Pressemitteilung

etracker Neuheiten: flexible Cross-Segmentierung und Customer-Journey-Analysen

dmexco: die etracker Conversion Optimisation Suite eröffnet neue Dimensionen im Web-Controlling

Hamburg, 26. Juli 2011 +++ Die etracker GmbH, ein in Europa führender Anbieter von Produkten und Dienstleistungen zur Optimierung von Websites und Online-Marketingmaßnahmen (www.etracker.com), stellt auf der dmexco erstmals die neue Version 11 seiner Conversion Optimisation Suite vor. Eine weitere Neuheit präsentiert etracker mit der Advanced Edition seiner Kampagnenanalyse-Lösung Campaign Control (Köln, 21. bis 22. September, Halle 8, Stand A021/A025). Die etracker Conversion Optimisation Suite bietet Website-Betreibern völlig neue Möglichkeiten zur Cross-Segmentierung: Erkenntnisse, die mit einer der etracker Lösungen für Web-Analyse, Mouse Tracking, Online-Marktforschung oder Kampagnenanalyse gewonnen werden, lassen sich jetzt gezielt durch Daten in den anderen etracker Produkten segmentieren. Website-Betreibern eröffnen sich dadurch in puncto Erkenntnisgewinn neue Dimensionen: Sie können durch Cross-Segmentierung beispielsweise herausfinden, was Besucher mit bestimmten soziodemographischen Merkmalen auf einer Formularseite wahrnehmen. Oder wie zufrieden Besucher sind, die über ein bestimmtes Suchwort auf die Seite kommen. Für die Conversion Optimisation Suite 11 setzt etracker erstmals eine innovative Datenbanktechnologie ein, welche eine individuelle Auswertung nahezu beliebig großer Rohdaten-Mengen über alle etracker Lösungen hinweg ermöglicht. Eine weitere Neuheit präsentiert etracker mit Campaign Control Advanced. Die Advanced Edition der etracker Kampagnenanalyse-Software ermöglicht Website-Betreibern und Online-Marketing Verantwortlichen eine leicht zu benutzende und präzise Analyse der kompletten Customer Journey über sämtliche Kampagnenkontaktpunkte.

Als eigenständiges Produkt innerhalb der etracker Optimisation Suite 11 macht Campaign Control Advanced den Kampagnenerfolg ebenso transparent wie die Wirksamkeit einzelner Werbemittel, Werbepartner oder Umfelder. Darüber hinaus hat etracker in Zusammenarbeit mit Online-Marketing Spezialisten verschiedene Kennzahlen entwickelt, auf deren Basis sich zum Beispiel das Engagement der Nutzer sichtbar machen lässt, der sogenannte Customer Engagement Index. Auch diese Erkenntnisse erlauben selbstverständlich die Cross-Segmentierung mit Daten aus anderen Produkten der etracker Conversion Optimisation Suite. Website-

Betreiber erfahren beispielsweise, wie engagiert besonders zufriedene Besucher im Vergleich zu weniger zufriedenen Nutzern sind. Ebenso lassen sich auf Basis von soziodemographischen Informationen aus der Onsite-Befragungslösung Visitor Voice die Daten in etracker Web Analytics segmentieren, die wiederum in Relation zum Erfolg bestimmter Kampagnen oder Werbemittel gesetzt werden können. Website-Betreiber erkennen durch Cross-Segmentierung von Daten innerhalb der etracker Conversion Optimization Suite beispielsweise ganz konkret Folgendes: Ein bestimmter Call-to-Action-Button im Bestellformular wird von männlichen Besuchern der Altersgruppe 40-49 kaum wahrgenommen, und 80 Prozent dieser Gruppe brechen den Besuch ab. Frauen im Alter von 20-29 Jahren hingegen, die über eine bestimmte Display-Kampagne auf die gleiche Seite kommen, legen ein anderes Scroll-Verhalten an den Tag und schließen die Bestellung doppelt so häufig ab. Auf diese Weise können etracker Kunden ihre Website unter anderem zielgruppenorientiert optimieren.

Über die etracker GmbH

Die etracker GmbH aus Hamburg ist mit mehr als 110.000 Kunden ein in Europa führender Anbieter von Produkten und Dienstleistungen zur Optimierung von Websites und Online-Marketing-Kampagnen. etracker bietet fünf 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. Die Mouse Tracking-Lösung etracker Visitor Motion erfasst alle Nutzerinteraktionen mit Webseiten, deckt Schwächen in Bedienbarkeit und Nutzerführung mit filmischer Genauigkeit auf und ermöglicht so eine zielgerichtete Usability-Optimierung. Komplettiert wird das Portfolio durch etracker Campaign Control, das tiefergehende Analysen von Online-Marketing-Kampagnen gestattet und dabei Wechselwirkungen zwischen Werbemaßnahmen untersucht. 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, Fielmann, Fraport, Galeria-Kaufhof, Henkel, HSBC Trinkaus & Burkhardt, Infraserv Höchst, Sedo, SOS Kinderdörfer, Spiegel Verlag, T-Online, Tipp24, Travelchannel, TÜV Nord und United Domains.

Kontakt:

etracker GmbH
Christian Bennefeld
Erste Brunnenstr. 1
20459 Hamburg
Tel. +49 (0)40 / 55 56 59-50
Fax +49 (0)40 / 55 56 59-59
presse@etracker.com

Möller Horcher Public Relations GmbH
Niederlassung Dresden
Sandy Wilzek
Heubnerstr. 1
09599 Freiberg
Tel. + 49 (0)3731 / 2070-910
Fax + 49 (0)3731 / 2070-929
sandy.wilzek@moeller-horcher.de