PERFORMANCE MARKETING: DEIN MESSBARER MEHRWERT

Veröffentlicht am 8. Februar 2018 von Malina

Wir haben hervorragende Nachrichten für Dich: Es gibt eine Möglichkeit, Deine **Marketingmaßnahmen** und die Reaktionen Deiner Kunden auf Dein Onlineangebot messbar zu machen und so Deine Zielgruppenansprache optimal auszurichten: **Performance Marketing**.

Du musst Dich nicht mehr nur auf ein vages Gefühl verlassen und darauf hoffen, dass **Deine Website** auf Google gefunden wird und Deine Dienstleistung als das anerkannt wird, was sie sicherlich ist: hervorragend und für Deine Kunden Mehrwert schaffend. Mit der gezielten Messung Deiner Marketingaktivitäten hast Du die Möglichkeit, diese noch effizienter auszurichten.

WAS IST PERFORMANCE MARKETING?

Performance Marketing (Leistungsmarketing) ist eine Strategie des Online Marketings mit dem Ziel, **messbare Reaktionen bzw. Transaktionen** zu bewirken. Die Leistung (Performance) der Werbemaßnahmen wird dabei anhand vorab definierter **Kennzahlen** gemessen.

Ob im Social Media Marketing, E-Mail-Marketing oder in der Suchmaschinenwerbung – Performance Marketing ist für die erfolgreiche Durchführung von Online-Marketing-Aktivitäten heute unerlässlich.

Im Performance Marketing wird eine vorab definierte **Reaktion Deiner Zielgruppe** auf Deine Marketingmaßnahmen gemessen und analysiert. Nur die tatsächlich getätigten, **konkreten**

Interaktionen (z. B. Klicks, Likes, Kommentare) werden dabei als Erfolge gewertet und abgerechnet. Dadurch grenzt sich Performance Marketing von anderen Marketing-Methoden ab, die zum Beispiel einen Reichweitengewinn als Maßeinheit für den Erfolg festlegen.

Die Messbarkeit der Leistung einer laufenden Kampagne anhand von Kennzahlen hat den Vorteil, dass fehlende Erfolge schnell erkannt werden und eingegriffen werden kann, um **Budgetverlust zu** vermeiden: Typische Beispiele für Verbesserungen sind die **Optimierung des Contents** bei SEO oder – im Anzeigenmarketing – Anpassungen der **Google Ads**. **Reportings** halten dabei Erfolge oder Misserfolge der Marketing-Kampagnen sowie der Optimierungen fest.

Durch die **Direktheit** in derInteraktion mit der Zielgruppe eignet sich Performance Marketing hervorragend, um herauszufinden, was sich potenzielle Kunden von einem Unternehmen, einem Produkt oder einer Leistung wirklich wünschen. Performance-Marketing ist daher ideal, um **neue Kunden zu gewinnen** und bestehende **langfristig zu binden**.

BEISPIEL GEFÄLLIG?

Im **Meta-Werbeanzeigenmanager** kannst Du Dir die Performance Deiner **Anzeigen auf Facebook und Instagram** anzeigen lassen und analysieren. Mithilfe der **Statistiken** findest Du unter anderem heraus, welche Postings zu einer besonders hohen Interaktion von Facebook- bzw. Instagram-Nutzern geführt haben. Eine hohe Interaktion bei Deinen Beiträgen bringt Dir die **Aufmerksamkeit** für Deine dargebotene Dienstleistung oder Deine Marke. So hast Du die Möglichkeit, mehr Menschen von Deinem Produkt zu überzeugen und kaufkräftige Kunden zu gewinnen.

VORTEILE VON PERFORMANCE MARKETING

Performance-Marketing bzw. Leistungs-Marketing zeichnet sich, wie oben beschrieben, durch folgende Faktoren aus:

- **Messbarkeit** anhand konkreter Kennzahlen
- **Optimierbarkeit**
- **Direktheit** (Fokus auf Interaktion, Transaktion)

Daraus ergeben sich folgende Vorteile:

1. **Auswertungen** von Werbung und Kampagnen durch Reportings
2. Ableitung von **Verbesserungen** für zukünftige Marketing Maßnahmen
3. Möglichkeit zur **Abrechnung** von Marketing Aktivitäten auf Grundlage der gemessenen Performance
4. Optimierter, gezielter Einsatz von Marketing **Budget**
5. **Möglichkeit der Integration** von Performance Marketing in laufende Kampagnen
6. **Schnelle Lösungen** finden: noch vor Abschluss einer Marketing Kampagne lassen sich Verbesserungen einleiten
7. Learnings über die **Zielgruppe**

WICHTIGE INSTRUMENTE DES PERFORMANCE MARKETINGS:

Typischerweise findet Performance-Marketing in folgenden **Bereichen des Online-Marketings** statt:

- Suchmaschinenmarketing – dazu gehören Suchmaschinenwerbung (SEA) & Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Affiliate Marketing
- Display-Marketing
- E-Mail-Marketing
- Social Media Marketing

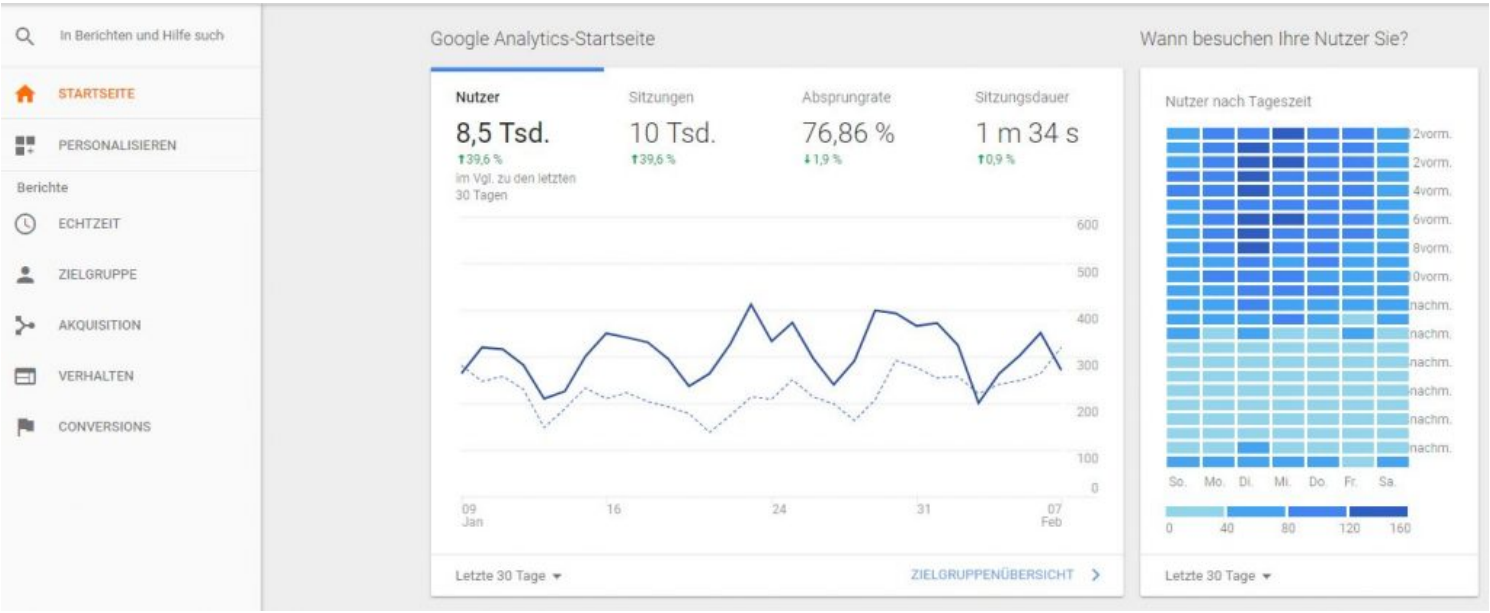
Vor allem die Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist für die **Verbesserung und Auffindbarkeit Deiner Website auf Google** wichtig. Deine Firma, Dein Produkt oder Deine Dienstleistung ist nur

konkurrenzfähig, wenn sie über das Internet, genauer gesagt über Google, auch gefunden werden kann.

Je nachdem, welche Marketing-Instrumente Du für Dein Leistungsmarketing nutzt, stehen Dir unterschiedliche Möglichkeiten zur Verfügung, **Daten über Deine Performance aufzuzeichnen (Tracking)** und diese über Deine Conversion Rate **auszuwerten**.

PERFORMANCE TRACKING

Online Marketing Aktivitäten lassen sich hervorragend auf ihren Erfolg hin messen. Zum Beispiel kann der **Traffic auf einer Website** nachvollzogen und die Conversion Rate bestimmt werden. Dies geschieht durch **Tracking und Analyse Tools**. Ein sehr wichtiges Analyse Tool ist zum Beispiel Google Analytics, wo Du das Nutzerverhalten von Landingpage- bzw. Website-Besuchern einsehen kannst.



Mit dem kostenfreien Tool Google Analytics kannst Du den Erfolg Deiner Website nachvollziehen

Die Daten bzw. Kennzahlen, die Du zur Messung des Erfolges Deiner Werbeaktion heranziehst, definierst Du vorab. Diese Leistungskennzahlen werden KPIs (Key Performance Indicators) ((nach unten auf KPI verlinken)) genannt, zum Beispiel wären Seitenaufrufe Deiner Landingpage typische KPIs.

Das **Performance Tracking** ist vor allem im Bereich des **E-Commerce** optimal einsetzbar – also wenn Du ein Produkt über einen **Online Shop** zum Verkauf anbieten möchtest.

CONVERSION RATE

Die **Conversion Rate (CR)** bzw. Umsatz- oder **Umwandlungsrate** ist die **Messgröße** im Marketing. Sie beschreibt das Verhältnis zwischen Interessenten und Conversions in Prozent. Eine Conversion bzw. eine Umwandlung kann ein Kauf, ein Download, eine Newsletter-Anmeldung, das Ansehen eines Videos oder Ähnliches sein. Mit der CR findest Du heraus, **wie eine Werbemaßnahme wirkt**. Du erfährst, wie viele Klicks in einer Prozentangabe zu einer Aktion geführt haben.
Um die Umwandlungsrate zu berechnen, teilst Du die Anzahl der Conversions durch die Anzahl der Webseiten-Besuche und nimmst diese x 100. Das Ergebnis ist dann ein Prozentwert, bei dem gilt: je höher, desto besser!

Formel auf einen Blick:
(Anzahl der Conversions / Anzahl aller Besucher) * 100 = Conversion Rate in %

Hier ein Beispiel zur Berechnung der Conversion Rate:
Im Rahmen Deiner neuen Online Marketing Kampagne hast Du ein Online Banner eingesetzt und möchtest wissen, wie viele Interessenten durch dieses dazu animiert worden sind, durch einen Klick weiter zu Deinem Produktangebot zu gelangen.
Wenn das Online Banner an einem Tag 100 Mal von Webseiten-Besuchern gesehen wurde und zwei dieser Besucher darauf geklickt haben, um zum Produkt weitergeleitet zu werden, dann beträgt die CR 2%.

ACHTUNG: Bei dieser Berechnung werden alle Visits bzw. Klicks von einem Besucher miteinbezogen – die Rechnung ist also ein wenig ungenau. Denn es kann ja auch sein, dass derselbe Interessent mehrfach Deine Website oder Anzeige anklickt. Es ist also am besten, wenn Du mit dem Unique Visitor rechnest. Das heißt, es zählen nicht einfach alle Klicks, sondern jeder User wird nur einmal gezählt. Somit folgst Du dieser **Formel: (Anzahl der Conversions / Anzahl der Unique Visitors) * 100 = Conversion Rate in %**

Beachte immer, dass auch die Anwendung von Performance Marketing Instrumenten keine Garantie für eine erfolgreiche Vermarktung ist! Du brauchst eine gut geplante Online Marketing Strategie um Dein **Business** zu vermarkten: Website Programmierung, Content, SEO Maßnahmen usw. sollten dabei aufeinander abgestimmt werden.

DEFINIERE KENNZIFFERN FÜR DEINE PERFORMANCE MESSUNG!

Wichtig ist, dass Du Dir **realistische Performance-Ziele** setzt und Deine Zielgruppe genau kennst, um ein sinnvolles **Targeting** zu betreiben und **Streuverluste zu umgehen**.
Gemessen wird die Performance Deiner Marketing Kampagnen durch vorher definierte Kennziffern. Wichtige Kennziffern sind zum Beispiel **Conversions** und **Klickdaten**. Im **Social Media Marketing** sind auch die Anzahl von Kommentaren und Likes wichtige Indikatoren für die Performance Messung Deiner Marketing Kampagnen. Wenn Du beispielsweise eine neue Online-Marketing-Kampagne startest oder in Auftrag gibst, dann kann diese anhand von bestimmten Kennziffern auf ihre Leistungsfähigkeit hin beurteilt und optimiert werden.
Im Idealfall hast Du bereits einen **Performance Marketing Manager** an Deiner Seite oder vielleicht selbst ein so großes Marketing Know-how und weißt, wie Du die relevanten Performance Marketing Kennziffern interpretierst. Ansonsten mach es Dir leicht und hole Dir einen Marketing Profi an Deine Seite.

KENNZAHLEN (KPIS)

In jedem Marketing Bereich kommen teilweise unterschiedliche Kennzahlen zur Messung der Online Werbung zum Einsatz. Ob E Commerce, Social Media Marketing, Webseiten, E-Mail Marketing usw. – überall gibt es die Möglichkeit, mit Hilfe von definierten KPI's die Leistung zu messen und daraufhin zu optimieren.

DIE WICHTIGSTEN LEISTUNGSKENNZAHLEN FÜR DIE PERFORMANCE MESSUNG VON WEBSEITEN:

- Visitors = Anzahl der Besucher einer Webseite (im Verhältnis zu bestimmten Zeitrahmen)
- Unique Visits = Anzahl der einzigartigen Besucher
- Bounce Rate = Absprungrate
- Conversion Rate = Umwandlungsrate
- Page Impressions = Seitenaufrufe
- Verweildauer eines Besuchers

- Return of Investment (ROI) = Verhältnis zwischen Kosten der Werbung & daraus resultierendem Umsatz
- Wiederkehrende Besucher vs. Neue Besucher

Es gibt natürlich noch viele weitere Kennzahlen, mit denen sich die Leistung von Kampagnen messen lässt. Wichtig ist, dass Du vorab **Ziele** für die Kampagne definierst. Und: Sei Dir bewusst, welche Fragen Deine Kennzahlen auf jeden Fall beantworten sollten.

FRAGEN UND ANTWORTEN IM PERFORMANCE MARKETING

Das sind unter anderem Fragen, die Dir Performance Marketing Experten beantworten und aus denen Optimierungsmaßnahmen abgeleitet werden können:

- Wie viele Interessenten haben mein neues Online Banner angeklickt?
- Wie viele Leute haben meine neue Landingpage aufgerufen und sich für meinen E-Mail Newsletter angemeldet?
- Wie viele Klicks gab es auf meine neu geschaltete Werbeanzeige und wie steht dies im Verhältnis zu den tatsächlich getätigten Käufen?
- Wie viele Käufe gab es, seitdem ich meinen Online Shop benutzerfreundlicher gestaltet habe?
- Wie viele Leute haben meine Landingpage mit dem saisonalen Rabatt aufgerufen und diesen direkt in Anspruch genommen? Werde ich zu Ostern wieder mit demselben Angebot werben oder - war die Marketing Aktion im letzten Monat erfolgreicher?

Dein Vorteil: Mit Performance Marketing kannst Du Deinen **Return of Investment (ROI)** messen und erhöhen. Du hast somit Dein Marketing Budget fest im Griff. Welche Werbemaßnahme lohnt sich, welche weniger? So vermeidest Du letztendlich Streuverluste und setzt Dein Marketing Budget gezielt ein!

AUF EINEN BLICK: 7 PERFORMANCE MARKETING SCHRITTE

Wenn Du diese 7 Performance Marketing Schritte beachtest, bist Du auf einem guten Weg, den optimalen **Erfolg** für Dein Unternehmen herauszuholen:

1. Definiere Deine Ziele so, dass sie **messbar** sind.
2. Bestimme die für Dich wichtigen Performance **Marketing-Kanäle** (SEO, SEA; Affiliate Marketing etc.).
3. **Kalkuliere** Dein Online Marketing Budget sinnvoll.
4. Definiere Deine individuellen **Key Performance Indicators**(KPIs).
5. **Teste** Deine Marketing Maßnahmen regelmäßig auf ihre Wirksamkeit.
6. Leite aus der Analyse der KPIs **Optimierungsmaßnahmen** ab.
7. Betreibe regelmäßiges **Controlling** Deiner Kennziffern und Statistiken durch ein Web-Analyse-Tool.

BRANDING KAMPAGNEN & PERFORMANCE MARKETING

Der Kunde kauft, was er kennt bzw. bei Firmen ein, denen er vertraut und die er **sympathisch** findet. Das klingt einleuchtend. Und wie gibt man dem Kunden die Möglichkeit, eine Firma kennenzulernen? Zum Beispiel durch eine zielgerichtete **Branding Kampagne**. Was genau ist eine Branding Kampagne?

Branding Kampagnen haben zum Ziel die **Bekanntheit einer Marke** zu steigern. Das kann über TV Spots, Radio, Plakate oder auch Online z.B. in Sozialen Netzwerken geschehen. Nicht nur für große Marken wie Coca Cola & Co. sind Branding Kampagnen sinnvoll: auch **kleinere Unternehmen** können von der Bekanntmachung ihrer **Marke** bzw. ihres Unternehmens zum Beispiel im lokalen Umfeld profitieren. Die Erhöhung des Bekanntheitsgrades gelingt auch mit kleinem Geldbeutel beispielsweise durch Plakate und Anzeigenschaltung im lokalen Bereich, Programmatic Advertising

oder Facebook Kampagnen. Dein Vorteil: die Bekanntheit eines Unternehmens wirkt sich auf die Performance bzw. Leistung weiterer Online Marketing Maßnahmen aus. Durch den richtigen **Marketing Mix** bzw. das Zusammenspiel von verschiedenen **Marketingmitteln** wird die Chance auf mehr Conversions erhöht.

MEDIA COMPANY TIPP:

Wenn Du beginnst, Deine Performance zu messen und stetig zu verbessern, werden Deine Erfolge besser **kalkulierbar**. Beachte aber auch den hohen Zeitaufwand, die eine Integration von Performancemessung in Deine Marketing Kampagne mit sich bringt. Denn dazu gehört immer, dass Du die **Zahlen** stetig im Auge behältst. Gerade die Kombination und Wechselwirkung von **Controlling** und Optimierung macht die Performance-Messung so effektiv.

Möchtest Du wissen, was bei Deinen Kunden besonders gut ankommt?

Wir unterstützen Dich bei der **Optimierung** Deiner Marketing Kampagnen! Wir von der Media Company sind Experten auf dem Gebiet des Performance Marketings und möchten Dich gerne bei Deiner Erfolgsmessung und -optimierung unterstützen.

Kontakt aufnehmen