



Whitepaper Email-Marketing & Webanalyse

Integrierte Lösungen für mehr Conversions

EIN UNSCHLAGBARES DOPPEL: EMAIL-MARKETING UND WEBANALYSE-SOFTWARE NAHTLOS INTEGRIERT

SPAREN SIE ZEIT DURCH ZENTRALE AUSWERTUNG UND STEIGERN SIE IHREN UMSATZ MIT BEHAVIORAL-TARGETING-EMAILS

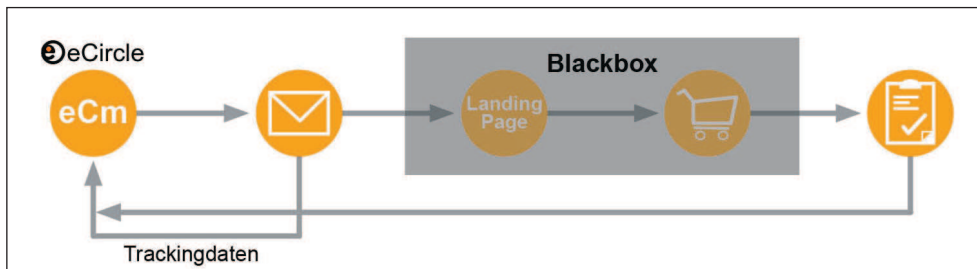
In Zeiten knapper Budgets wird es für Marketing-Experten immer wichtiger, einen genauen Überblick über die Wirkung der verschiedenen Marketing-Maßnahmen zu erlangen. Während direkte Aktionen wie Öffnungen und Klicks vom eC-messenger in Echtzeit angezeigt und nach verschiedenen freiwählbaren Kriterien analysiert werden können, sind alle folgenden Aktivitäten (Abbrecher) nur eingeschränkt

(z.B. über das Conversion Tracking) auswertbar. Hier bietet eine Integration in eine Webanalyse-Software noch weitere Auswertungsmöglichkeiten. Gerade wenn es darum geht, die verschiedenen Klickpfade von Newsletter-Empfängern besser nachzuvollziehen, und diese Information für eine verbesserte Ansprache verschiedener Zielgruppen zu nutzen, bieten solche Integrationen viel Zeitersparnis und Komfort.

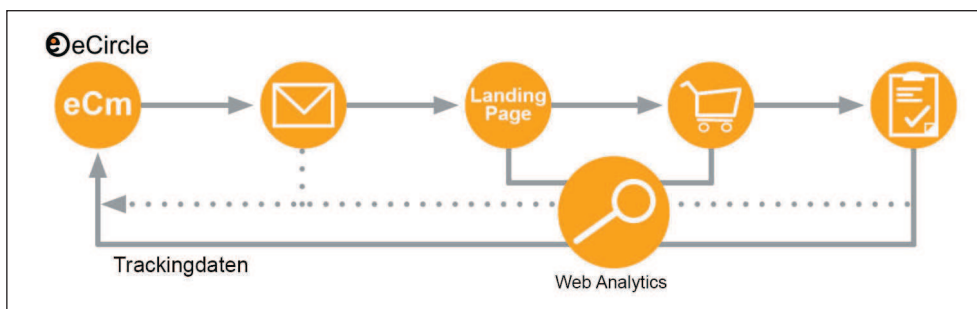


IHRE VORTEILE

- **Zentrale Auswertung**
Tracking-Daten aus dem Email-Versand können in Ihren Web-Analyse-Tool zentral ausgewertet werden.
- **Re-Marketing-Kampagnen**
Steigerung der Conversion durch Reaktivierung, z.B. von Warenkorb-abbrechern.
- **Besseres Targeting**
Anonymisierte Daten über das Surfverhalten von Nutzern können zur besseren Individualisierung künftiger Kampagnen genutzt werden.



Vom eC-messenger zur Confirmation Page ohne Webanalytics.



Mit einer Webanalytics-Integration wird der gesamte Conversion-Pfad erfasst.

➔ **Vorteile einer Integration zwischen eC-messenger und einem Webanalyse-Tool:**

■ **Erweitertes Kampagnentracking**

Durch eine Auszeichnung (Tagging) aller Links in den Newslettern lässt sich in den meisten Webanalyse-Tools der Webtraffic aus den Newslettern mit dem Webtraffic aus anderen Quellen vergleichen. So kann ein Vergleich verschiedener Online-Marketing-Aktivitäten (Search, Affiliate, Banner etc.) einfach auf Basis der gleichen Methoden und Grundlagen erfolgen. Einige Systeme bieten darüber hinaus auch die Möglichkeit, die Wechselwirkungen zwischen den verschiedenen Online-Quellen zu untersuchen und zu bewerten.

■ **Automatisierte Re-Marketing Kampagnen – Behavioranalyse**

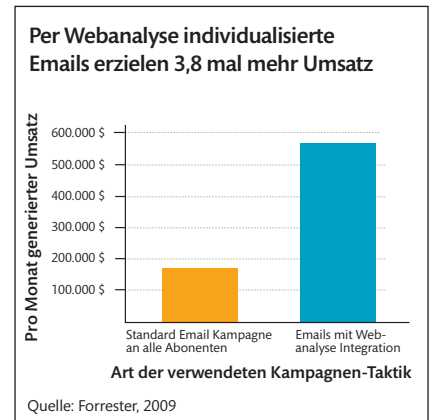
In einer weiteren Ausbaustufe bieten einige Webanalyse-Tools die Möglichkeit von automatisierten Re-Marketing Kampagnen. Hierbei werden innerhalb des Webanalyse-Tools Segmente von Website-Besuchern anhand ihres Besucherverhaltens definiert. Ein klassisches Beispiel für ein entsprechendes Segment wären z.B. die Warenkorb-Abbrecher; aber auch anderen Segmente wie z.B. die Interessenten die eine bestimmte Zeit in einem definierten Bereich der Website verweilen, sind denkbar.

Über eine automatische Schnittstelle werden dann in regelmäßigen Abständen die Daten der entsprechenden Segmente an den eC-messenger übergeben. Anschließend kann über ge-

plante Aktivitäten ein automatischer Versand eines hinterlegten Nachrichtentwurfes an diese Zielgruppe angesteuert werden. Auf diese Weise können ohne viel Aufwand sehr einfach zielgerichtete Kampagnen eingerichtet werden. Natürlich können auch die Erfolge dieser Kampagnen wieder im Webanalyse-Tool entsprechend ausgewertet werden.

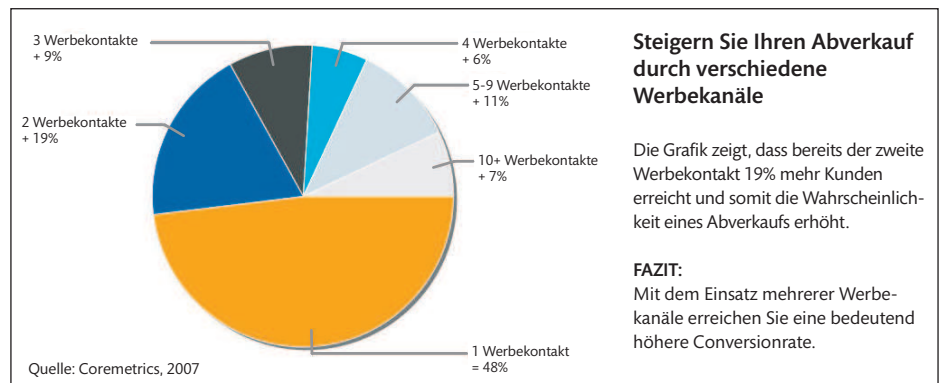
Da diese Newsletter inhaltlich direkt auf die Bedürfnisse der Empfänger zugeschnitten sind, können im Schnitt sehr viel bessere Erfolgswerte wie Öffnungen, Klicks und Conversion bei diesen Kampagnen erzielt werden.

Eine automatische Integration zwischen Webanalyse-Tool und dem eC-messenger bringt Ihnen also viele Vorteile. Zu den bekanntesten Webanalyse-Tools wie Google Analytics, Coremetrics, Webtrends, Omniture und Nedstat hat eCircle für die eC-messenger Software bereits Standard-Schnittstellen geschaffen. Aber auch wenn Sie eine weniger bekannte oder eine inhouse Lösung im Einsatz haben, lassen sich meist recht einfach entsprechende Schnittstellen schaffen. Fragen Sie einfach Ihren Account-Manager nach den entsprechenden Details.



HINWEIS

Webanalyse wird zum Standard: Laut WASP (Web Analytics Solution Profiler) werden heute bereits knapp 60% aller weltweiten Webseiten mit Webanalyse-Software getrackt.





→ www.ecircle.com → info@ecircle.com → +49 (0)89 / 120 09-600

Deutschland:
eCircle AG
Nymphenburger Str. 86
80636 München

Großbritannien:
eCircle Ltd.
5-9 Hatton Wall
London EC1N 8HX

Frankreich:
eCircle SARL
10, rue du Fg Poissonnière
75010 Paris

Italien:
eCircle S.r.l.
Viale Lunigiana, 46
20125 Milano

→ **Über eCircle:** eCircle ist einer der größten Werbevermarkter und Technologieanbieter für digitales Direkt-marketing in Europa. Seit 1999 steht eCircle für innovative und effiziente Online-Marketing-Lösungen zur Neukundengewinnung und Kundenbindung. Führende werbetreibende Unternehmen und Agenturen - wie die Deutsche Post, Volvo, TUIfly, OTTO und Nintendo - vertrauen auf die konsequente Serviceorientierung und langjährige Erfahrung von eCircle. Das Unternehmen beschäftigt heute mehr als 200 Mitarbeiter und ist mit eigenen Niederlassungen in den europäischen Kernmärkten Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Italien vertreten.



© eCircle AG, Juli 2009