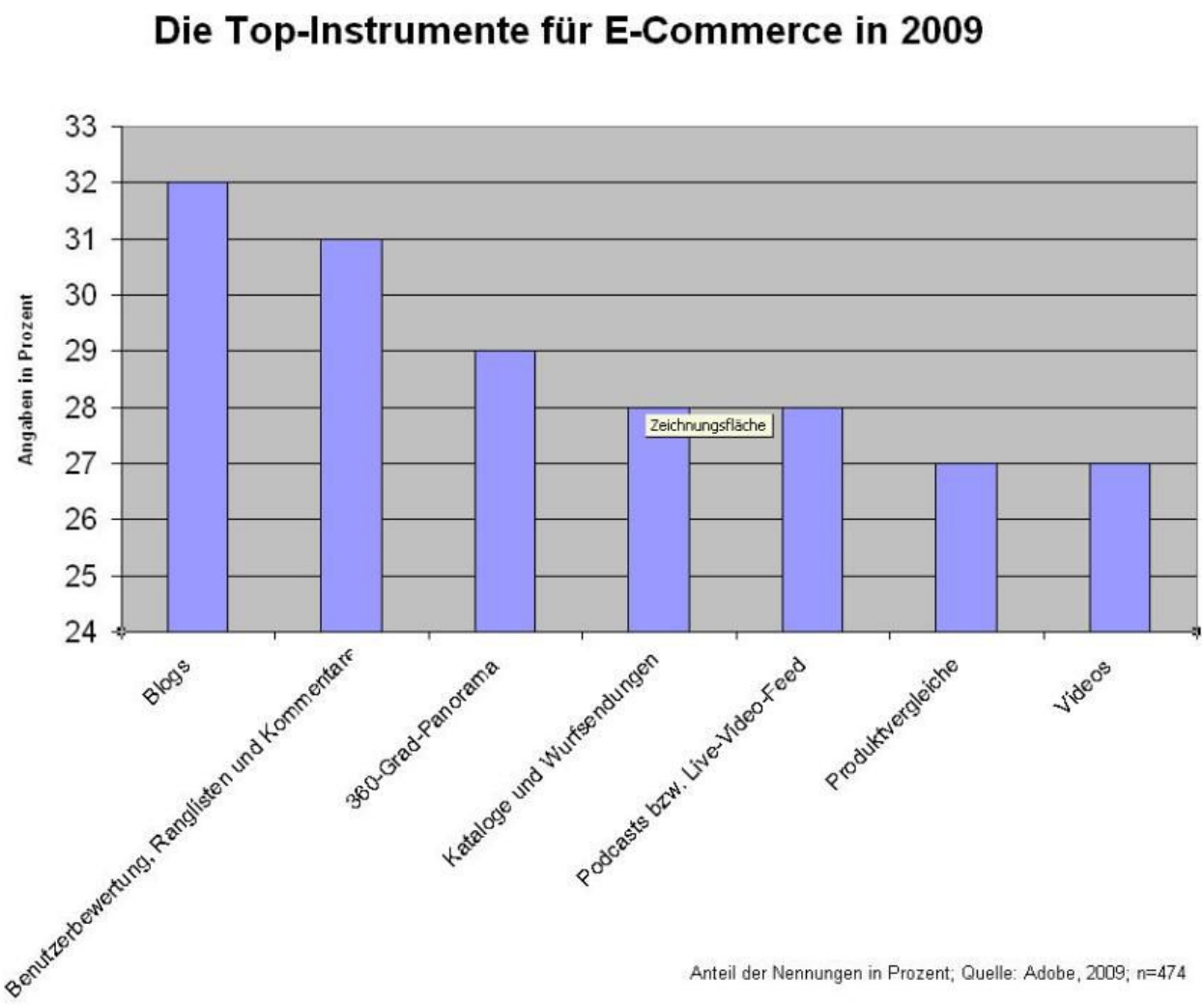
Link: https://www.computerwoche.de/a/corporate-blogs-fuer-unternehmen-immer-wichtiger,1891346

E-Commerce

Corporate Blogs für Unternehmen immer wichtiger

Datum: 30.03.2009
Autor(en): Diego Wyllie

Um die sichtbare Präsenz ihrer Marken und Produkte im Internet sicherzustellen, wollen Unternehmen aus dem Bereich E-Commerce verstärkt in Social Media investieren. Das besagt eine internationale Online-Marketing-Studie von Adobe.



Die meisten Unternehmen wollen in soziale Netzwerktechnologien und "Rich Media" investieren. Hier die wichtigsten Instrumente.

Demnach planen dieses Jahr mehr als 90 Prozent der interviewten Unternehmen in neue **Rich Media**[1]- und **soziale Netzwerktechnologien**[2] zu investieren. Weitere 32 Prozent wollen 2009 einen **Corporate Blog**[3] einrichten beziehungsweise erweitern. Benutzerbewertung, Ranglisten und Kommentare stellen für 31 Prozent der Firmen ein interessantes Investitionsfeld dar, so die Studie weiter. Mit 27 Prozent landen Produkt-Videos überraschenderweise nur auf Platz sieben.

Klickzahlen, Seitenbesuche und Kaufrate müssen stimmen

Aus der Untersuchung geht ferner hervor, dass Steigerungen der Klickzahlen und Seitenbesuche sowie der Kaufrate die wichtigsten Indikatoren zur Messung der Effektivität von eingesetzten Funktionen bleiben. Zusammen mit Umsatzzahlen und Bestellmengenberechnungen wird mit diesen Indikatoren die Effektivität von **Online-Marketing**[4]-Initiativen bemessen, so **Adobe**[5].

An der Umfrage nahmen rund 470 namhafte Händler, Agenturen, Hersteller sowie High-Tech-Unternehmen aus den USA und der EMEA-Region teil.

Links im Artikel:

[1] **https://www.computerwoche.de/knowledge_center/crm/1876451/**
[2] **https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1888597/**
[3] **https://www.computerwoche.de/index.cfm?pid=509&pk=1866746**
[4] **https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1884078/**
[5] **http://www.adobe.de/**

IDG Tech Media GmbH
Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.