

Worauf es bei Onlineshops ankommt

Das Analysieren der eigenen Online-Marketing-Maßnahmen ist mitunter der wichtigste Schritt zu einer effizienten und kostensparenden Werbung. Eine deutsche Studie hat nun 202 Onlineshops unter die Lupe genommen und diese im E-Commerce-Zusammenhang analysiert.

Google-Suche bleibt der größte Traffic-Lieferant

Auch im E-Commerce führt kein Weg an Google vorbei: Wer in seiner Online-Präsenz wachsen will, der muss sich mit dem Suchmaschinen-Giganten befassen – auch weiterhin. Die Google-Suche bleibt wichtigster Kanal, um Reichweite auf den eigenen Onlineshop zu holen. Im Jahr 2014 lieferte Google insgesamt 81,66 Prozent des Traffics an die analysierten Shops, 2017 sind es nun 86,26 Prozent. Spitzenreiter beim organischen Traffic sind die Onlineshops der Medien-Branche, der Spielwaren-Kategorie sowie der Elektronik-Branche.

Wenn man diese Ergebnisse genauer unter die Lupe nimmt, zeigt sich, dass ein Unternehmen nicht nur durch eine bezahlte Werbung ganz vorne mitspielt, sondern dass durch eine sauber strukturierte Webseite, gepaart mit einer sich durchziehenden Suchmaschinenoptimierung, schon sehr viel getan ist. Wer seine organische Reichweite erhöhen will und Budget



TRENDS – FAKTEN – NEUHEITEN

So funktioniert digitales Marketing

Manuel Flaim ist Webmarketing-Berater der Digitalen Werbeagentur Südtirol Online Marketing



Am leichtesten kommen Besucher mittels Suchanfragen über Google, Online-Werbeanzeigen, soziale Medien wie Facebook und über Mail-Marketing auf den eigenen Onlineshop.

Shutterstock

in bezahlte Suchmaschinen-Werbeanzeigen investieren möchte, ist heuer wieder voll im Trend: Die Stagnation bei Google Adwords, den eine Studie von 2016 gezeigt hatte, ist verschwunden und der Traffic durch Adwords wieder um 21 Prozent gestiegen.

Einige Branchen wachsen dabei stark: Besuche über Adwords in bestimmten Branchen wie beispielsweise Büroausstattung, Heimwerker, Kosmetik, Möbel, Kleidung, Elektronik und Arz-

neimittel nehmen deutlich zu.

Externe Verlinkungen besser als direkter Zugriff

Weiterhin stark rückläufig sind die Besuche, die direkt über den Aufruf der Website zu den E-Commerce-Händlern kommen. Hier halten klassische Online-Werbeanzeigen, Mail-Marketing und externe Verlinkungen aus den Sozialen Medien erfolgreich dagegen – Zugriffe aus diesen 3 Bereichen wachsen kräftig.

Innerhalb der Sozialen Medien musste zwar Facebook einen leichten Rückgang hinnehmen, da Instagram und Youtube Onlineshop-Reichweite positiver beeinflussten, doch das ist Jammern auf hohem Niveau: Facebook bleibt weiterhin mit Abstand die Nummer 1 unter den sozialen Netzwerken, auch und gerade im Hinblick auf die Relevanz für E-Commerce-Unternehmen.

© Alle Rechte vorbehalten

manuel.flaim@suedtirolonline.com

USA UNTER VERÄNDERTEN WIRTSCHAFTLICHEN RAHMENBEDINGUNGEN



idm
SÜDTIROL
ALTO ADIGE

USA: Business as usual?

Event für Unternehmen, die am Markt USA interessiert sind

26. – 27.09.2017

INFORMATIONSVORANSTALTUNG

Dienstag, 26.09.2017

BERATERTAG

Mittwoch, 27.09.2017

LOCATION

Handelskammer Bozen

ANMELDUNG

bis 18.09.2017

INFO UND PROGRAMM

T +39 0471 094 503 | services@idm-suedtirol.com | www.idm-suedtirol/events