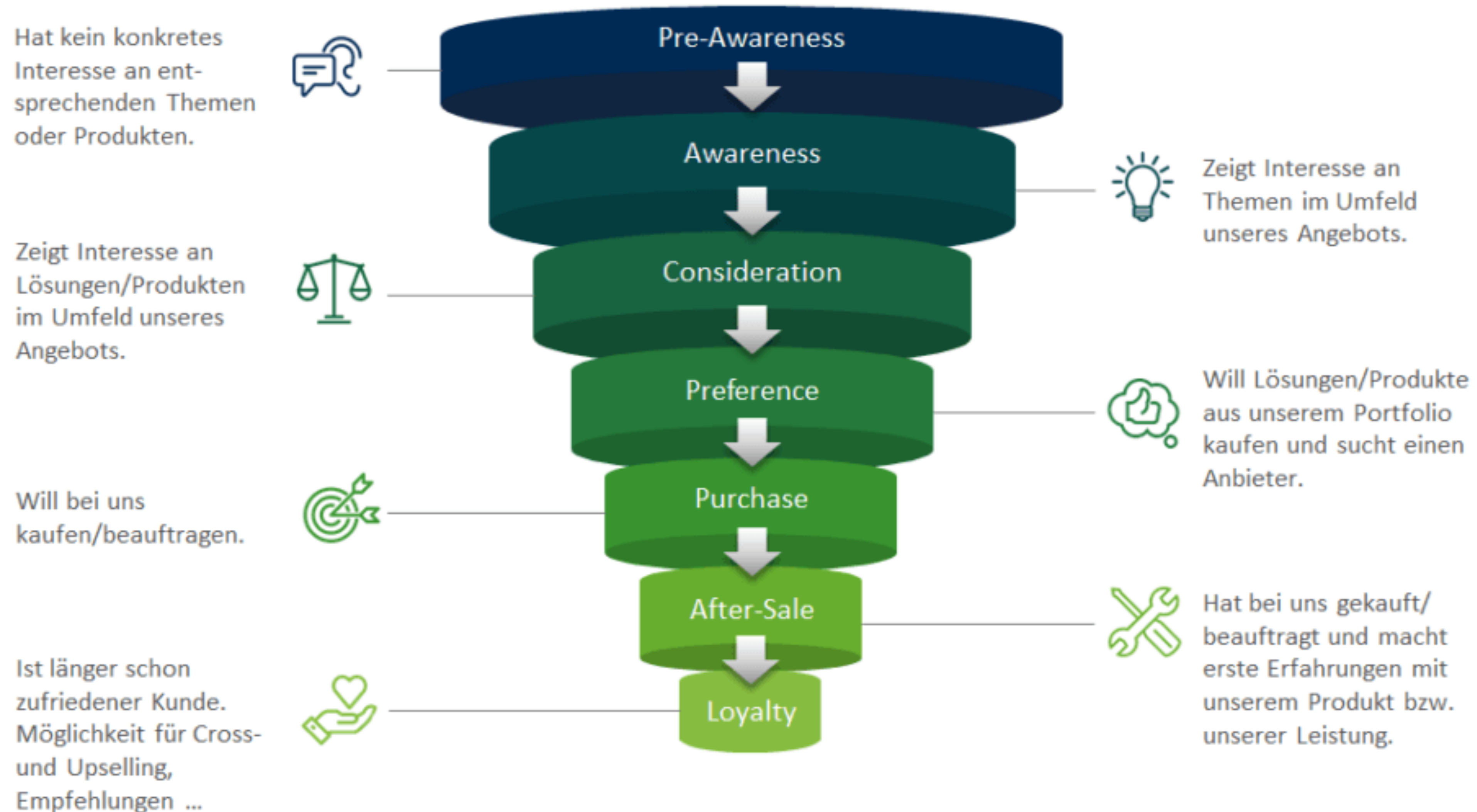
- **57% des B2B-Kaufprozesses ist bereits vor dem ersten Vertriebskontakt abgeschlossen – Tendenz steigend**
- Vertrieb hat immer später und damit immer weniger Einfluss auf die Kaufprozesse
- Interessenten informieren sich immer stärker vorab und bilden sich bereits eine Meinung

Erfordernis

Für die Zielgruppe relevante, nutzenstiftende Wertangebote schaffen (Unterstützung der Zielgruppe über vollst. Kaufprozess)

Customer Journey

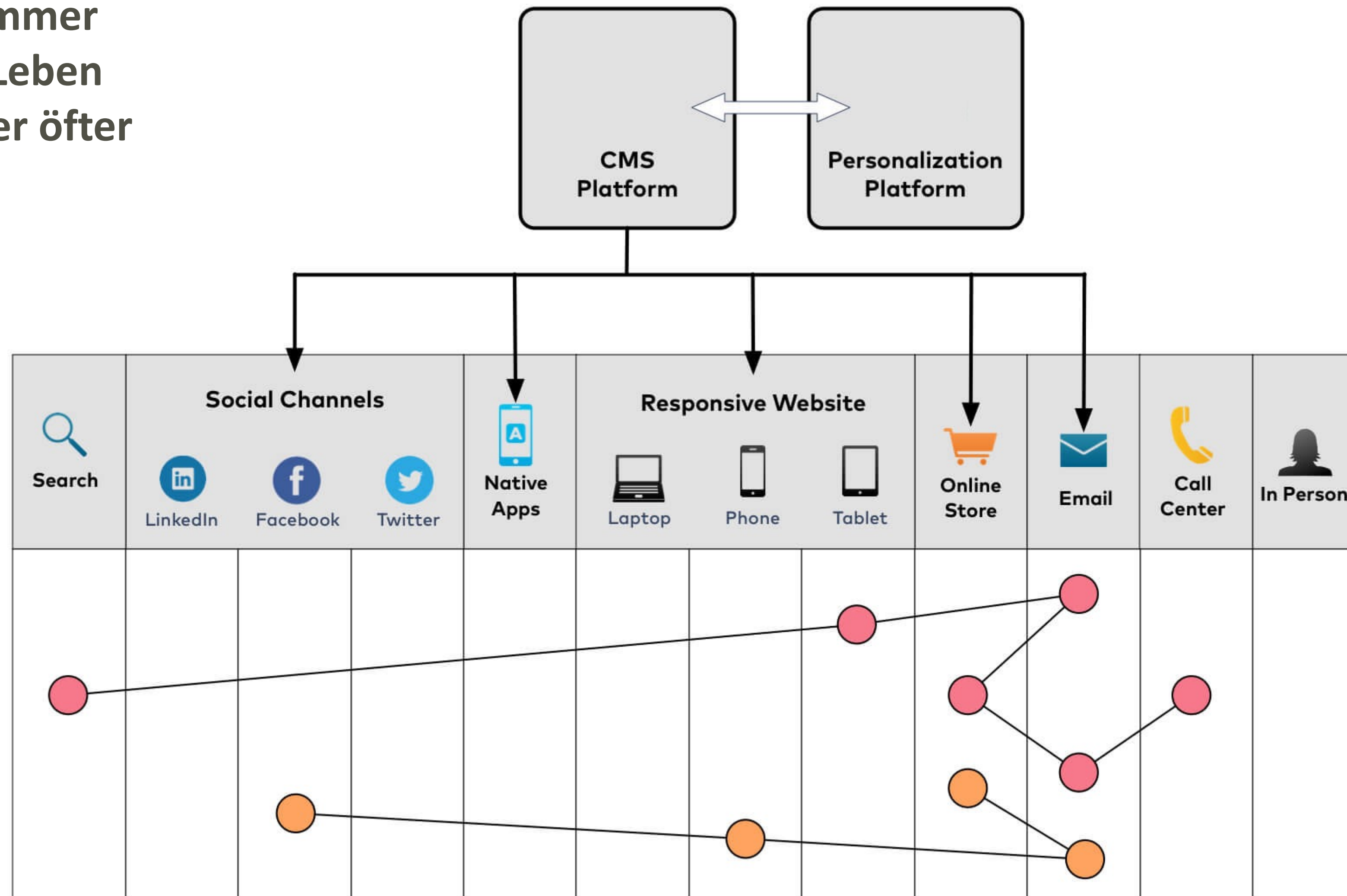
Zielgruppen: Veränderte Kaufentscheidungen erfordern richtige Wertangebote



Customer Journey

Zielgruppen: Veränderte Kaufentscheidungen erfordern richtige Wertangebote

Man sieht sich immer
zweimal im Leben
– oder besser öfter



Customer Journey

Wertangebot für typische Anforderungen der Zielgruppen

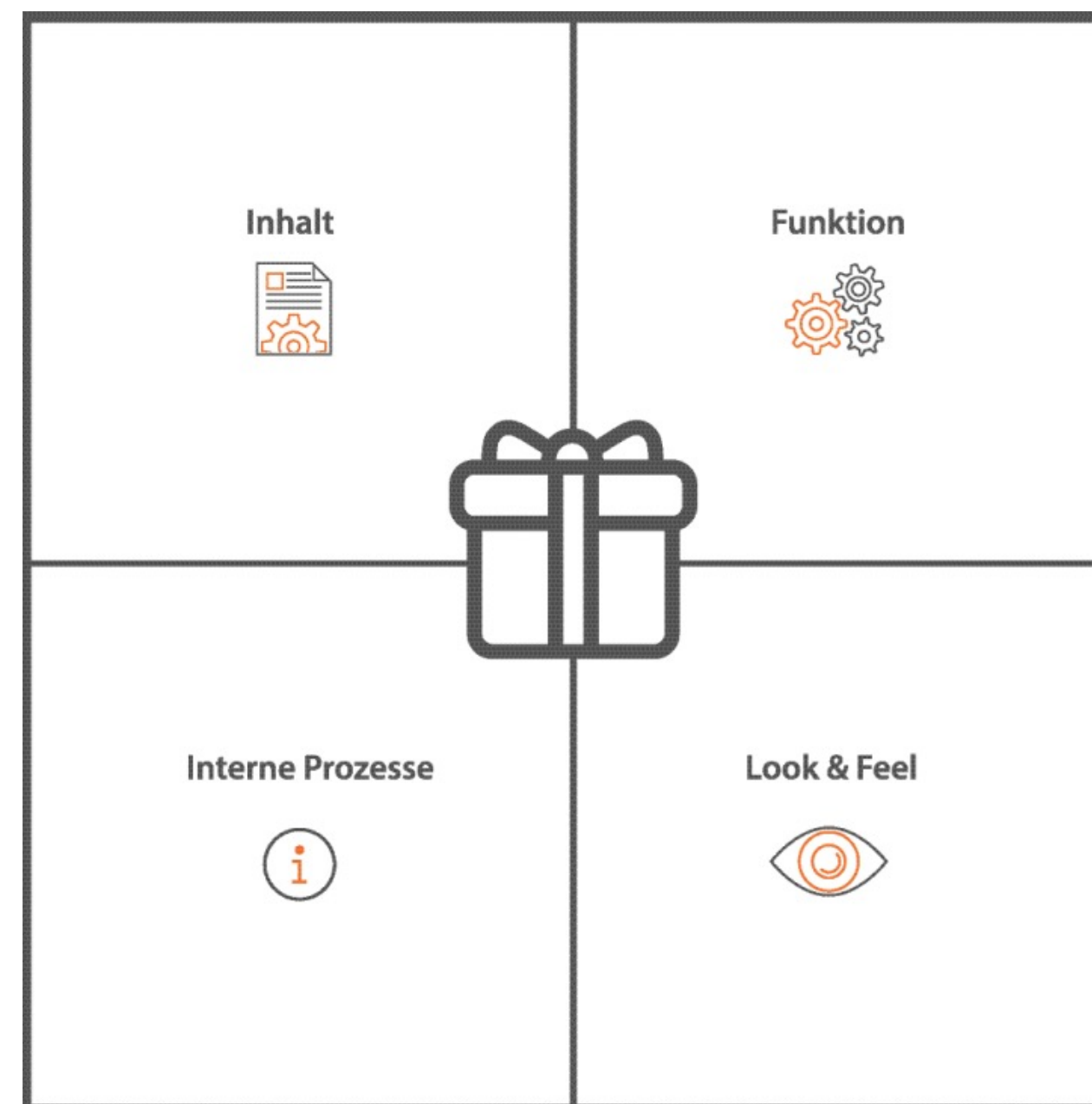
Produktanwender

Fachhändler

Architekt

Mitarbeiter

Versandhändler



Inspiration in
Entwurfsphase

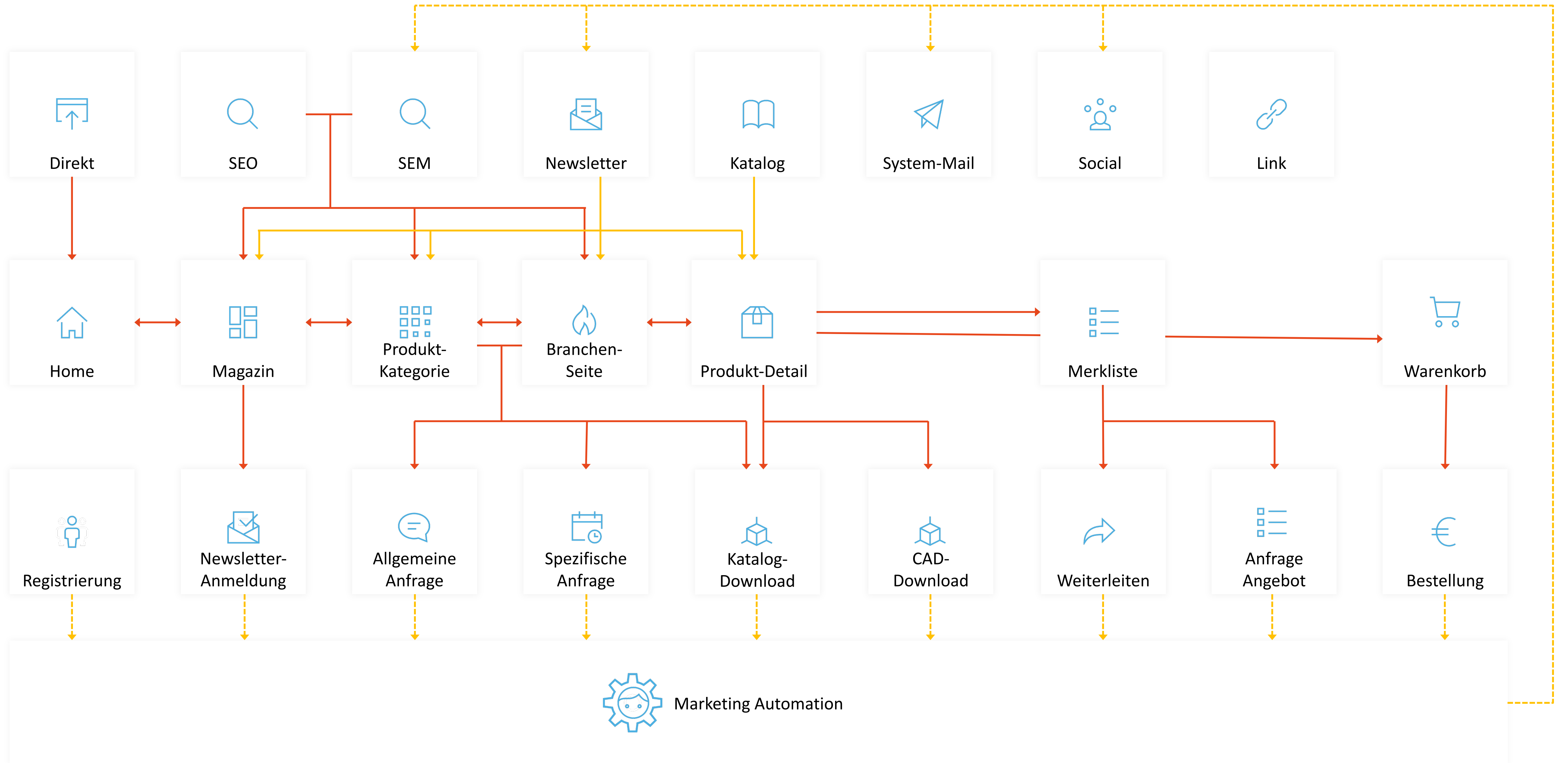
Erstellung Planung
(Maße, Gesetz,...)

Unterstützung
Kundenentscheidung

Angebotskalkulation

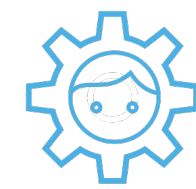
Klärung Rückfragen
seitens Endkunde

Customer Journey

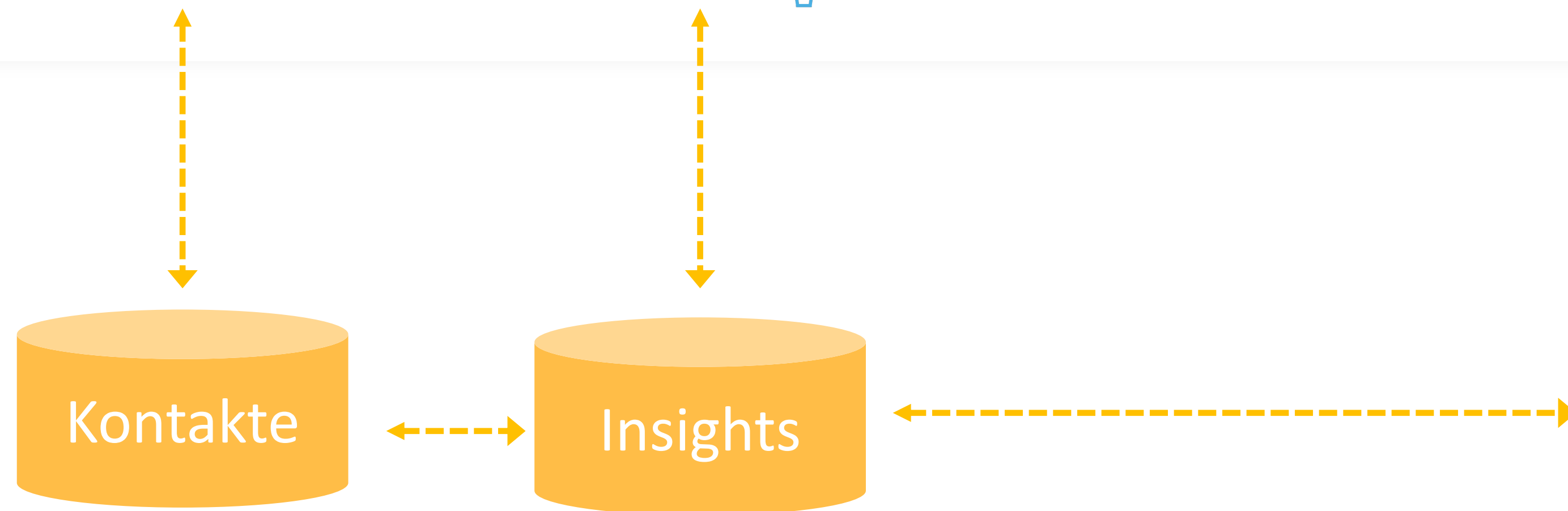


Customer Journey

Regelbasiertes Newsletter-Marketing mit MailCenter



Marketing Automation Level I



- Einwilligungs-Management
- Segmentierung

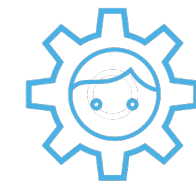
- Content
- Engagement
- Location

E-Mail-Workflows, die an bestimmte Trigger geknüpft sind, z. B. Zeit, Content und weitere Konditionen

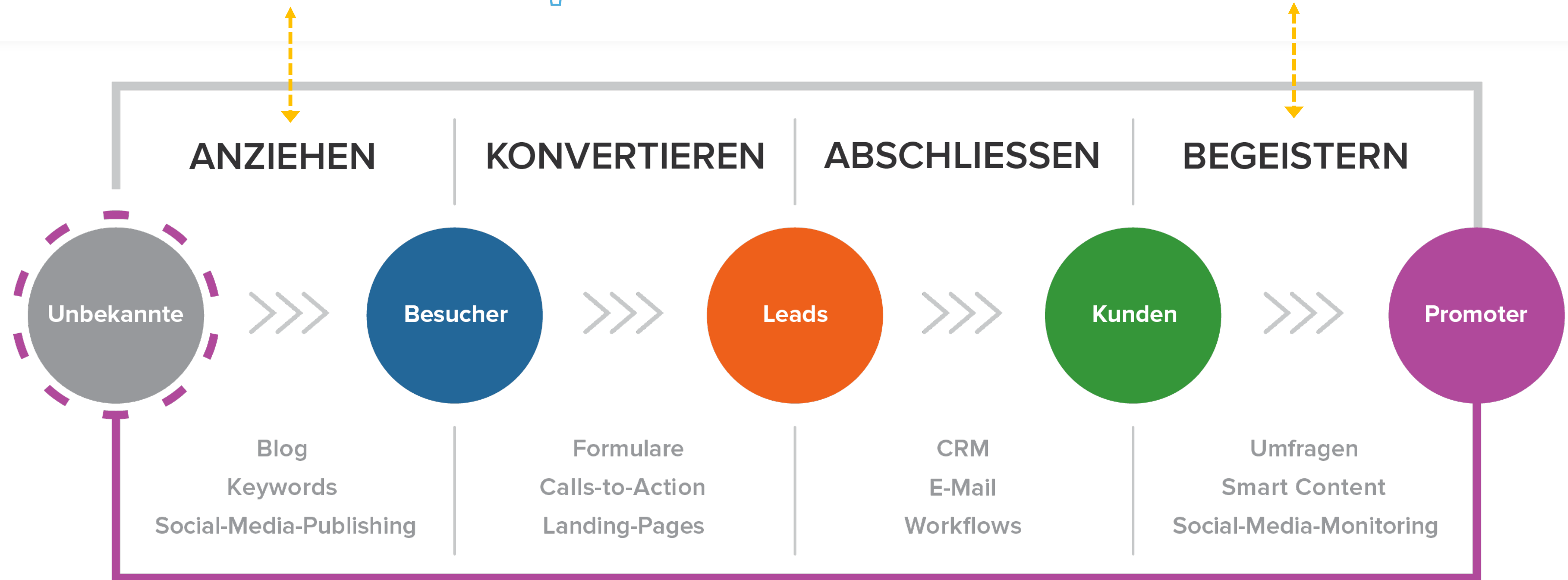


Automated Journeys

Customer Journey



Marketing Automation Level II



Bewusstseinsphase

Überlegungsphase

Entscheidungsphase

Servicephase

After-salesphase

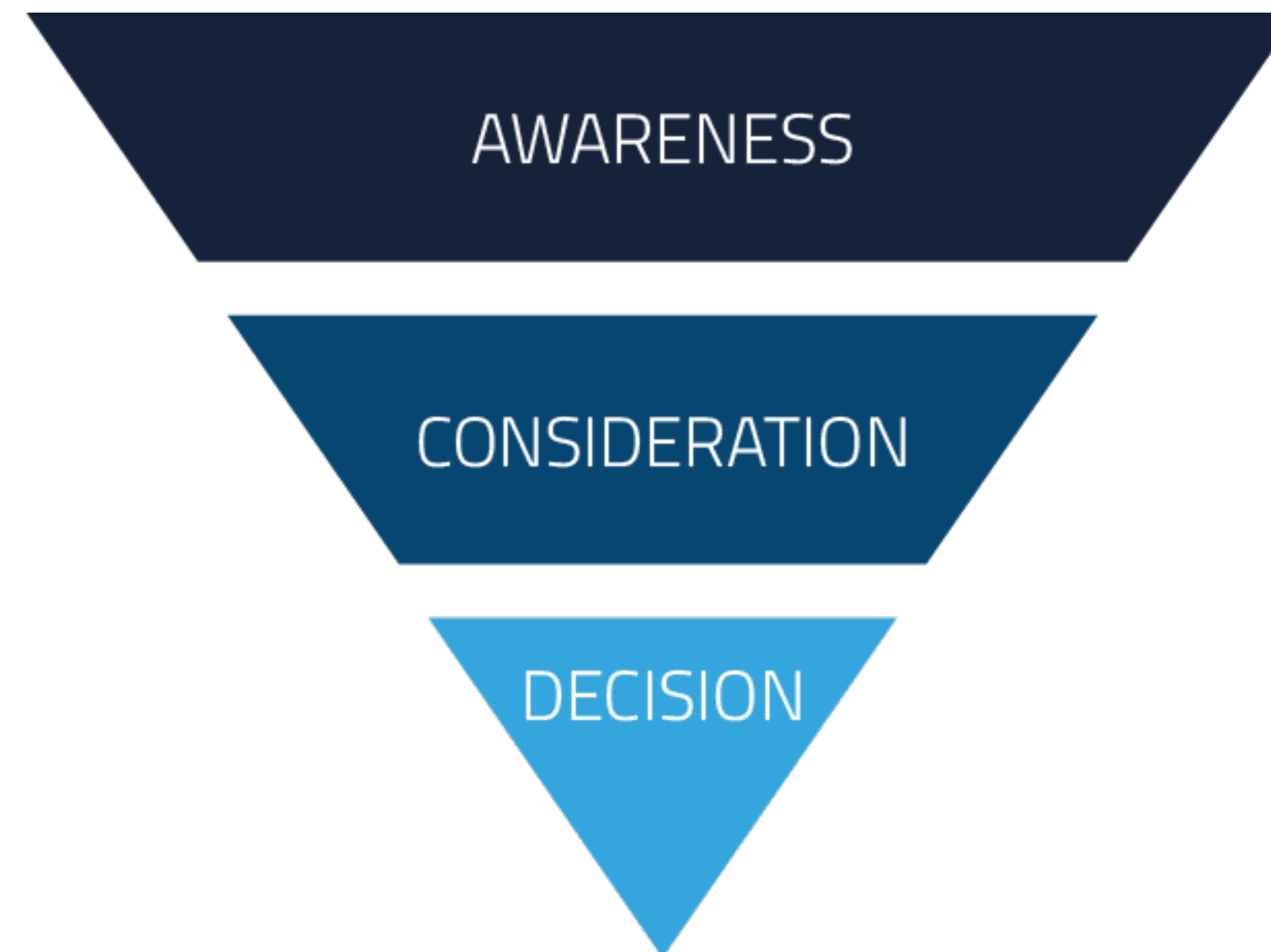


Marketing-Automation

Marketing Automation

Herausforderung: Was will der Nutzer eigentlich?

- Welche Themen sprechen ihn an?
- Wie kaufbereit ist er bereits?



Marketing Automation



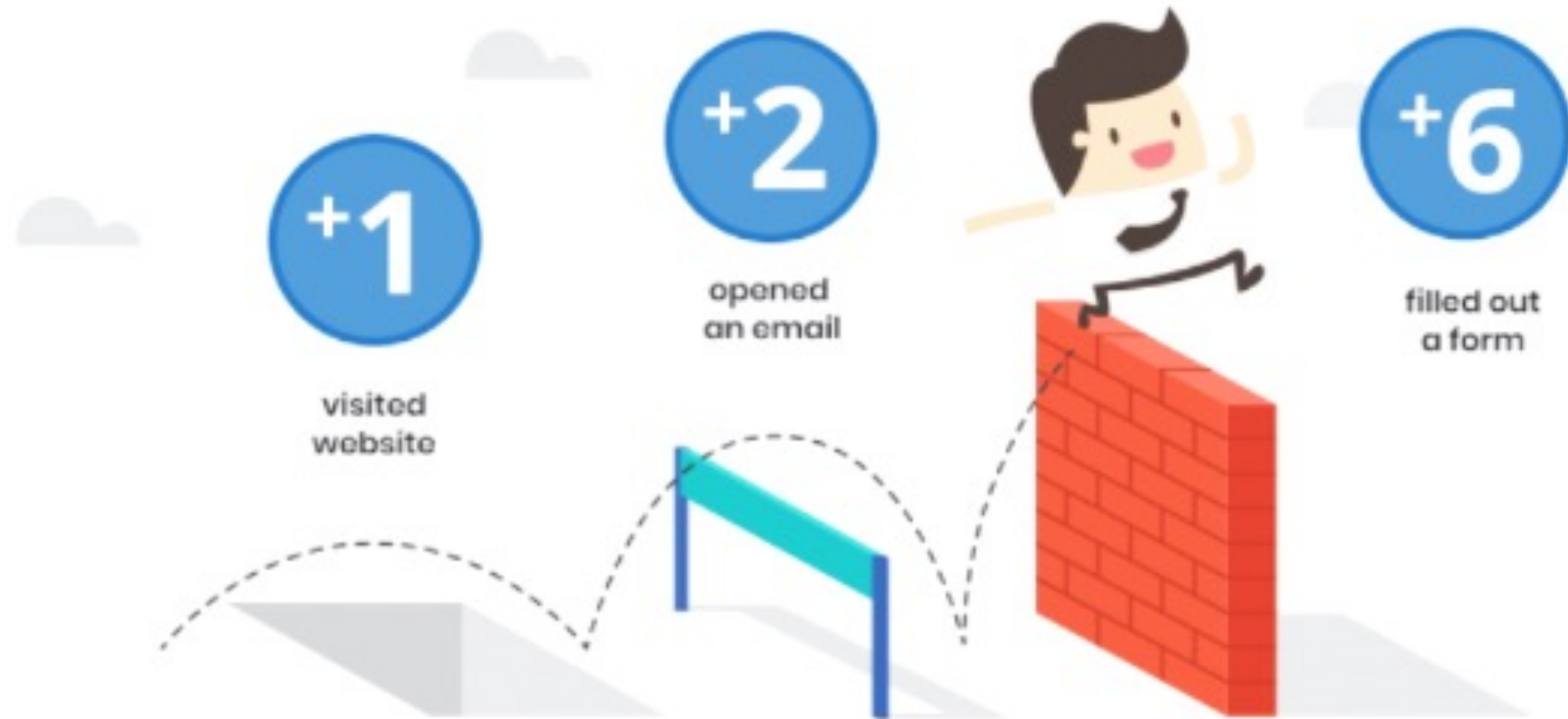
Tagging: Vergabe oder Entfernung von Merkmalen anhand des Verhaltens

- Seitenbesuche
- Downloads
- Formular-Interaktion
- etc.

Kontaktieren Sie uns

Marketing Automation

Scoring: Ermittlung des Nutzer-Interesses



Vermögensverwaltung von Experten für Experten

Zukunftssicher mit der FAM aktiv-Vermögensverwaltung

Die Honorar-Vermögensverwaltung der FiNet Asset Management AG richtet sich nicht nur an Finanzberater mit 34f GewO-Zulassung. Profitieren Sie von unserer Vermögensverwaltung – unabhängig davon, ob Sie an unser Netzwerk angeschlossen sind.

Wir bieten Ihnen zwei Strategien an – FAM aktiv 50 (vormals ausgewogen) und FAM aktiv 70 (vormals offensiv). Bei unserer Vermögensverwaltung sind Sie in den besten Händen. Profitieren Sie von unserem aktiven Anlagemanagement schon ab einer Einmalzahlung von 15.000 Euro. Eine Endkundenbroschüre steht unten zum Download zur Verfügung.

Die technologisch innovative **Fondsplattform MFX 2.0** des Bankhauses B. Metzler seel. Sohn & Co. KGaA ist in der Lage, Bestandsprovisionen zu versteuern und danach dem Kundenkonto zuzuführen. Diese Systematik, verbunden mit dem Verzicht eines Agios, offeriert dem Kunden maximale Kostentransparenz und vermeidet damit jegliche Diskussionen um „Kick-Backs“ oder sonstige verdeckte Provisionen.

Hier die Eckdaten

- Ab 25.000 Euro Einmaleinzahlung
- Ab 15.000 Euro bei Einrichtung eines Sparplanes von mind. 250 Euro
- Kein Agio
- Keine Transaktionskosten
- 42 EUR zzgl. MwSt. Depotgebühr ab 2018 (12,50 EUR inkl. Steuer pro Quartal)
- Managementgebühr: 1,5% p.a. („all-in-fee“) zzgl. 19% MwSt.
- Bestandsprovisionen („Kick-Backs“) werden mit 25% Abgeltungssteuer versteuert und dem Depot einmal jährlich wieder rückvergütet
- Vierteljährliches Reporting

Factsheets:

- Factsheet FAM aktiv 50
- Factsheet FAM aktiv 70
- Quartalsbericht Honorar VV Q4 2020

Marktkommentar:

- Marktkommentar Dezember 2020

FAM Honorar VV:

- Broschüre zum Download (PDF)

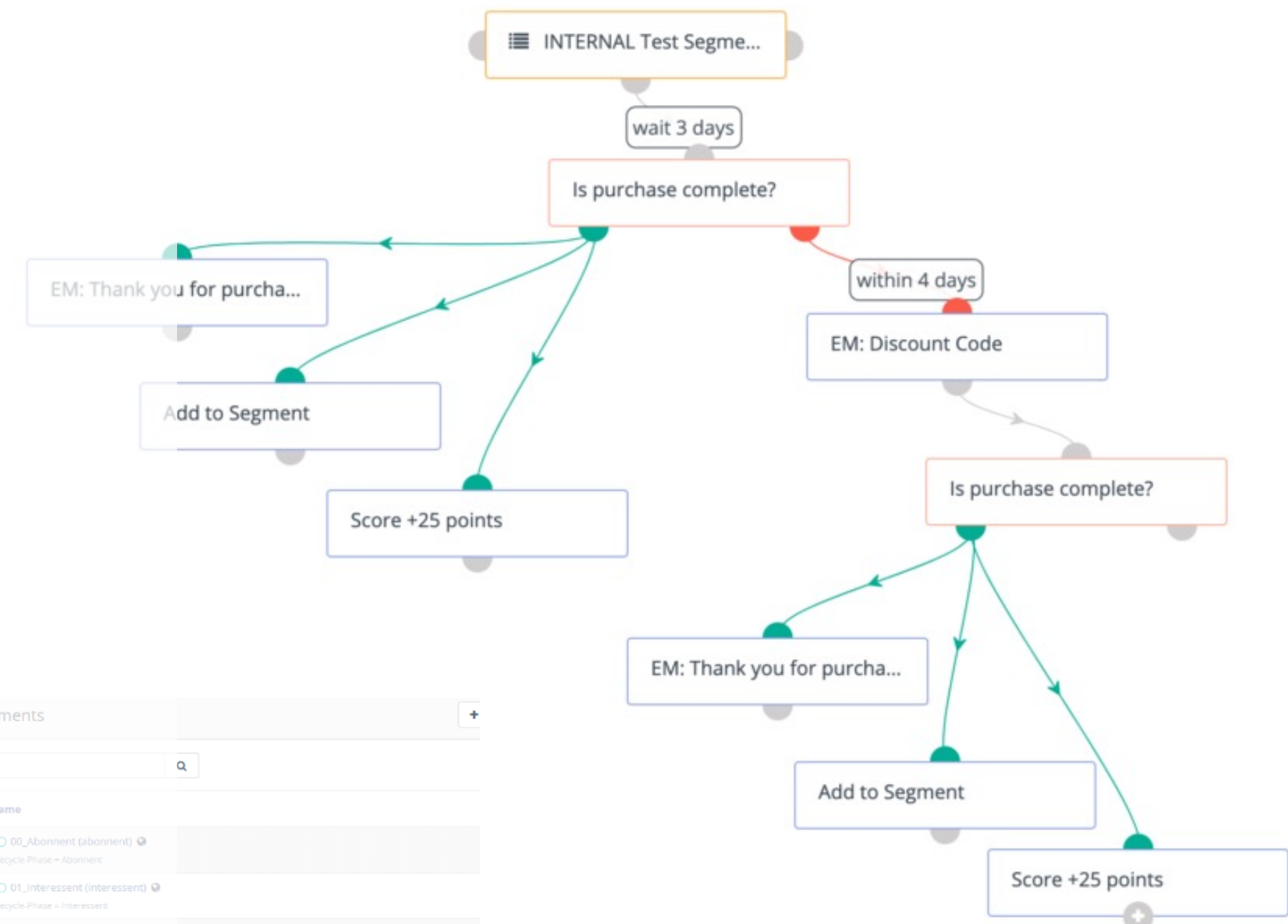
Produktportfolio

- Lebensversicherung
- Krankenversicherung
- Sachversicherung
- Finanzierung
- Investment
- Haftungsdach
- Vermögensverwaltung
 - FAM aktiv
 - FAM TWin Solution
 - FAM ökologisch
 - FAM Pure Dimensional
 - FAM VV Individuell

Marketing Automation

Auszug aus den Möglichkeiten

- Ausspielen individuell passender Inhalte
 - je nach Nutzerinteresse
 - je nach Verkaufsphase
- Mail-Nachfass-Aktionen
 - Dankeschön für Bestellung
 - Nützlichkeit von Downloads
 - Anreiseinfos für Messe-Termin
- Erinnerungen
 - verlassene Warenkörbe
 - noch ausstehende Downloads
 - ausgelassene Landingpage-Aktionen



Decision	Action	Condition
<p>A decision is made when a contact decides to take action or not (e.g. opened an email).</p> <p>Select</p>	<p>An action is something executed by Mautic (e.g. send an email).</p> <p>Select</p>	<p>A condition is based on known profile field values or submitted form data.</p> <p>Select</p>

Close Builder

What's should the focus be?

Collect data
Use a Mautic form to collect data from the visitor.

Animate?
No Yes

When to engage?
Upon arrival

Dashboard

Calendar

Contacts

Companies

Segments

Components

Campaigns

Channels

Points

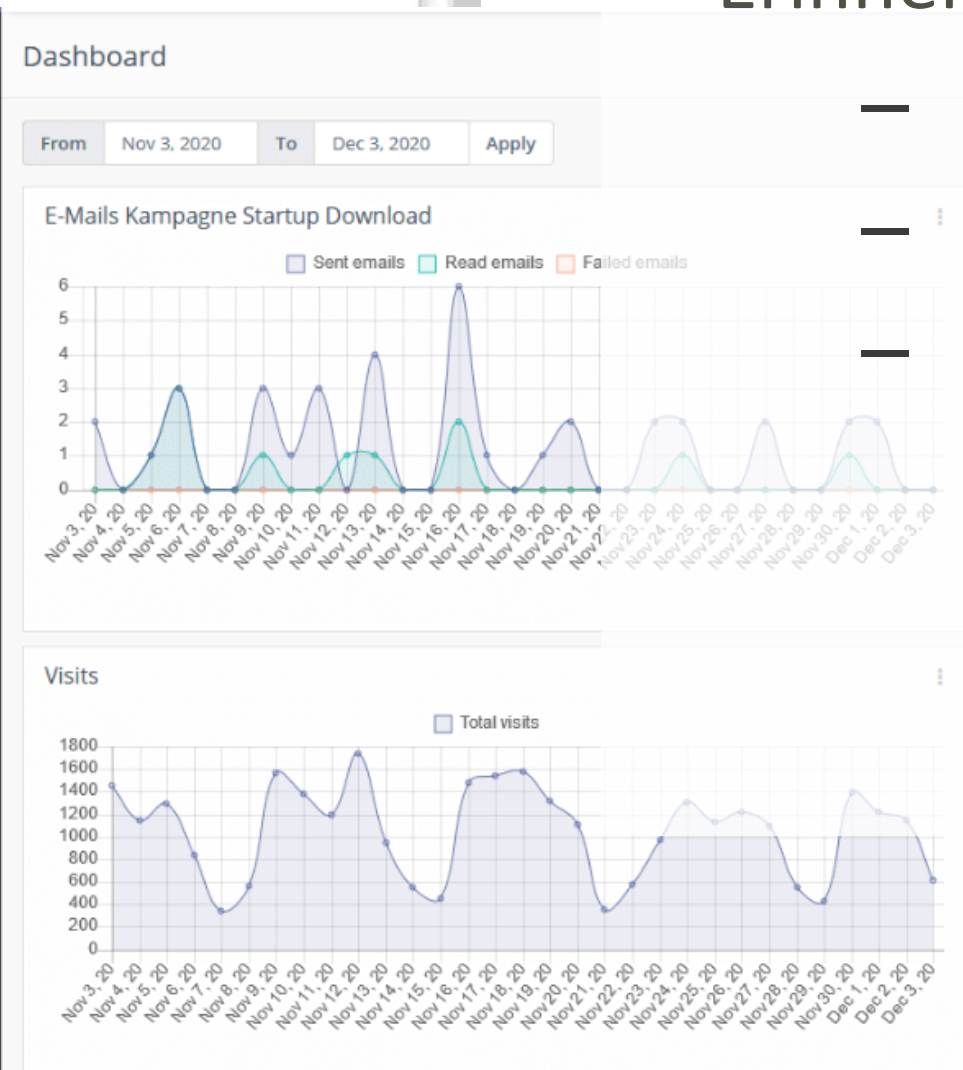
Stages

Reports

Collapse Menu

Timeout before engage
1

How often to engage?
Every page
Once per session
Every 2 minutes
Every 15 minutes



Contact Segments

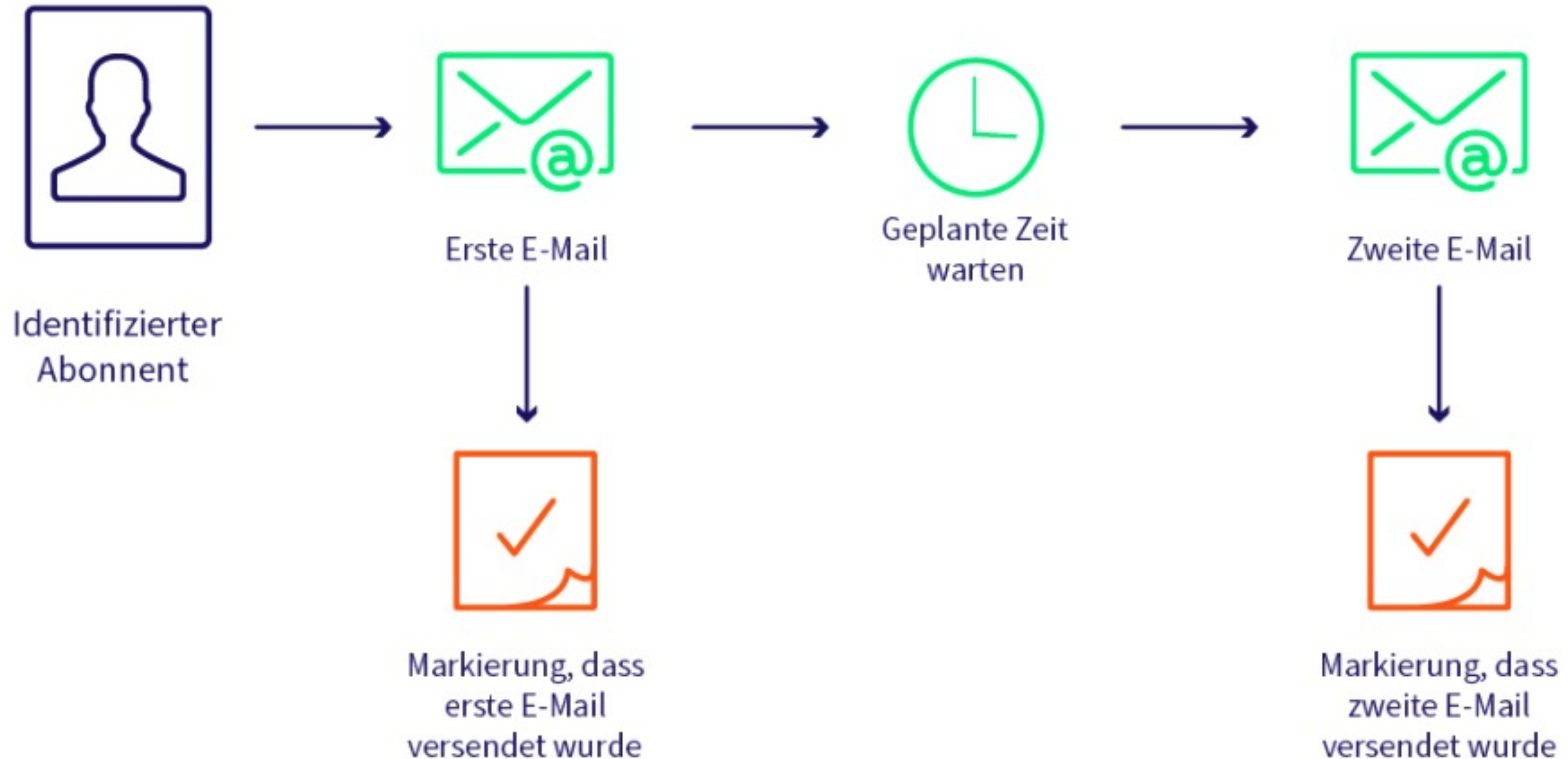
- 00_Abonnier (abonnier)
- 01_Interessent (interessent)
- 03_SQL (stop)
- 04_Chance (chance)
- 05_Kunde (diskunde)
- 06_Botschafter (botschafter)
- 1CRM Go-Digital-Anfrager (1crm-go-digital-anfrager)
- 1CRM go-digital-response-e-mail-Empfänger (1crm-go-digital-response-e-mail-empaenger)
- 1CRM Negativ-Entscheider (1crm-negativ-entscheider)
- 1CRM Supportanfrager (1crm-supportanfrager)
- 1CRM go-digital-1crm
- 1CRM_Newsletter-Abonnenten (newsletter-abonnenten)
- 1CRM_Newsletter-Abonnenten-WARTEND (1crnewsletter-abonnenten-wartend)
- 30-Tage-Demo-Kunden (30-tage-demo-kunden)

Marketing Automation

- Nichts mehr aus den Fingern saugen:
Weniger Bedarf an regelmäßigen News
- Und dennoch: Höhere Relevanz
bei gleichzeitig steigendem Mehrwert
- Die Lösung: Evergreen-Kampagnen
 - informativ und bildend
 - Tutorials und Ratgeber
 - Glossare und FAQ
 - Testimonials

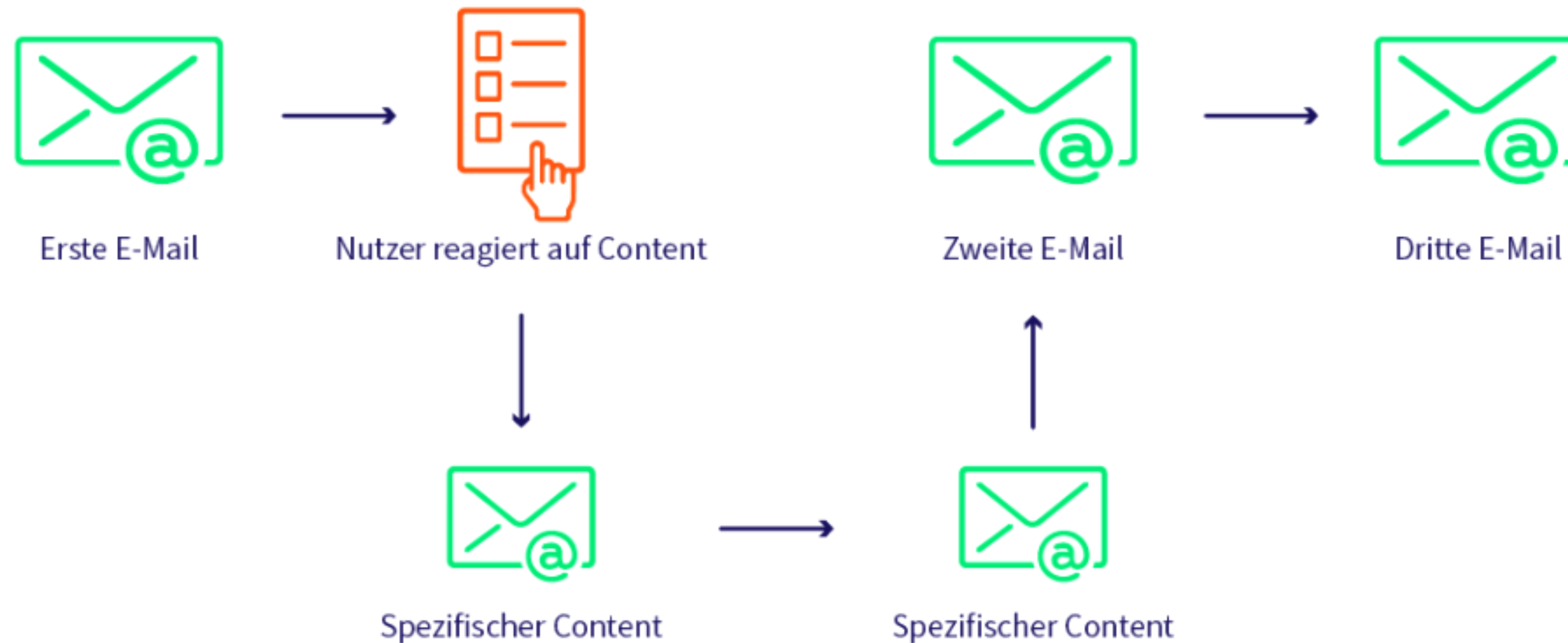


Marketing Automation



Marketing Automation

- Passender Content für den Abonnenten
- Zusätzliche Nutzerinformationen für Sie



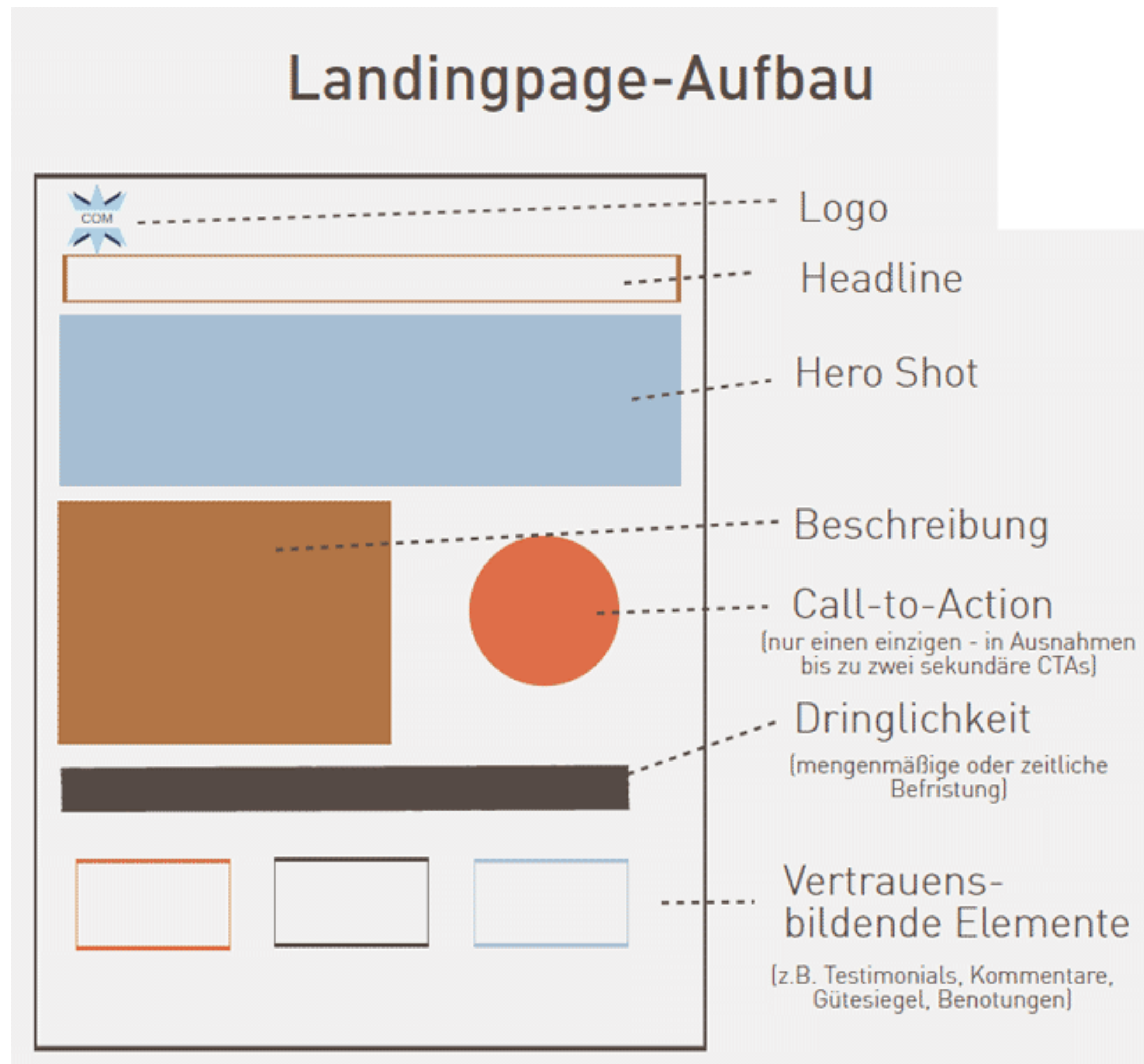


Landingpage-Optimierung

SHOULD
I STAY OR
SHOULD
I GO?

Landingpage-Optimierung

Fokussiere dich auf ein Ziel: gutes Ranking oder Konvertierungsrate



- Überzeugendes Nutzerversprechen
- Gezielt auf Kundenfragen eingehen
- Lead-Magnet! mit eindeutigen Call-to-Action
- Kurzhalten
- Vertrauensbildung
- A/B-Tests zur stetigen Optimierung

Landingpage-Optimierung

Short vs. long Landingpages

1. Welche Motivation hat der Besucher meiner Seite?
2. Wie erklärungsbedürftig ist mein Produkt oder meine Dienstleistung?
3. Welche Bedenken könnte der Besucher gegenüber meinem Produkt oder mich als Anbieter haben?
4. Wie hoch sind die Kosten bzw. der Einsatz für den Nutzer für eine Conversion?

Automatic is only available in the U.S right now. We're working hard to support other countries!

AUTOMATIC Tour Blog Got a Question? Pre-Order \$69.95

Your Smart Driving Assistant

Every car since '96, connected.
\$69.95 - No subscription fees.

"A visionary gadget that makes any driver more fuel efficient!" **FSTCOMPANY**

"Automatic could do for driving what the iPod did for music." **CBS**

"It brings the 'quantifiable self' movement...to the automotive world." **WIRED**

Your Car and Smartphone, Connected

Just plug the Automatic Link into your car's data port. Your car and smartphone will automatically connect whenever you drive, wirelessly.

This is the Automatic Link

The Link talks to your car's onboard computer and uses your smartphone's GPS and data plan to upgrade your car's capabilities. Every Link works with both iPhone and Android.

Automatic works only in the United States with just about any gasoline engine car sold in the U.S. since 1996.

[Is my car supported?](#)

Landingpage-Optimierung

FRI:DAY

[Auto](#)

[Hausrat](#)

[Haftpflicht](#)

[Unfall](#)

[Rechtsschutz](#)

[Service](#)

[Schaden melden](#)

[Login](#)

Autoversicherung: kilometergenau und di- gital

- ✓ Faire Zahl-pro-Kilometer Abrechnung
- ✓ Digital in nur 90 Sekunden abschließen
- ✓ Nachhaltig durch FRIDAY ECO

Jetzt berechnen



[Support](#)

Landingpage-Optimierung



Händlersuche Bob Forum Kontakt

Bosch Professional Elektrowerkzeuge & Zubehör

Elektrowerkzeuge Messtechnik Zubehör Service Wissen & Innovation

Suchen

Startseite

Händlersuche

In welcher Branche arbeitest du?

Bitte hilf uns Dich besser kennen zu lernen!

Baugewerbe/Hochbau

Zimmerei/Holzbau

Elektro-Installation

Weitere

WERDE PRODU

Teste unseren GNH 18V-64
#builtwithBosch-Produkttes
die neuesten Werkzeuge und
Professional auf Herz und N
der Testphase zu behalten.

Jetzt anmelden

Bosch Professional



#builtwith



Landingpage-Optimierung

[Funktionen](#)[Preise](#)[Ressourcen](#)[Unternehmen](#)[App Center new](#)[Extra-Tools](#)[DE](#)[Anmelden](#)[Registrieren](#)

Erziele durch Online-Marketing messbare Ergebnisse

Tools für alles, was dein Marketer-Herz begehrt – SEO, Content-Marketing, Wettbewerbsforschung, PPC und Social-Media-Marketing.

US[Jetzt starten](#)

Genießt das Vertrauen der weltweit führenden Unternehmen



Landingpage Optimization

vorher

Deutsch English Impressum

FKM
LASER SINTERING
Prototypes - Series - Outsourcing

Über FKM Die SLS Technologie Rapid Prototyping Ersatzteile und Serien Kunststoffe Metalle Finishing Referenzen

Highend-3D-Druck in Serie
» Das Besondere verwirklichen «

FÜR IHRE ANFRAGE

Kunststoff:
Frank Dehnert
+49 (0) 6461 75852-11
f.dehnert@fkm.email

Metall:
Dennis Barke
+49 (0) 6461 75852-51
d.barke@fkm.email

Technik-Broschüre:

Kontaktformular

Zertifizierungen
Qualitätsmanagementsystem
zertifiziert nach ISO 9001
Umweltmanagementsystem
zertifiziert nach ISO 14001

Highend-3D-Druck für Funktionsprototypen, Ersatzteile und Serien direkt aus 3D-Daten

Industrieller 3D-Druck. Bei uns seit 1994.

FKM ist Pionier für Selektives Lasersintern (SLS) in Deutschland und Europa.

Seit 1994 sind wir Teil eines revolutionären Umdenkprozesses in der Industrie. Wo früher Werkzeug- und Formenbau die Konstruktionsregeln bestimmten, verändert SLS-3D-Druck heute ganze Fertigungsverfahren.

Komplexe Geometrien lassen sich heute unmittelbar in Bauteile integrieren. Auch für dynamische Baugruppen, wie z.B. funktionsfähige Greifer braucht man durch SLS deutlich weniger Arbeitsschritte.

SLS-Additive-Manufacturing vereinfacht die Konstruktion, spart Montagekosten und sichert die Lebensdauer.

Nach 20 Jahren Praxiserfahrung im Additive Manufacturing profitieren unsere Kunden von einem auf 25 Anlagen angewachsenen Maschinenpark, zahlreichen wertvollen vor- und nachgelagerten Dienstleistungen, sowie einem deutlichen Wissensvorsprung für funktionsfähige, additiv gefertigte Bauteile in Kunststoff und Metall.

Kontakt

Senden Sie uns Ihre Anfrage oder Ihren Beratungswunsch

- Telefon: +49 (0) 6461 75852-10
- E-Mail: info@fkm.email

FKM Sintertechnik GmbH - Zum Musbach 6 - 35216 Biedenkopf - T +49 (0) 6461 75852-0 - F +49 (0) 6461 75852-90 - info@fkm.email

Leistungen: [Lasersintern](#) - [Rapid Prototyping](#) - [Rapid Manufacturing](#) - [Outsourcing](#) - [Finishing](#)

Zahlen: [20 Jahre Erfahrung](#) - [10 Kunststoffe](#) - [6 Metalle](#) - [25 Lasersinter-Anlagen](#)

Neues von FKM und aus der Welt des Lasersintern: [Additive Manufacturing News](#)

nachher

Deutsch English Impressum

FKM
LASER SINTERING
Prototypes - Series - Outsourcing

Über FKM Die SLS Technologie Rapid Prototyping Ersatzteile und Serien Kunststoffe Metalle Weitere Leistungen Referenzen

Industrieller Highend-3D-Druck für Funktionsprototypen, Ersatzteile und Serien direkt aus 3D-Daten. Bei uns seit 1994.

FKM ist Pionier für Selektives Lasersintern (SLS) in Deutschland und Europa. Seit 1994 sind wir Teil eines revolutionären Umdenkprozesses in der Industrie. Wo früher Werkzeug- und Formenbau die Konstruktionsregeln bestimmten, verändert SLS-3D-Druck heute ganze Fertigungsverfahren.

Komplexe Geometrien lassen sich heute unmittelbar in Bauteile integrieren. Auch für dynamische Baugruppen, wie z.B. funktionsfähige Greifer braucht man durch SLS deutlich weniger Arbeitsschritte. SLS-Additive-Manufacturing vereinfacht die Konstruktion, spart Montagekosten und sichert die Lebensdauer.

Nach 20 Jahren Praxiserfahrung im Additive Manufacturing profitieren unsere Kunden von einem auf 25 Anlagen angewachsenen Maschinenpark, zahlreichen wertvollen vor- und nachgelagerten Dienstleistungen, sowie einem deutlichen Wissensvorsprung für funktionsfähige, additiv gefertigte Bauteile in Kunststoff und Metall.

FKM Technikbroschüre

- Konstruktionsrichtlinien
- Finishing
- Maschinenpark
- Angebotserstellung

Herunterladen

Qualitätsmanagementsystem
zertifiziert nach ISO 9001
Umweltmanagementsystem
zertifiziert nach ISO 14001

FKM-Newsletter
Immer top informiert!

Ihre E-Mail-Adresse

Jetzt kostenlos anmelden

Ihr persönlicher Ansprechpartner
Für den Bereich Kunststoff-Lasersintern

Frank Dehnert
+49 (0) 6461 75852-10
f.dehnert@fkm.email

Ihr persönlicher Ansprechpartner
Für den Bereich Metall-Lasersintern

Dennis Barke
+49 (0) 6461 75852-50
d.barke@fkm.email

FKM Sintertechnik GmbH - Zum Musbach 6 - 35216 Biedenkopf
Tel.: +49 (0) 6461 75852-0 - Fax +49 (0) 6461 75852-90 - info@fkm.email

Leistungen: [Lasersintern](#) - [Rapid Prototyping](#) - [Rapid Manufacturing](#) - [Outsourcing](#) - [Finishing](#) - [Additive Konstruktion](#) - [Qualitätssicherung](#)

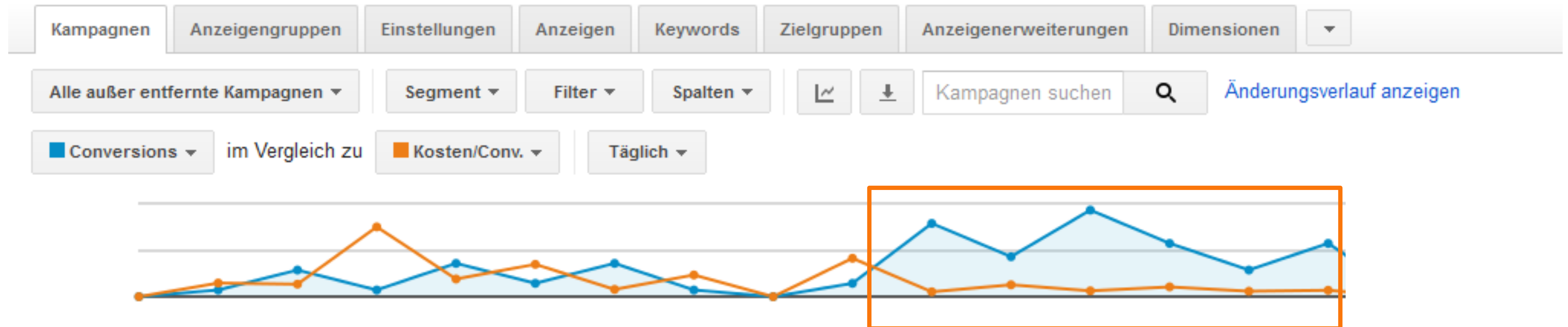
Zahlen: [20 Jahre Erfahrung](#) - [9 Kunststoffe](#) - [6 Metalle](#) - [25 Lasersinter-Anlagen](#)

Neues von FKM und aus der Welt des Lasersintern: [Additive Manufacturing News](#)

Landingpage Optimization

Erfolgsmessung

Alle Kampagnen:



Bei Fragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung!

Janine Dönges

j.doenges@tripuls.de

tripuls media innovations gmbh

Zu den Sandbeeten 5

35043 Marburg

Tel: 06421 – 30 90 621

Fax: 06421 – 30 90 66

www.tripuls.de