

Online-Marketing erhält immer höheren Stellenwert

Eine 2016 ausgewertete Studie zum Thema Online-Marketing belegt den immer höheren Stellenwert, den diese Form der Marketingaktivität erhält. Dies gilt für große Unternehmen gleichermaßen wie für kleinere Betriebe oder Freiberufler. Für die Studie "Referenzmarketing" von Trusted References wurden 350 Selbstständige, Freiberufler oder Geschäftsführer von Dienstleistungsunternehmen befragt.

KMU und Freelancer bewerten Zukunft des Online-Marketings hoch

Die Bedeutung von Online-Marketing wird von beiden Gruppen gleich hoch eingeschätzt, wobei die Befragten größerer Unternehmen mit ihrer positiven Einschätzung leicht vor den Freelancern liegt. Allgemein betrachtet prognostizieren mehr als 75 Prozent der befragten Unternehmen, dass die Bedeutung des Online-Marketings deutlich bis normal zunehmen wird. 24 Prozent sind der Meinung, dass der Stellenwert gleich bleibt. Nur 0,6 Prozent glauben an eine Abnahme. Daraus resultiert ein eindeutiger Verhaltenstrend in Richtung vermehrter und mit Sicherheit auch gezielter Aktivitäten im Online-Marketing.

Erfüllt kostenpflichtige Online-Werbung die Erwartung?

Ein ebenfalls wichtiger Punkt der Befragung war das Thema "kostenpflichtige Online-Werbung". Dabei stellte sich heraus, dass die Mehrheit der Unternehmen diese Werbemaßnahme bereits mindestens einmal in Anspruch genommen hat. Die Auswertung der Ergebnisse kommt zu dem Schluss, dass bei einem großen Teil der Teilnehmer die Erwartungen voll oder teilweise erfüllt wurden. Mit 41 Prozent besonders hoch ist der Anteil der Freiberufler mit nicht erfüllten Erwartungen.

Unzufrieden mit Ergebnissen bezahlter Online-Werbung

Woran die hohe Nichterfüllungs-Rate vor allem im Freelancer-Bereich liegt, kann nur vermutet werden. Denn vor allem größere und mit dieser Form des Online-Marketings intensiver befasste Unternehmen setzen in den meisten Fällen eine Kombination mehrerer Maßnahmen und nutzen alle oder einen Großteil der verfügbaren Kanäle. Gleichzeitig stehen oft leistungsfähigere Werkzeuge zur allgemeinen Auswertung und Erfolgsmessung zur Verfügung. Freelancer nutzen bevorzugt die Kanäle Xing, LinkedIn und eine eigene Website ohne Erfolgskontrollen.

Stellenwert ist hoch – Erfolg muss gezielt generiert werden

Obwohl in vielen Unternehmen der Stellenwert des Online Marketings kontinuierlich steigt, wird ihm in der Realität noch nicht die Bedeutung zugemessen, die angebracht wäre. Ein wichtiger Punkt ist die Abstimmung der einzelnen Maßnahmen und eine Kombination aus Content-, E-Mail- und



Suchmaschinenmarketing, Display Advertising sowie der Nutzung aller verfügbaren Kanäle. Oft ist es sogar sinnvoll, das Online-Marketing mit anderen Marketingmaßnahmen zu kombinieren. Unverzichtbar ist die Erfolgsmessung durch Web-Analytics und Controlling, um rechtzeitig agieren zu können.

Bild: 118213211 – Office Business Startup Success Working Workplace Concept © Rawpixel.com

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDE33XXX