

Was bringen Ihre Web-Aktivitäten wirklich?

# Web-Kennzahlen

So behalten Sie Kosten & Nutzen im Blick!

## Ihre Ziele:

- ✓ Web-Erfolge konkret messen!
- ✓ Kampagnen-Ergebnisse richtig zuordnen!
- ✓ Web-Aktivitäten zielgerichtet steuern!

## Ihr Leitfaden für ein optimales Web-Controlling:

- Online-Strategien, Kampagnen & Content richtig bewerten
- ROI-Modelle: Online-Erfolg optimal ermitteln & steuern
- Prozesse kundenorientiert gestalten & Kosten-/Nutzenvorteile nachweisen
- Ergebniscontrolling mit den richtigen Kennzahlen durchführen
- Die Web Balance als kontinuierliche Wertschöpfungskontrolle implementieren

**Workshop: Entwickeln Sie die wesentlichen Kennzahlen für Ihr Web-Geschäft!**

## Exklusive Praxisberichte:

- ✓ Strategisches Online-Kommunikationscontrolling bei MLP
- ✓ Kennzahlengestützte Web-Kampagnensteuerung bei Vodafone

Ihre Web-Experten:



Dr. Christian Bachem  
.companion Strategieberatung



Eva Buschkrei  
Vodafone D2 GmbH



Thorsten Scherer  
MLP Finanzdienstleistungen

## Wichtige Web-Kennzahlen für:

- ✓ Marketing
- ✓ Vertrieb
- ✓ Service
- ✓ Vermarktung
- ✓ Kommunikation

Hoher Lernerfolg durch begrenzte Teilnehmerzahl!

Exklusiv am

25. und 26. Juni 2008  
in Frankfurt am Main

Medienpartner:



  
**MANAGEMENT CIRCLE®**  
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Telefon-Hotline: 0 61 96/47 22-700

# Wichtige Methoden und Instrumente für ein effektives Web-Controlling!

Ihr Seminarleiter:

Dr. Christian Bachem, Geschäftsführer, „companion Strategieberatung“, Berlin

Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Seminarunterlagen **ab 8.45 Uhr**

## 9.30 Herzlich Willkommen!

- Begrüßung der Teilnehmer
- Darstellung der Zielsetzung des Seminars
- Abstimmung mit Ihren Erwartungen als Teilnehmer

## Internetgestützte Geschäftsmodelle und ihre Anforderungen an das Web Controlling

- Kommunikation: Informationsinteressen gezielt bedienen und den Wertbeitrag der Kommunikation belegen
- Marketing: Kunden identifizieren und Kaufvorbereitungen messbar unterstützen
- Vertrieb: Umsatztreiber erkennen und Kundenpotenziale ausschöpfen
- Service: Prozesse kundenorientiert gestalten und Kosten-/Nutzenvorteile nachweisen
- Vermarktung: Reichweitenpotenzial gewinnbringend anbieten

11.00 Kaffee- und Teepause

## 11.30 Potenziale, Methoden und Instrumente des Web Controllings

- Planen, Umsetzen, Messen, Verbessern: Die Optimierungsspirale des Online Marketing
- WebTracking: Nachvollziehen, wie Ihre Web-Aktivitäten genutzt werden
- Befragungen: Erkennen, wie Nutzer Ihre Website, Blogs, Wikis etc. wahrnehmen
- Inhaltsanalysen: Prüfen, welche (Marken)botschaften Ihre Webaktivitäten transportieren
- Prozess Checks: Die Performance Ihrer internen Abläufe durchleuchten
- Usability Tests: Verstehen, welches Nutzungserlebnis Ihre Online-Angebote bieten

## Fokus WebTracking: Technische Grundlagen und wie man sie nutzen kann

- Kurzes Eintauchen in die Datenflut: Logfiles, Cookies, Bots und mehr ...
- Schnelle Analyse, hoher Erkenntniswert: „Suche“ als zentrales Arbeitsfeld

13.00 Gemeinsames Mittagessen

## 14.15 Kennzahlen als Controlling-Grundlage: Von der Kennzahl zum Key Performance Indicator

- Die Prämisse: Output Intelligence statt „Analyse Paralyse“
- Der wichtige Unterschied zwischen Kennzahlen und „Kann-Zahlen“
- Wissen Sie, was Sie wissen müssen? Kennzahlen strategisch ableiten
- Weniger ist mehr: Die richtigen Kennzahlen intelligent erheben

## Kennzahlen als Controlling-Grundlage für Online-Aktivitäten

- Am Beispiel Web 2.0: Kennzahlen zur Planung von Angeboten mit nutzergeneriertem Content
- Am Beispiel E-Commerce: Kennzahlen zur Steuerung von Online-Vertriebsauftritten
- Am Beispiel Kampagnen: Kennzahlen zur Optimierung von Online-Werbung
- Am Beispiel Kommunikation: Kennzahlen zum Vergleichen von Corporate Websites

15.30 Kaffee- und Teepause

## 16.00 Strategisches Kommunikationscontrolling bei MLP

- Ausgangslage: Anforderungen an das Kommunikationscontrolling bei einem börsennotierten Finanzdienstleister
- Lösungsansatz: Möglichkeiten des vergleichenden Kommunikationscontrolling im Rahmen des Web Excellence Forum
- Ergebnisse: Erkenntnisse und Lessons Learned aus drei Jahren

Thorsten Scherer  
Abteilungsleiter Vertriebs-/Online-Marketing,  
MLP Finanzdienstleistungen AG, Wiesloch

Praxisbericht!

17.30 Zusammenfassung der Tagesergebnisse und Gelegenheit für abschließende Fragen

18.00 Ende des ersten Seminartages

## Get-Together

Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit Referenten und Teilnehmern!

# So erheben Sie die richtigen Web-Kennzahlen & steuern Ihre Online-Aktivitäten!

Ihr Seminarleiter:  
Dr. Christian Bachem

### 9.00 Es geht weiter!

- Begrüßung zum 2. Seminartag
- Klärung offener Fragen vom Vortag
- Kurze Darstellung der Zielsetzung des heutigen Tages

### 9.00 Gemeinsamer Intensiv-Workshop:

Sie entwickeln die wesentlichen Kennzahlen für Ihr Web-Geschäft. Sie wenden das gewonnene Wissen direkt im Seminar an und sichern so den optimalen Transfer in die Praxis.

#### Ablauf:

- Gemeinsame Definition von Kennzahlen für unterschiedliche Geschäftsmodelle in Kleingruppen z.B. E-Commerce, Web 2.0, Online-Kommunikation
- Jede Gruppe erstellt ein Kennzahlenset mit den für das Geschäftsmodell wichtigsten Kennzahlen
- Anschließend Präsentation und Diskussion der Gruppenergebnisse
- Abschließende Bewertung und Zusammenfassung

Die Ergebnisse des gemeinsamen Workshops erhalten Sie im Anschluss an das Seminar auf CD-ROM für eine optimale Nachbereitung!

### 12.30 Gemeinsames Mittagessen

### 13.45 Kennzahlgestützte Web-Kampagnensteuerung bei Vodafone

- Differenzierte Kampagnenbewertung für Display, Search und Partner Marketing
- Knackpunkte und Lösungsansätze für die instrumentenübergreifende Steuerung von Online-Kampagnen
- Erfahrungsbericht: Erfolgsfaktoren für Online-Vertrieb von DSL-Produkten

Eva Buschkrei  
Head of Online Marketing & Strategy E-Commerce,  
**Vodafone D2 GmbH**, Düsseldorf

Praxisbericht!

### 15.00 Kaffee- und Teepause

### 15.30 Neue Ansätze kennzahlgestützten Web-Managements: Die Web Balance®

- Der Hintergrund: Warum traditionelles Web-Tracking heute nicht mehr ausreicht
- Die Herausforderung: Wege aus dem „Euro rein/Zahlen raus“-Dilemma finden
- Die Aufgabe: Den Wert von Nutzerinteraktion auf Websites (Engagement Value) bestimmen und Antworten auf folgende Fragen liefern:
  - Welchen Wert schaffen meine Online Marken-Features?
  - Wie viel sind meine Web 2.0-Angebote wert?
  - Was leisten Nutzer-Bewertungen für meine Marke?
- Das Ziel: „Return of Online Marketing Invest“ in Euro und Cent belegen
- Das Konzept: Bestehende Tracking-Tools nutzen und intelligent erweitern
- Ihre Chance: Websites entlang der Web Balance kontinuierlich monetär bewerten und steuern

### 17.00 Zusammenfassung der Seminarergebnisse und Gelegenheit für abschließende Fragen

### 17.30 Ende des Intensiv-Seminars

#### So begeistert urteilen ehemalige Teilnehmer

- „Viele praxisbezogene Beispiele – lehrreich weit über den Seminarinhalt hinaus!“
- „Exzellente Referenten mit umfangreichen Erfahrungen und dem Blick für das Wesentliche!“
- „Inhaltlich, rhetorisch und organisatorisch top – vielen Dank!“

#### AUCH ALS INHOUSE TRAINING

##### So individuell wie Ihre Ansprüche – Inhouse Trainings nach Maß!

Zu allen Themenbereichen bieten wir auch firmeninterne Schulungen an. Ihre Vorteile: Kein Zeitverlust – passgenau für Ihren Bedarf!

Ich berate Sie gerne und erstelle Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie mich an.



**Christian Menzel**

Tel.: 0 61 96/47 22-644

E-Mail: menzel@managementcircle.de

### Was bringen Ihre Web-Aktivitäten wirklich?

Investitionen in Websites und Online-Aktivitäten steigen kontinuierlich, oft ohne dass diesen ein monetärer Gegenwert gegenübergestellt werden kann.

Dadurch wird die Refinanzierung der Investitionen, die interne Argumentation und Verteidigung von Budgets zur anspruchsvollen Aufgabe und eine gezielte Steuerung der Online-Aktivitäten immer schwieriger!

### Machen Sie Ihre Web-Aktivitäten messbar und damit steuerbar!

Erfahren Sie,

- wie Sie den Erfolg Ihrer Online-Aktivitäten konkret messen!
- wie Sie den ROI im Netz erhöhen!
- welche Einflussfaktoren Sie berücksichtigen müssen!
- wie Sie Ihre Online-Aktionen und Verkaufserfolge richtig zuordnen!
- mit welchen Instrumenten Sie Ihre Erfolge kontinuierlich messen und steuern!

Lernen Sie, aussagekräftige **Kennzahlen für Marketing, Vertrieb, Service und Vermarktung** zu erstellen. Erfahren Sie, wie Sie mit **Inhaltsanalysen, Befragungen, Web-Tracking und Usability-Tests** Web-Leistungen und -qualität messen und steuern! Hören Sie, wie Sie die **Web Balance als kontinuierliches Mess- und Steuerungsinstrument** implementieren. Decken Sie Risiken und Schwachstellen frühzeitig auf und nutzen Sie Ihre Verbesserungspotenziale vollständig aus!

### Ihr PLUS:

Entwickeln Sie die wesentlichen Kennzahlen für Ihr Web-Geschäft im **Seminar-Workshop**. Sie wenden das gewonnene Wissen direkt im Seminar an und sichern so den optimalen Transfer in die Praxis.

### Direkt aus der Praxis

Profitieren Sie von den **exklusiven Praxisberichten** und hören Sie, wie strategisches Kommunikationscontrolling bei MLP erfolgreich umgesetzt wird und wie Vodafone Web-Kampagnen kennzahlengestützt steuert.

### Sie haben noch Fragen? Gerne!

Rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Gerne berate ich Sie persönlich und beantworte Ihre Fragen zum Seminar.



*Melanie Hilbert*

**Melanie Hilbert**

Konferenz Managerin

Tel.: 0 61 96/47 22-630

E-Mail: hilbert@managementcircle.de

### Dr. Christian Bachem

ist Gründer und Partner der Strategieberatung **.compani-on**. in Berlin und berät international führende Unternehmen zu den Themen Web 2.0, Marketing in digitalen Medien, Web-Kommunikation und Web-Controlling. Seit 2005 ist Christian Bachem 2. Vorsitzender des Web Excellence Forum e.V. Parallel ist er als Dozent in der Führungskräfteweiterbildung aktiv, unter anderem im Rahmen von MBA-Programmen an der Uni St. Gallen und der Steinbeis Hochschule Berlin. Durch sein langjähriges Engagement als Berater, Autor, Referent und Mitglied diverser Fachgremien hat Christian Bachem den deutschen Online-Markt aktiv mitgestaltet und sich branchenübergreifend Anerkennung als Experte der ersten Stunde erworben.

### Eva Buschkrei

ist als Head of Online Marketing & Strategy E-Commerce bei **Vodafone D2 GmbH** in Düsseldorf zuständig für den Online Abverkauf sowie die Kontrolle und Optimierung von Web-Aktionen. Zuvor war Eva Buschkrei zehn Jahre bei der Deutschen Telekom in unterschiedlichen Positionen im In- und Ausland tätig. Nach dem Abschluss zur Diplom Kauffrau an der Universität Münster und Universidad de Zaragoza/Spainien war sie zunächst bei der Sony Deutschland GmbH als Trainee und später im Channel Management tätig.

### Thorsten Scherer

ist Abteilungsleiter Vertriebs-/Online-Marketing bei der MLP **Finanzdienstleistungen AG** in Wiesloch und verantwortet die Themenfelder Vertriebsmarketing, Online-Marketing, Sponsoring und Messen. In der Online-Kommunikation konzentriert er sich insbesondere auf das Web-Controlling und ist seit Anfang 2005 im Web Excellence Forum engagiert.

#### Medienpartner:



Das e-commerce magazin beschäftigt sich mit allen Aspekten von elektronischen Handelsprozessen einschließlich deren Anbindung an interne oder externe IT-Infrastrukturen. Dazu zählen z.B. Shopsysteme, E-Procurement, E-Payment, E-Marketing, Kundenbeziehungsmanagement; Auktionsysteme, Warenverfolgung, RFID, Logistiksysteme usw. sowie die dazugehörige Infrastruktur (z.B. Transaktions-, Kassen-, Stagesysteme) und die notwendigen Kommunikations- und Integrationstechniken wie EAI, Mobile Commerce, Webservices, Security etc. Hierbei zeigt das e-commerce magazin praxisbezogene Lösungen, die v.a. den betriebswirtschaftlichen Aspekt und den Nutzen der technischen Anwendung darstellen.

Homepage: [www.e-commerce-magazin.de](http://www.e-commerce-magazin.de)

## 3 gute Gründe, sich noch heute anzumelden

- ① Sie lernen, den **Erfolg Ihrer Online-Aktivitäten** zu ermitteln und zu bewerten!
- ② Sie informieren sich über **wichtige Kennzahlen** zur erfolgreichen Ermittlung und **Steuerung des ROI!**
- ③ Sie lernen mit der **Web-Balance** Ihre Web-Aktivitäten **kontinuierlich zu messen und zu steuern!**

## Wen Sie auf diesem Seminar treffen

Leiter und leitende Mitarbeiter aus den Bereichen **Marketing, E-Business, E-Commerce, Web 2.0, Informationsmanagement, Onlinekommunikation, E-Communications, Vertrieb, PR, Internet, Intranet, Neue Medien, Media Management, Business Development** und **Controlling**. Weiterhin wenden wir uns an Geschäftsführer und an der Thematik interessierte Unternehmensberater.

## Termin und Veranstaltungsort

**25. und 26. Juni 2008 in Frankfurt am Main**  
Innside Premium Hotel Frankfurt Niederrad  
Herriotstraße 2  
60528 Frankfurt  
Tel.: 069/67732-0  
Fax: 069/67732-222  
E-Mail: frankfurt.niederrad@inside.de

### Zimmerreservierung

Für die Seminarteilnehmer steht im Seminarhotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

Mit der Deutschen Bahn **ab € 69,- zur Veranstaltung.**  
Infos unter:  
[www.managementcircle.de/bahn](http://www.managementcircle.de/bahn) 

## Über Management Circle

**Management Circle** steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen. Die Management Circle AG zählt mit einem umfangreichen Weiterbildungsprogramm zu den **Marktführern** im deutschsprachigen Raum. Informieren Sie sich aktuell und umfassend unter: [www.managementcircle.de](http://www.managementcircle.de)

## So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 1.795,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

## Web-Kennzahlen

Ich/Wir nehme(n) teil am:

**25. und 26. Juni 2008 in Frankfurt am Main** 06-58230

1	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
2	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
3	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
	FIRMENNAME
	STRASSE/POSTFACH
	PLZ/ORT
	TELEFON/FAX

MITARBEITER:  BIS 100  100-200  200-500  500-1000  ÜBER 1000

### Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist!

Sie erhalten so schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

E-MAIL  
(MIT NENNUNG MEINER E-MAIL-ADRESSE ERKLÄRE ICH MICH EINVERSTANDEN, ÜBER DIESES MEDIUM INFORMATIONEN DER MANAGEMENT CIRCLE GRUPPE ZU ERHALTEN.)

DATUM UNTERSCHRIFT

ANSPRECHPARTNER/IN IM SEKRETARIAT:

ANMELDEBESTÄTIGUNG BITTE AN: ABTEILUNG

RECHNUNG BITTE AN: ABTEILUNG

**Datenschutz-Hinweis:** Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten. (§28 VI BDSG)

## Anmeldung/Kundenservice



Telefon: **+49 (0) 61 96/47 22-700**  
Fax: **+49 (0) 61 96/47 22-999**  
E-Mail: **[anmeldung@managementcircle.de](mailto:anmeldung@managementcircle.de)**  
Internet: **[www.managementcircle.de/06-58230](http://www.managementcircle.de/06-58230)**  
Postanschrift: **Management Circle AG**  
**Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.**  
Telefonzentrale: **+49 (0) 61 96/47 22-0**