

Presseinformation

360-Grad-Analyse von Website-Besuchern durch die etracker Optimization Suite

dmexco Premiere: etracker Campaign Control erlaubt Customer Journey Analysen von Online-Kampagnen

Hamburg, 04. August 2010 +++ Die etracker GmbH, ein in Europa führender Anbieter von Produkten und Dienstleistungen zur Optimierung von Websites und Online-Marketingmaßnahmen (www.etracker.com), zeigt auf der dmexco (15./16. September 2010 in Köln; Stand A-049) eine Preview des völlig neuen etracker Campaign Control – einem neuartigen Analysewerkzeug, das tiefgehende Auswertungen von Online-Marketing-Kampagnen gestattet und dabei die Fehler herkömmlicher Last-Ad-Analysen vermeidet. Mit Campaign Control baut etracker seine umfassende Produktsuite zur ganzheitlichen Website- und Kampagnenoptimierung weiter aus und festigt damit seine Position als ein Innovationsführer im Markt: Website-Betreiber gewinnen durch die etracker Optimization Suite eine echte 360-Grad-Sicht auf ihre Besucher und können alle Aspekte ihres Nutzungsverhaltens detailliert analysieren. Gemeinsam ist allen etracker Softwarelösungen, dass sie einzeln lizenzierbar und zugleich hoch integriert sind. Dabei basieren alle Lösungen auf demselben Master Tracklet, sodass sie ohne technische Änderungen schnell und unkompliziert gemeinsam genutzt werden können. etracker hat auch die Mouse Tracking-Lösung Visitor Motion weiterentwickelt und um attraktive Features ergänzt. Mit der Unlimited-Version, die erstmals auf der dmexco vorgestellt wird, sind nun auch Formular-Analysen möglich.

etracker Campaign Control basiert auf der Erkenntnis, dass die Ungenauigkeit der Last-Ad-Analyse zu falschen Budgetallokationen führt. Campaign Control verwendet daher eine völlig neue, auf Rohdaten basierende Technologie. Hierbei werden sämtliche Werbemittelkontakte von Nutzern zu einer vollständigen Customer Journey aufgezeichnet – was eine umfassende Analyse der Wechselwirkungen zwischen Multi-Channel-Kampagnen erst ermöglicht. Mit Campaign Control können Website-Betreiber feststellen, in welcher Phase der Kaufentscheidung welches Marketinginstrument am besten wirkt: lenkt der Hinweis im Newsletter die Aufmerksamkeit auf ein Produkt oder ist es das Banner? Welche Rolle spielt die Adwords-Anzeige? Dieses Vorgehen deckt die Netto-Beiträge jedes einzelnen Werbemittels zum Gesamterfolg einer Online-Kampagne erstmals auf. Außerdem stellt Campaign Control mit einem komplexen Berechnungsverfahren fest, wie sich das Marketing-Budget optimal auf die verschiedenen Online-Kampagnen und Werbeträger verteilen lässt.

„Mit Campaign Control werden zum ersten Mal strategische Budgetallokationen möglich“, erklärt Christian Bennefeld, Geschäftsführer von etracker. „Dabei ist das System sehr flexibel und beliebig erweiterbar. Dank der Rohdatenhaltung sind unterschiedliche Sichten auf die Daten in Echtzeit möglich, und auch bereits bestehende Kampagnen werden von Campaign Control automatisch und ohne manuelle Neuanlage von Tracking-URLs analysiert. Dies spart dem Anwender erheblichen Aufwand – und damit hohe Kosten beim Systemwechsel.“

Auf der dmexco feiert auch etracker Visitor Motion Unlimited, die neueste und umfangreichste Version der Mouse Tracking-Lösung von etracker Premiere. etracker Visitor Motion ermöglicht die professionelle Analyse des Nutzererlebnisses zur Optimierung der Usability. Die Lösung erfasst dafür alle Nutzerinteraktionen mit Websites – von der Mausbewegung über das Scrollverhalten und jeden Klick bis hin zu Tastatureingaben und Größenveränderungen des Browserfensters. Website-Betreiber können die Sessions einzelner Besucher nicht nur als Film abspielen, Visitor Motion verdichtet aggregiert diese Sessions zudem zu aussagekräftigen Overlay Maps. Diese visualisieren verschiedene Aspekte des Nutzungsverhaltens und Schwachstellen direkt auf der Website und geben beispielsweise Aufschluss über den Blickverlauf oder den Wahrnehmungsfokus der Besucher. Solche Analysen, die eine zielgerichtete und nutzerzentrische Usability-Optimierung ermöglichen, waren bislang ausschließlich teuren Usability Labs vorbehalten. Visitor Motion dagegen ist in der Basic-Version schon für 59 Euro netto monatlich erhältlich. Neu an Visitor Motion Unlimited ist die Formularanalyse. Damit lässt sich feststellen, wie lange Website-Besucher auf einem bestimmten Feld eines Online-Formulars verweilen, in welchem Feld sie besonders häufig Korrekturen vornehmen oder welches Pflichtfeld gar zum Abbruch des Registrierungs- oder Bestellvorgangs führt. Die Erkenntnisse, die der Website-Betreiber mit Visitor Motion über das Nutzungsverhalten der Besucher gewinnt, ermöglichen eine Konversionsraten-Optimierung bis auf Feldebene.

Über die etracker GmbH

Die etracker GmbH aus Hamburg ist mit mehr als 100.000 Kunden ein in Europa führender Anbieter von Produkten und Dienstleistungen zur Optimierung von Websites und Online-Marketing-Kampagnen. etracker bietet vier hoch integrierte Produktlinien: Während das professionelle Web-Controlling System etracker Web Analytics eine quantitative Echtzeit-Analyse des Besucherverhaltens ermöglicht, ermittelt die Online-Marktforschungslösung etracker Visitor Voice durch standardisierte Befragungen die Zufriedenheit und die Wünsche der Besucher und liefert konkrete Handlungsempfehlungen zur nutzerzentrischen Website-Verbesserung. Für punktgenaue Optimierungen erhalten Website-Betreiber mit etracker Page Feedback über Buttons ein differenziertes Meinungsbild der Besucher zu jeder einzelnen Seite ihrer Web-Präsenz. Komplettiert wird das Portfolio durch die Mouse Tracking-Lösung etracker Visitor Motion, die alle Nutzerinteraktionen mit Webseiten erfasst, Schwächen in Bedienbarkeit und Nutzerführung mit filmischer Genauigkeit aufdeckt und so eine zielgerichtete Usability-Optimierung ermöglicht. Die etracker Lösungen wurden mehrfach mit Innovationspreisen

ausgezeichnet. Daneben zeichnen sie sich auch durch ihr herausragendes Preis-Leistungs-Verhältnis aus – und sie sind zu 100 Prozent datenschutzkonform. Zu den Referenzkunden von etracker zählen unter anderen: Air Berlin, ARAG, B.Braun, Burger King, CreditPlus Bank, Dänisches Bettenlager, Fielmann, Fraport, Galeria-Kaufhof, HSBC Trinkaus & Burkhardt, Infraseriv Höchst, Jack Wolfskin, Lufthansa Worldshop, Sedo, Spiegel Verlag, T-Online, Tipp24, Travelchannel, UNICEF und United Domains.

Kontakt:

etracker GmbH
Christian Bennefeld
Alsterdorfer Str. 2a
22299 Hamburg
Tel. +49 (0)40 / 55 56 59-50
Fax +49 (0)40 / 55 56 59-59
presse@etracker.com
www.etracker.com

Möller Horcher Public Relations GmbH
Dr. Venera Souleimanova
Ludwigstr. 74
63067 Offenbach
Tel. +49 (0)69 / 80 90 96-48
Fax + 49 (0)69 / 80 90 96-59
venera.souleimanova@moeller-horcher.de
www.moeller-horcher.de