

## 7.4 Zusammenfassung Marketing im Web-Business

Die Partner im Marketing sind sowohl Sender als auch Empfänger, und deshalb steht die Interaktion im Vordergrund. In dem Massenmedium bleiben die Beteiligten virtuell, weshalb das Marketing eine besondere Herausforderung darstellt, obwohl die Reichweite der Aktionen in dem Medium besonders groß ist.

Interaktion

Die Interessenten der Zielgruppe werden aus vielen Quellen zusammengesucht, von anderen Plattformen, Marketingpartnern oder in Communitys.

Die Aktionen auf den Ebenen der Marketingpyramide führen zu einer aufsteigenden Segmentierung der Interessenten bis hin zu den Zielaktionen. Es braucht spezielles Know-how, um seine Webseiten auf den Kontaktflächen an prominenter Stelle zu platzieren und seiner Zielgruppe von dort den Zugang zur Website auf der passenden Landingpage zu ermöglichen.

Die Aktionsräume sind sehr groß, und die Steuerungsmöglichkeiten in dem Medium sind vielfältig. In einer Interaktionsbeziehung nimmt der Webmaster vorausschauend die erwarteten Aktionen vorweg und steuert die Kommunikation in die Richtung seiner Zielaktion. Er wird Suchbegriffe antizipieren, mit denen seine Seiten gefunden werden und Themen bearbeiten, unter welchen er seiner Zielgruppe Know-how anbietet.

Antizipation von  
Suchbegriffen

Die Effizienz des Marketings im Web-Business wird an den Konversionsraten gemessen, mit denen die Zielgruppe vom ersten Kontakt zu der Zielaktion gebracht wird. Eine besondere Herausforderung sind die Definition der Messpunkte, die Erkennung der virtuellen Besucher und das Data-Mining in der Fülle der erfassten Werte. Der Aufbau dieses Know-hows ist lohnend und bestimmt den Erfolg im Web-Business entscheidend mit, denn die Vielzahl der möglichen Aktionen wird mit der Konversionsrate vergleichbar gemacht.