



Kosmetik Online 2007

Expertenstudie: Wie nutzt die Kosmetikbranche das Internet?



Kosmetik Online 2007 ist die vierte Internet-Kosmetikstudie in Deutschland für die Kosmetikbranche, durchgeführt von netaspect, Düsseldorf

Verschaffen Sie sich einen fundierten, schnellen Überblick über Stärken und Schwächen, um eigene Planungen optimal umzusetzen.

Analysiert wurden 18 branchentypische Webauftritte von Kosmetikmarken, -Portalen und Online-Shops anhand einer überarbeiteten Methodik mittels **17 Schlüsselkriterien**. Das Ergebnis ist eine Analyse, die konkrete Erfolgsfaktoren für die Branche benennt und Handlungsempfehlungen bietet.

Die rund 350 Seiten starke aktuelle Studie enthält erstmals einen umfassenden **Sonderteil** zum Thema Suchmaschinen-Marketing und Affiliate Marketing.

"Kosmetik Online" ist die nützliche Planungshilfe für Entscheider aus den Bereichen Marketing, Marktforschung, Internet, Agentur, Kommunikation, Beratung, Strategie und New Business.

Ihr Nutzen

Anhand einer Matrixdarstellung lassen sich Stärken und Schwächen jedes untersuchten Wettbewerbers genau erkennen und auf deren Basis sich wirksame Konzepte für Ihr Unternehmen ableiten.

Die Analyse zeigt zahlreiche Potentiale auf und bietet Ihnen eine wertvolle, schnelle und unverzichtbare Planungshilfe für zukünftige Webprojekte.

Die Studie gibt u.a. Antworten auf folgende Fragen und hilft Ihnen bei der Optimierung Ihrer Unternehmens-Strategie:

- Wie gut wird das Internet für die Kundenbindung genutzt?
- Welche Mehrwerte werden mittels Internet den Kunden geboten?
- Inwiefern erfüllen die Internetauftritte die gesetzlichen Anforderungen?
- In welcher Qualität und Geschwindigkeit werden E-Mail-Anfragen beantwortet?
- Wie gut sind die Auftritte auf die Auffindbarkeit in Suchmaschinen hin optimiert?
- In welchen Punkten ist der amerikanische Internet-Kosmetikmarkt richtungsweisend und welche Web-Trends sind dort zu beobachten?

Dieses Wissen verschafft Ihrem Unternehmen die nötige Transparenz, um Entscheidungen zielsicher treffen zu können.

Zum Preis von EUR 1.650,- erhalten Sie einen ausführlichen Berichtsband, eine Digitalversion sowie eine Ergebnis-Präsentation in Ihrem Hause (zzgl. MwSt und entstehender Reisekosten).

Bestellen Sie die Studie online oder per Telefax

Interessenten, die bereits die Studie Kosmetik Online 2005 erworben haben, erhalten beim Kauf einen Rabatt von 10 Prozent.

Auf Anfrage sind individuelle Auswertungen möglich.

Bisherige Studien:

[KOSMETIK ONLINE 2005](#)

[KOSMETIK ONLINE 2003](#)

[KOSMETIK ONLINE 2001](#)

Ihr netaspect Service:

Zum Thema "Frauen im Internet" hat netaspect ein gesondertes Web-Angebot zusammengestellt, welches Sie [hier](#) finden.

www.anziehungskraft.de

www.avon.de

www.bebe.de

www.clarins.de

www.douglas.de

www.dove.de

www.esteelauder.de

www.de.fa.com

www.garnierbeautybar.de

www.juvena.de

www.lancome.de

www.manhattan.de

www.nivea.de

www.pantene.de

www.rossmann.de

www.schlecker.de

www.womensnel.de

www.yvesrocher.de

Über die Studie Kosmetik Online 2007

Websites der Kosmetikbranche - das Engagement wächst

Das Geschäft mit der Schönheit wächst seit Jahren und auch im Internet präsentieren sich die Kosmetikanbieter mit wachsendem Engagement. Bereits zum vierten Mal untersucht die Studie „Kosmetik Online 2007“ die Internetauftritte der Branche und verzeichnet einen positiven Trend.

Über alle 17 getesteten Schlüsselkriterien hinweg verbesserte sich der Branchenschnitt zur letzten Studie (2005: Gesamt-Durchschnittsnote 2,7). Wie auch in den Vorjahren glänzt die Branche großteils mit top gestylten Webauftritten.

Trotz der glänzenden Fassade so mancher Website zeigt sich in der Branchenbetrachtung jedoch noch ein großes Optimierungspotential.

So liegen teilweise erhebliche formale Schwächen vor, wie beispielsweise hinsichtlich der „rechtlicher Anforderungen und Datenschutz“. Ebenfalls zeigen viele Websites inhaltliche Defizite sowie Mängel hinsichtlich der technischen Umsetzung.

Die Möglichkeiten des Mediums werden nur von einigen Branchenvertretern gut genutzt, viele Websites präsentieren sich hingegen mit wenig Kundenorientierung und fast ohne Nutz- bzw. Mehrwerte.

Gründe, die jeweilige Website noch einmal zu besuchen, bieten die Auftritte der Kosmetikmarken zu wenig. Häufig fehlen interessante Kosmetik- oder Unternehmens-Informationen, intelligente Beratungsangebote oder web-adäquate Unterhaltungselemente auf den Websites.

Die vorliegende Studie bietet nicht nur einen umfassenden Wettbewerbsvergleich sondern auch ein Branchen-Benchmarking, mit zahlreichen Best-Practice Beispielen, Inspirationen und Beispiele aus dem amerikanischen Markt sowie Anregungen für die Weiterentwicklung von Websites aus dem Themenumfeld.

[Zum Seitenanfang](#)



[Zum Bestellformular](#)

Inhaltsübersicht

Impressum
Vorwort
Zusammenfassung und Ergebnisse

A. Der Kosmetikmarkt On- und Offline

1. Der deutsche Online-Kosmetikmarkt
2. Internet & Online-Kauf
3. Internetnutzung durch Frauen
 - 3.1 Frauenanteil im Internet
 - 3.2 Nutzungsverhalten von Frauen im Internet
 - 3.3 Frauen und Kosmetikthemen im Internet

B. Wie nutzt die Kosmetikbranche das Internet?

4. Bewertungsmethodik und Bewertungskriterien
 - 4.1 Allgemeines
 - 4.2 Die geprüften 17 Schlüsselkriterien
5. Einzelbewertung der getesteten Webauftritte

Kosmetikmarken:

- 5.1 www.anziehungskraft.de
- 5.2 www.avon.de
- 5.3 www.bebe.de
- 5.4 www.clarins.de
- 5.5 www.douglas.de
- 5.6 www.dove.de
- 5.7 www.esteelauder.de
- 5.8 www.de.fa.com
- 5.9 www.garnierbeautybar.de
- 5.10 www.juvena.de
- 5.11 www.lancome.de
- 5.12 www.manhattan.de
- 5.13 www.nivea.de
- 5.14 www.pantene.de
- 5.15 www.rossmann.de
- 5.16 www.schlecker.de
- 5.17 www.womensnet.de
- 5.18 www.yvesrocher.de

6. Fazit der Einzelbewertung
 - 6.1 Formale Aspekte
 - 6.2 Konzeption
 - 6.3 Inhaltliche Aspekte

C. Sonderteil: Suchmaschinenmarketing und Affiliate Marketing

7. Bewertungsmethodik
 - 7.1 Suchmaschine-Marketing
 - 7.2 Affiliate Marketing

8. Einzelbewertungen der einzelnen Werbeauftritte

- 8.1 Suchmaschinen-Marketing
 - 8.1.1 www.anziehungskraft.de
 - 8.1.2 www.avon.de
 - 8.1.3 www.bebe.de
 - 8.1.4 www.clarins.de
 - 8.1.5 www.douglas.de
 - 8.1.6 www.dove.de
 - 8.1.7 www.esteelauder.de
 - 8.1.8 www.de.fa.com
 - 8.1.9 www.garnierbeautybar.de
 - 8.1.10 www.juvena.de
 - 8.1.11 www.lancome.de
 - 8.1.12 www.manhattan.de
 - 8.1.13 www.nivea.de
 - 8.1.14 www.pantene.de
 - 8.1.15 www.rossmann.de
 - 8.1.16 www.schlecker.de
 - 8.1.17 www.womensnet.de
 - 8.1.18 www.yvesrocher.de

- 8.2 Affiliate Marketing
 - 8.2.1 www.avon.de

- 8.2.2 www.douglas.de
- 8.2.3 www.lancome.de
- 8.2.4 www.rossmann.de
- 8.2.5 www.schlecker.de
- 8.2.6 www.yvesrocher.de

- 9. Fazit
- 9.1 Suchmaschinen-Marketing
- 9.2 Affiliate Marketing

D. Perspektiven

- 10. Globalisierung und Internet
- 10.1 Mehrsprachigkeit von Kosmetik-Webauftritten
- 10.2 Verwendung von internationalen Länderdomains
- 10.3 Content
- 10.4 Design

- 11. Weibliche Aspekte einer Internetpräsenz
- 11.1 Inhalte/Themen
- 11.2 Sprache/Tonalität
- 11.3 Web-Gestaltung
- 11.4 Frauenkonzepte im Web

- 12. Trendsetter USA
- 12.1 Surfverhalten von amerikanischen Frauen im Internet
- 12.2 Online-Shopping
- 12.3 Amerikanische Kosmetikwebsite-Trends

- 13. Potenziale für Kosmetik-Webauftritte
- 13.1 Vertrauensbildung
- 13.2 Verkaufsförderung
- 13.3 Kundenbindung

- 14. Fazit

Anhang

- Anhang 1: Noten - Gesamtübersicht 2007
- Anhang 2: Noten - Gesamtübersicht 2005
- Anhang 3: Noten - Gesamtübersicht 2003
- Anhang 4: Noten - Gesamtübersicht 2001
- Anhang 5: Gesamtübersicht - Schlüsselkriterien – Seite 1
- Anhang 6: Gesamtübersicht - Schlüsselkriterien – Seite 2
- Anhang 7: Gesamtübersicht - Schlüsselkriterien/Teilbereiche – Seite 1
- Anhang 8: Gesamtübersicht - Schlüsselkriterien/Teilbereiche – Seite 2
- Anhang 9: Schnelligkeit des Seitenaufbaus
- Anhang 10: Beispiel E-Mail-Antwort Juvena zum Thema „Pflege“
- Anhang 11: Beispiel E-Mail-Antwort Manhattan zum Thema „Make-up“
- Anhang 12: Beispiel E-Mail-Antwort Nivea zum Thema „Duschkpflege“
- Anhang 13: Noten-Gesamtübersicht Suchmaschinen- und Affiliate Marketing

Abkürzungsverzeichnis
Glossar

Zurück zum [Seitenanfang](#)



Trend Suchmaschinen-Marketing

Suchmaschinen-Marketing ist heute der am schnellsten wachsende Bereich innerhalb Europas Werbeausgaben und beansprucht den größten Anteil der europäischen Ausgaben für Onlinewerbung.

Ein Trend, der sich der Erwartung nach durch das gesamte Jahrzehnt fortsetzen wird. Zu den treibenden Kräften gehören dabei insbesondere die zunehmende Rolle des Internets im Alltag sowie die Steigerungsraten beim Online-Shopping.

Kosmetik Online 2007

Sonderteil: Suchmaschinen- und Affiliate Marketing

Die aktuelle Studie "Kosmetik Online 2007" enthält einen Sonderteil zu den Themen Suchmaschinen-Marketing und Affiliate Marketing. Dieser Sonderteil wurde in Kooperation mit dem auf Suchmaschinen-Marketing spezialisierten Dienstleister metapeople gmbh und deren Tochterunternehmen metaapes gmbh realisiert.

In diesem Sonderteil haben die Experten von metapeople und metaapes die Teilnehmer auf ihre Qualität des Suchmaschinen-Marketings hin untersucht. Zusätzlich prüften sie alle Teilnehmer mit integriertem Online-Shops noch die Qualität ihrer Affiliate Marketing-Maßnahmen. Die Untersuchung der Auftritte im Suchmaschinen-Marketing erfolgte anhand von vier bzw. bei Websites mit Online-Shops anhand von fünf Prüfkriterien. Anbieter mit einem eigenen Online-Shop wurden zusätzlich nach Aufstellung im Affiliate Marketing anhand von fünf Schlüsselkriterien getestet.

Das Ergebnis:

- Nur zwei der 17 Anbieter sind im Bereich des Suchmaschinen-marketing gut aufgestellt, der Rest erhält nur befriedigende bis mangelhafte Bewertungen für ihre Maßnahmen im Suchmaschinen-Marketing.
- Besonders bei der Optimierung der Contentseiten zeigen die Anbieter große Schwächen. Der Quelltext der überprüften Webseiten war häufig chaotisch, sowie zudem teilweise fehlerbehaftet.
- Im Schnitt erreichte die Qualität des Suchmaschinen-Marketings nur noch eine knappe Schulnote 3 „befriedigend“.
- Erst wenige Online-Shops verfügen über ein professionelles Affiliate Programm. Nur ein Shop sticht dabei als positives Beispiel heraus. Alle anderen getesteten Programme zeigen z. T. noch erhebliche Mängel in den untersuchten Bereichen.

Das Fazit: _

Was nützt die schönste Website, wenn sie nicht oder nicht häufig genug gefunden bzw. aufgesucht wird?

In Punkto Suchmaschinen-Marketing hat die Kosmetik-Branche noch Nachholbedarf. Gleichzeitig bietet dieses Segment noch ein großes Potential, da erst wenige Anbieter hier professionell aufgestellt sind.

Der ausführliche Sonderteil „Suchmaschinen-Marketing“ und „Affiliate Marketing“ der Studie bietet Ihnen:

- Eine Übersicht der Qualität des Suchmaschinen-Marketings der einzelnen Kosmetik-Website-Anbieter.
- Aufschluß über die Stärken und Schwächen der eigenen Site im Suchmaschinen-Marketing und einen umfassenden Überblick über die aktuelle Aufstellung der Konkurrenz.
- Die wichtigsten Kriterien für ein erfolgreiches Suchmaschinen-Marketing.
- Informationen dazu, wie die eigenen Online-Marketing Aktivitäten gezielt verbessert werden können.

- Praktische Handlungsempfehlungen für eine effiziente Vermarktung des eigenen Internetauftritts (z.B. hinsichtlich Provisionsmodellen, Abverkaufs-Messung, Benchmarking zu den wichtigsten Wettbewerbern, geeigneten Werbemitteln, dem Einsatz und Nutzung verschiedener Affiliate-Netzwerke etc.).

Zum Preis von EUR 1.650,- erhalten Sie die Studie "Kosmetik Online 2007" inkl. des Sonderteils "Suchmaschinen- und Affiliate-Marketing" als ausführlichen Berichtsband, einer Digitalversion sowie einer Ergebnis-Präsentation in Ihrem Hause (zzgl. MwSt und entstehender Reisekosten).

Bestellen Sie die Studie online oder per Telefax

Interessenten, die bereits die Studie Kosmetik Online 2005 erworben haben, erhalten beim Kauf einen Rabatt von 10 Prozent.

Auf Anfrage sind individuelle Auswertungen möglich.

[Zum Seitenanfang](#)

[Impressum](#)

Über netaspect

netaspect entwickelt nachhaltige webbasierte Lösungen mit klarem Fokus auf deren Nutz- und Mehrwert. Zu den Kunden zählen marktführende Unternehmen aus den Branchen Konsumgüter, Dienstleistungen, Handel oder Pharma.

Das Leistungsspektrum reicht von der Analyse über die strategische Beratung bis hin zur Umsetzung im Internet oder Intranet. Ein Unternehmensschwerpunkt liegt in dem Thema Web-Usability.

Weitere Infos:

[Über netaspect](#)

[Alle netaspect-Publikationen im Überblick](#)

[Kunden & Projekte](#)

Zum Download



netaspect-Unternehmensbroschüre

[Download als PDF](#)

Um PDF-Dokumente betrachten zu können, benötigen Sie den Adobe Acrobat Reader, den Sie hier [kostenlos downloaden](#) können.

Das Team

Das netaspect Expertenteam für die Studie Kosmetik Online 2007 verfügt über fundierte Kosmetik-Branchenkenntnis, sowie langjährige Praxiserfahrung und Expertise in den Bereichen:

- Multimedia
- Usability
- Research / Marktforschung
- Betriebswirtschaft
- Marketing

netaspect

internet & marketing

netaspect gmbh
schadowstrasse 72
40212 düsseldorf

phone: 0211-175 20 65-0
fax: 0211-175 20 65-9
e-mail: info@netaspect.com

Presseinformation

Der schöne Schein – Kosmetik-Websites im Test

Die Webauftritte der Kosmetikbranche weisen oftmals erhebliche Mängel auf - vor allem im Bereich des Datenschutzes. Das ist das Ergebnis der Studie "Kosmetik Online 2007" der Agentur netaspect. Die Experten untersuchten die Webauftritte von 18 führenden Kosmetikmarken, -portalen und -Online-Shops. Gesamtsieger ist das Portal Womensnet von Schwarzkopf & Henkel, welches in allen 17 Testkriterien überzeugt.

Verschönernde Produkte haben Konjunktur, sowie auch Webangebote rund um die Kosmetik. Doch was steckt dahinter? Die Studie "Kosmetik Online 2007" liefert Antworten.

Insgesamt überzeugt die Branche mit gutem Webdesign, weniger aber mit echten Mehrwerten, wie ausführlichen Produktinformationen, individuellen Beratungsangeboten oder überzeugenden Infotainment-Angeboten. Ein Hauptmanko bleibt - wie auch im letzten Test - die Nichtbeachtung von Datenschutz-Aspekten. Rund zwei Drittel der Kosmetikanbieter vernachlässigen diesen Aspekt. Seit 2005 hat sich die Qualität der Webauftritte insgesamt nicht verbessert. Lediglich die Top 3 Websites modernisierten ihre Angebote durch die Integration multimedialer Inhalte und interaktiver Beratungsangebote.

Testsieger ist das Kosmetik-Portal Womensnet aus dem Hause Schwarzkopf & Henkel, gefolgt von dem Markenauftritt von Nivea und dem Webshop von Douglas. Die Website der Kosmetikmarke Pantene landet hingegen auf dem letzten Rang, da sie sowohl konzeptionell als auch inhaltlich nicht überzeugt.

Die aktuelle Studie enthält erstmalig einen Sonderteil, der die Qualität des Suchmaschinen-Marketings der Branche untersucht. Dabei zeigt sich, dass knapp 90% der Webauftritte im Test noch nicht optimal auf eine Auffindbarkeit in Google & Co. vorbereitet sind.

Jennifer Apitz, Gründerin der Düsseldorfer Beratungsagentur netaspect, zieht ein Fazit: „Die Mehrheit der Internetauftritte ist gestalterisch gut umgesetzt, zeigt aber noch formale Schwächen und nutzt die Potentiale des Internets zu wenig. Nur wenige Websites bieten genug Anreize, diese wiederholt aufzusuchen.“

Ein Ansporn an alle Firmen das Make-up ihrer Internetseiten bis zur nächsten Studie nutzerfreundlich aufzupeppen.

Weitere Informationen zu den Ergebnissen der Studie "Kosmetik Online 2007" finden sich unter: www.kosmetikstudie.de.

(2.299 Zeichen)

Ansprechpartner: Manuel Löffelsend, netaspect gmbh, Schadowstr. 72, 40212 Düsseldorf
Tel. 0211-175 20 65- 0, Fax -9, Mail: m.loeffelsend@netaspect.com, Web: www.netaspect.com

[Zum Seitenanfang](#)

Online-Bestellung & Weitere Informationen

Hier haben Sie die Möglichkeit, die Studie **Kosmetik Online 2007** direkt zu bestellen, oder weitere Informationen anzufordern. Bitte benutzen Sie hierfür das folgende Formular oder_.

Ich möchte die Studie Kosmetik Online 2007 bestellen.

Bitte vereinbaren Sie einen Präsentationstermin in unserem Hause (kostenfrei nur in Verbindung mit dem Kauf der Studie)

Ich möchte mehr zur Studie Kosmetik Online 2007 wissen. Bitte nehmen Sie mit mir Kontakt auf.

Vor- und Zuname *:

Funktion:

Firma *:

Anschrift *:

PLZ und Ort *:

E-Mail *:

Telefon *:

Telefax:

Ihre Anmerkungen:

Bitte achten Sie darauf, die mit einem (*) versehenen Felder auszufüllen, damit eine reibungslose Abwicklung gewährleistet ist. Ihre Daten werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben.



Zum Preis von EUR 1.650,-- erhalten Sie einen ausführlichen Berichtsband, eine Digitalversion sowie eine Ergebnis-Präsentation in Ihrem Hause (zzgl. MwSt. und entstehender Reisekosten). Sie erhalten die Studie auf Rechnung.

Käufer, die bereits die Studie Kosmetik Online 2005 erworben haben, erhalten beim Kauf der neuen Studie Kosmetik Online 2007 einen Rabatt von 10%.

Auf Anfrage sind individuelle Auswertungen möglich.

Schlüsselkriterien:

Analysiert wurden die Internet-Auftritte nach insgesamt 17 Schlüsselkriterien aus vier Bereichen:

1. Formale Aspekte

- Auffindbarkeit in Suchmaschinen
- Aktualität
- Kontaktmöglichkeit
- Schnelligkeit und Qualität der E-Mail-Beantwortung
- Rechtliche Anforderungen und Datenschutz
- Technische Umsetzung

2. Konzeption

- Übersichtlichkeit/Verständlichkeit
- Design
- Multimediale Elemente
- Zielgruppengerechte Ansprache

3. Inhaltliche Aspekte

- Produktinformation
- Online-Bestellung
- Bezugsquellenangaben
- Beratungsangebote
- Redaktioneller Inhalt
- Unternehmenspräsentation
- Newsletter
- Interaktion

4. Mehrwerte

- Beratungsangebote
- Redaktioneller Inhalt
- Unternehmenspräsentation
- Newsletter
- Interaktion

Sollten Sie JavaScript deaktiviert haben, benutzen Sie bitte den "Zurück"-Button Ihres Browsers!

KOSMETIK ONLINE 2007 TELEFAX-BESTELLUNG

netaspect

internet & marketing

shadowstr. 72

40212 düsseldorf

Telefax: 0211-17520659

- Ja, wir bestellen hiermit die Studie "Kosmetik Online 2007" für € 1.650,-
Zum Preis von € 1.650,- erhalten Sie einen ausführlichen Berichtsband, eine Digitalversion sowie eine Ergebnis-Präsentation in Ihrem Hause (zzgl. MwSt. und entstehender Reisekosten).
- Wir interessieren uns für die Studie. Bitte nehmen Sie mit mir Kontakt auf.
- Wir haben die Studie "Kosmetik Online 2005" erworben und erhalten einen Preisnachlass in Höhe von zehn Prozent.

Vorname, Name

Firma

Position

Anschrift

PLZ/Ort

Telefon/Telefax/E-Mail

Datum und Unterschrift

Senden Sie uns dieses Formular ausgefüllt per Post oder Fax zurück. Sie erhalten die Studie auf Rechnung. Bitte haben Sie dafür Verständnis, dass wir für diese kundenfreundliche Abwicklung obige Angaben von Ihnen benötigen.

Suchmaschinen-Marketing:

Suchmaschinen-Marketing („Search Engine Marketing“ = SEM), umfaßt alle Maßnahmen einer Web-Präsenz zur Gewinnung qualifizierter Kontakte über Websuchmaschinen. Man unterscheidet bei Suchmaschinen hauptsächlich zwei große Bereiche: Organische Ergebnisse, die über Algorithmen (technisch) zu einem Thema erfasst werden und Anzeigenwerbung, die spezifisch zur Suchanfrage ausgeliefert wird. Ziel des Suchmaschinenmarketings ist, dass die Webpräsenz auf den Ergebnisseiten der Suchmaschine bei einer Suchanfrage gut gefunden wird. In Zeiten, wo das Online-Marketing im Marketing-Mix nicht mehr wegzudenken ist, ist es sehr enttäuschend, dass von den meisten großen Kosmetikmarken die Gelegenheit noch kaum erkannt bzw. wenig genutzt wird.

Sollten Sie JavaScript deaktiviert haben, benutzen Sie bitte den "Zurück"-Button Ihres Browsers!

Affiliate Marketing:

Affiliate Marketing: ist eines der wichtigsten Instrumente im Performance Marketing. Über das Affiliate Marketing lassen sich bestehender Vertriebskanäle anderer Websites für neue Möglichkeiten des Co-Branding und des Cross-Sellings nutzen. Über ein Affiliate-Programm werden "virtuelle Filial-Netzwerke" geschaffen, die die jeweiligen Produkte dann auf ihren Websites mitanbieten und verkaufen. Die Partner werden somit direkt in den tatsächlichen Vermarktungs- und Verkaufsprozess einbezogen.

Das Grundprinzip ist dabei ganz einfach: Ein Unternehmen (Merchant oder Advertiser) baut sich mithilfe von vielen kommerziellen und privaten Webseiten. Affiliates oder Publisher bauen ein virtuelles Vertriebsnetz auf. Über dieses Netzwerk werden die Produkte oder Dienstleistungen des Merchants beworben. Der Merchant stellt dabei seinen Affiliates verschiedene Werbemittel in unterschiedlichen Formaten zur Verfügung, die sie auf ihren Seiten einbinden können.

Der Merchant vergütet leistungsbezogen nur bei definierten Transaktionen (d.h. nach Klick, Lead oder Sale). Dies ermöglicht eine direkte Gegenüberstellung zwischen den Kosten für die Werbung und dem daraus resultierenden Ertrag. Der Affiliate profitiert sowohl von Werbeeinnahmen als auch von dem Mehrwert, den er seinen Besuchern bieten kann, z.B. eine größere Auswahl an Produkten und Content. Von dieser Partnerschaft profitieren beide Seiten durch eine Win-Win-Situation.

Sollten Sie JavaScript deaktiviert haben, benutzen Sie bitte den "Zurück"-Button Ihres Browsers!

Prüfkriterien Suchmaschinen-Marketing:

Darunter wurden zwei Bereiche zusammengefasst und untersucht: **Search-Engine-Optimization (SEO)** und **Search-Engine-Advertising (SEA)**.

Beide Formen der Präsenz in Suchmaschinen fasst man unter dem Oberbegriff Suchmaschinenmarketing (Search-Engine-Marketing, SEM) zusammen.

Der Prozess, Webseiten für Suchmaschinen durch eine saubere Programmierung der Webseite unter Berücksichtigung von Barrierefreiheit und sauberem Programmiercode zu gestalten, wird Search-Engine-Optimization (SEO) genannt. Bezahlte Anzeigen nennt man Search-Engine-Advertising (SEA).

Die Prüfkriterien für den Bereich Search-Engine-Optimization (SEO) waren:

- Einsprung in die Site
- Durchsuchbarkeit der Site
- Content – Qualität der Einzelseite
- Optimierung von Content-Seiten

Das Prüfkriterium für den Bereich Search-Engine-Advertising (SEA) war:

- Anzeigenwerbung in Suchmaschinen

Sollten Sie JavaScript deaktiviert haben, benutzen Sie bitte den "Zurück"-Button Ihres Browsers!

Prüfkriterien Affiliate Marketing:

Die Prüfkriterien für den Bereich Affiliate Marketing waren:

- Teilnahme an Netzwerken
- Provisionsstruktur
- Programm-Beschreibung
- Werbemittel
- Marktumfeld

Sollten Sie JavaScript deaktiviert haben, benutzen Sie bitte den "Zurück"-Button Ihres Browsers!



Unternehmen

netaspect berät seit Jahren namhafte Unternehmen und entwickelt nachhaltige, webbasierte Lösungen mit klarem Fokus auf deren Nutzen und Mehrwert.

Unternehmens-Schwerpunkt ist die Erstellung von Analysen und Konzeptionen durch interdisziplinäre Teams bestehend aus Internet-, Multimedia und Marketing-Spezialisten.

Ein Arbeits-Schwerpunkt liegt in der Thematik Web Usability, um die Qualität im Sinne der Benutzerfreundlichkeit und der Kundenerwartungen zu optimieren.

Mit Hilfe unserer speziellen Usability-, Multimedia- und Marketing-Beratungskompetenz begleitet Sie unser spezialisiertes Team bei Web-Projekten - von der Konzeption bis zum Launch. Bei geplanten Erweiterungen oder Weiterentwicklungen der Site gerne auch darüber hinaus.

Das Leistungsspektrum reicht von der Analyse über die strategische Beratung bis hin zur Begleitung der Umsetzung im Internet oder Intranet.

Stärken

- Wir erarbeiten fachübergreifend ganzheitliche Lösungen
- Wir sind unabhängig und daher objektiv und neutral
- Wir begleiten unsere Kunden bis zum Erreichen des Projektzieles
- Wir sind erfahren und kompetent
- Wir sind klein und flexibel

Geschäftsfelder

- Analyse
- Marktforschung (quantitativ - qualitativ - online)
- Strategische Beratung
- Umsetzungsberatung und Projektmanagement
- Erfolgskontrolle
- Innovations-Beratung
- Training (u.a. Internet, Marketing, Web-Usability)

...für Internet- und Intranet-Projekte.

Kunden

Zu unseren Kunden zählen marktführende nationale und internationale Unternehmen u.a. aus den Branchen Konsumgüter, Dienstleistung, Handel und Pharma.

Information und Beratung

Für Information und Beratung zur Optimierung Ihrer Webaktivitäten stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Besuchen Sie uns auch im Internet unter www.netaspect.com. Hier finden Sie weitere aktuelle und ausführliche Informationen über uns.

netaspect gmbh
internet & marketing
shadowstr. 72
40212 düsseldorf

phone 0211 - 175 20 650
fax 0211 - 175 20 659
www.netaspect.com
info@netaspect.com