

Trends im Webcontrolling 2013

*In diesem Jahr wird das Konzept der „Customer Journey“ zum Mainstream-Wissen /
Fünf Mindlab-Thesen zu den Entwicklungen in der Erfolgskontrolle*

Esslingen am Neckar, 9. Januar 2013 – [Mindlab Solutions](#), Spezialist für Webcontrolling, beschäftigt sich seit mehr als zehn Jahren mit Webcontrolling und berät Unternehmen wie Spiegel Online und die Postbank. Bernd Ebert, CTO bei Mindlab, hat fünf Thesen zu den Webcontrolling-Trends des Jahres 2013 aufgestellt. Mit folgenden Aspekten sollten sich vor allem Web-Analyse- und Controlling-Spezialisten in diesem Jahr auseinandersetzen.

1) **Customer Journey wird Mainstream, ganzheitliches Controlling gefragt**

„Customer Journey“ wird in den Marketing-Abteilungen der Unternehmen zum gängigen Begriff. Auch hier setzt sich die Erkenntnis durch, dass potenzielle Kunden ihre Entscheidungen auf ihrem Weg entlang der unterschiedlichen Kontaktpunkte treffen und es die Aufgabe des Unternehmens ist, diesen ein durchgängig stimmiges und wenn möglich einzigartiges Bild zu liefern. Bisher hatten Werbe- und Media-Agenturen hier einen Wissensvorsprung. Manche haben diesen dazu genutzt, die Wahl der Kanäle zu ihrem Vorteil zu steuern. Der emanzipierte Kunde nimmt nun verstärkt eine ganzheitliche Sicht ein und betrachtet Kampagnen in ihrer Wirkung über alle Kanäle hinweg. Er hinterfragt die von den Agenturen präsentierten Ergebnisse und fordert verstärkt ein umfassendes Controlling ein, das den Erfolgsbeitrag jedes einzelnen Kanals abbilden kann.

2) **Maximale Kundennähe durch Social-Media-Daten direkt vom Hersteller**

Bisher werden Daten aus sozialen Netzwerken wie Facebook, LinkedIn oder Xing vor allem mit externen Tools analysiert. Diese können allerdings nicht alle Daten liefern, die für Marketing-Verantwortliche spannend wären. Die Social-Media-Anbieter selbst haben hingegen uneingeschränkten Zugriff zu allen wertvollen Daten auf ihren Plattformen. Wenn sie diese in Zukunft verstärkt in Form von Analysen auch am Markt anbieten eröffnen sich ihnen neue Einnahmequellen und Marketingprofis erhalten Informationen in bisher nicht gekanntem Umfang. Nutzerprofile, Präferenzen, aktuell diskutierte Themen und Trends können sie ihren Kunden so nahe bringen wie nie zuvor.

3) **Optimierte endgeräteübergreifende Darstellung auch durch Webcontrolling**

Durch „responsives Design“ passen sich Webinhalte in ihrer Darstellung flexibel an unterschiedliche Endgeräte an. Dabei funktionieren die Inhalte über die ganze Bandbreite der Endgeräte – vom großen Bildschirm des Desktops, über Tablets bis hin zu Smartphones. Responsives Design wird 2013 immer öfters zum Einsatz kommen. Webcontroller spielen bei dessen Optimierung eine wichtige Rolle: sie helfen dabei, dass Schwachstellen und Fehler in der Darstellung von Webseiten und Inhalten entdeckt werden. Mit diesen Informationen kann der Webseitenbetreiber seine Inhalte entsprechend formatieren, um sie wirklich auf allen Endgeräten einwandfrei abzubilden.

4) **Individuelle Webseiten, übergreifende Analyse**

Webseiten sind heute nicht mehr statisch, sondern hochdynamisch. Sie bestehen immer öfter aus einzelnen Elementen, die sich an individuelle Einstellungen, verschiedene Betriebssysteme aber auch Marktgegebenheiten anpassen. Jeder Besucher sieht also eine personalisierte Webseite, die

er auf seine Interessen und Vorlieben angepasst hat. Dieser Trend stellt das Webcontrolling vor die Herausforderung, über Analysemethoden zu verfügen, die diese dynamischen Seitenzusammenstellungen sowohl inhaltlich als auch methodisch abbilden können, um signifikante, übergreifende Aussagen zu ermöglichen.

5) **Big Data im Griff**

Die größte Herausforderung besteht laut Bernd Ebert in der zielgerichteten Auswertung der immensen Datenmengen, die mittlerweile generiert werden. Jede Berührung eines Kunden mit einem Kontaktpunkt – vom Online-Shop über den Newsletter, von der Website bis zur App – generiert wertvolle Daten. „Hier sehen wir besonders für Social Media große Chancen“, so der Mindlab CTO. „Mit den richtigen strategischen Analysen können Controller in den Unternehmen helfen, dass Produktentwicklung, Marketing, Sales und andere Abteilungen ihre Kunden besser verstehen und mit ihnen langfristig erfolgreich zusammenarbeiten.“

* * *

Über Mindlab Solutions

Mindlab Solutions ist der erfahrenste deutsche Spezialist für hochkarätiges Web- und App-Controlling. Seit mehr als zehn Jahren liefern wir unseren Kunden effiziente und hochindividuelle Lösungen, die aus einem tiefgehenden Verständnis für ihre Anforderungen resultieren. Unsere agile Produktfamilie netmind ist extrem performant und skalierbar, lässt sich schnell implementieren und kann sowohl im In-House- als auch im ASP-Betrieb bereitgestellt werden. Gleichzeitig werden aktuellste Richtlinien und Gesetze der Datensicherheit und zum Schutz der Privatsphäre berücksichtigt.

Durch den Einsatz von netmind erhalten unsere Kunden 100% genaue Echtzeit-Informationen über das Nutzerverhalten von Webseiten und mobilen Applikationen (Apps). Anhand der gewonnenen Informationen gelingt es ihnen ihre Online-Aktivitäten gezielt zu steuern und mehr Transparenz und Entscheidungssicherheit zu erhalten. Dies führt zu Kostenreduktion, Umsatzsteigerung und einer Verbesserung der Kundenzufriedenheit.

Das Unternehmen Mindlab Solutions GmbH wurde 1999 als Spin-Off des Fraunhofer IAO gegründet, hat seinen Stammsitz in Esslingen am Neckar und beschäftigt heute rund 30 Mitarbeiter.

Kontakt

Paulina Landes

Hotwire PR

Tel.: 069-25 66 93-31

E-Mail: paulina.landes@hotwirepr.com