

Analytics oder **Web-Analytics-Programm**: Analyse der Daten, die aufgrund der Aktivitäten von Besuchern auf Websites oder in mobilen Apps generiert werden und dem Zweck dienen, Möglichkeiten zur Optimierung von Websites und Marketingkampagnen zu finden.

Beispiel: "Ich nutze Web-Analytics-Programme, um anhand der Daten meine Website zu optimieren."

Mobile App (Anwendung): – Programm, das für den Einsatz auf Smartphones, Tablets und anderen mobilen Geräten entwickelt wurde.

Beispiel: "Mein Haus muss gestrichen werden, deshalb habe ich mit einer lokalen App nach einem geeigneten Dienstleistungsunternehmen in meiner Nähe gesucht."

Banneranzeige: Anzeige, die auf Webseiten und in mobilen Apps, gewöhnlich im Bildformat, geschaltet wird.

Beispiel: "Ich nutze Banneranzeigen, um neue Kunden auf meine Website zu führen."

Blog: Tagebuchartig geführte Website zu einem bestimmten Thema.

Beispiel: "Ich lese jede Woche einige Blogs, um Trends im Malergewerbe im Blick zu behalten."

Browser: Computerprogramm zur Darstellung von Webseiten im Internet; wird auf Desktop-Computern, Tablets und Smartphones verwendet. Beispiele sind Chrome, Firefox, Internet Explorer und Safari.

Beispiel: "Je nachdem, welchen Browser ein Nutzer verwendet, sieht meine Website anders aus. Ich weiß allerdings nicht, weshalb das so ist."

Klickrate (Click-through Rate – CTR): Anzahl der Klicks auf eine Anzeige, im Verhältnis dazu, wie oft die Anzeige geschaltet wird.

Beispiel: "Meine Klickrate auf Anzeigen über Außenanstriche liegt bei 2 %, meine CTR auf Anzeigen zu Wandbildern dagegen bei unter 1 %."

Content oder Inhalt: Digitales Material, das Nutzern über Text, Video, Audio, Bilder usw. zur Verfügung steht.

Beispiel: "Ich stelle weitere Bilder und Videos auf meine Website, damit sie interessanter wird."

Conversion oder **Ziel**: Aktionen, die Nutzer auf einer Website ausführen sollen. Hierzu gehören beispielsweise E-Commerce-Einkäufe, Abonnements, Telefonanrufe und das Abspielen von Videos.

Beispiel: "Mein Hauptziel ist, dass Besucher auf meiner Website eine Beratung buchen. Die Registrierung für einen E-Mail-Newsletter werde ich allerdings auch als Conversion."

Conversions-Optimierung: Maßnahmen, die dazu dienen, dass mehr Besucher die vorgesehenen Aktionen ausführen.

Beispiel: "Sobald ich die Bilder zu den Innenanstrichen in meine Website eingefügt habe, konzentriere ich mich auf die Conversions-Optimierung."

Conversion-Rate: Verhältnis aus Conversions zu Besuchen, das oft zur Analyse der digitalen Leistung verwendet wird.

Beispiel: "Meine Conversion-Rate bei Außenanstrichen ist bei männlichen Besuchern sehr niedrig. Allerdings weiß ich nicht, woran das liegt"

Kosten pro Klick (Cost-per-Click – CPC) - Der Geldbetrag, der erforderlich ist, um einen einzigen Klick auf einer digitalen Anzeige zu erzeugen.

Beispiel: "Der Cost-per-Click scheint an Wochenenden höher sein zu müssen. Deshalb lasse ich meine Kampagnen nur unter der Woche laufen."

Crawler oder **Spider:** Ein Programm, das entwickelt wurde, um systematisch Inhalte im Internet zu durchsuchen und Informationen zu sammeln, mit denen Nutzer das finden, wonach sie suchen.

Beispiel: "Ich habe Angst vor Spinnen, aber nicht vor denen, die mir helfen, dass meine Website in Suchmaschinen zu sehen ist."

Desktop-Computer: Nicht mobiles Gerät, z. B. ein PC oder Mac.

Beispiel: "Zu Hause bevorzuge ich einen Desktop-Computer, aber unterwegs verwende ich mein Tablet."

E-Commerce: Onlineverkauf von Produkten und Dienstleistungen.

Beispiel: "Ich werde meinen Malerservice mit Hilfe von E-Commerce ausweiten."

E-Mail-Marketing: Verwendung von E-Mail-Nachrichten für Werbung für Produkte und Dienstleistungen.

Beispiel: "Ich nutze E-Mail-Marketing, um meine Kunden über Sonderangebote in meinem Malerbetrieb zu informieren."

Startseite: Die einleitende Hauptseite einer Website.

Beispiel: "Auf meiner Startseite sehen Besucher Beispiele meiner schönsten Projekte."

HTML: Hypertext Markup Language. Eine Sprache, die von Webentwicklern zum Erstellen einer Website verwendet wird.

Beispiel: "Meine Website wurde in HTML geschrieben."

Impressionen: Jedes Mal wenn Ihre Anzeige geschaltet wird, zählt dies als eine Impression.

Beispiel: "Mit meiner neuen Marketingkampagne für Küchen habe ich Tausende von Impressionen erzielt, aber ich bin nicht sicher, ob ich auch schon Produkte verkauft habe."

Index: Durchsuchbarer Katalog mit Webseiten und digitalen Inhalten, der von einer Suchmaschine genutzt wird, um relevante Ergebnisse bereitzustellen.

Beispiel: "Seit meine Website im Suchmaschinenindex gelistet ist, finden Nutzer sie viel leichter."

Keyword: Wörter oder Wortgruppen, die Nutzer in Suchmaschine eingeben und auf die Unternehmen ihre Werbekampagne ausrichten können.

Beispiel: "Wenn Nutzer den Suchbegriff 'Maler Berlin' eingeben, wird meine Anzeige geschaltet."

Zielseite: Die Seite einer Website, auf die der Nutzer weitergeleitet wird. Dabei handelt es sich nicht unbedingt um die Startseite.

Beispiel: "Ich füge einen Coupon auf meiner Zielseite ein, damit meine Websitebesucher zum Kauf angeregt werden."

Link: Text oder Bild, das den Nutzer auf eine Website oder eine bestimmte Seite einer Website weiterleitet.

Beispiel: "Seit in einem bekannten Blog über Innenausstattung ein Link zu meiner Website gesetzt wurde, sind meine Besucherzahlen gestiegen."

Mobilgerät: Tragbares Gerät, wie Smartphone oder Tablet, das sich mit dem Internet verbinden kann und auf dem Apps laufen.

Beispiel: "Meine Mutter hat zu ihrem Geburtstag ein Tablet und ein Smartphone bekommen, sodass sie jetzt genauso wie ihre Enkelkinder Mobilgeräte nutzt."

Natürlicher oder **Organischer Eintrag**: Ergebnis einer Suchmaschine, bei dem es sich **nicht** um bezahlte Anzeigen handelt.

Beispiel: "Je höher meine Website im Ranking natürlicher Einträge einer Suchmaschine ist, desto mehr Zugriffe erhalte ich."

Bezahlter Eintrag: Bezahlte Anzeigen, die auf Suchergebnisseiten geschaltet werden.

Beispiel: "Ich denke darüber nach, dafür zu bezahlen, dass meine Website in den bezahlten Einträgen zu sehen ist, damit mehr Nutzer meine Website besuchen."

Pay-per-Click (PPC): Werbesystem, beim dem Werbetreibende dafür bezahlen, dass Nutzer auf Ihre Anzeigen klicken.

Beispiel: "Ich werde Pay-per-Click nutzen, um für meine neuen Wandfarben zu werben."

Suchanfrage oder **Suchbegriff**: Wort oder Wortfolge, die ein Nutzer in eine Suchmaschine eingibt, um das zu finden, wonach er sucht.

Beispiel: "Wenn Nutzer den Suchbegriff 'friseur' eingeben, suchen sie vielleicht nach Tipps zum Selbermachen oder ein entsprechendes Geschäft."

Ranking: Position in der Ergebnisliste einer Suchmaschine.

Beispiel: "Ich hoffe, dass ich es schaffe, meine Website im Ranking der Suchmaschinen ganz oben zu positionieren."

Suchmaschine: Programm, das relevanten Online-Content auflistet, wenn Nutzer eine Suchanfrage stellen." Zu den bekanntesten Suchmaschinen gehören Google, Bing, Yahoo, Ask.com und AOL.

Beispiel: "Ich verwende Suchmaschinen für die Suche nach Trends bei Innenausstattungen."

Suchmaschinenoptimierung (SEO): Maßnahmen, die dazu dienen, dass Webseiten in den organischen, also den unbezahlten Suchergebnissen an höheren Positionen zu sehen sind.

Beispiel: "Dank der Investition in SEO konnte ich meine Website im Suchmaschinenranking höher positionieren."

Suchmaschinenmarketing (SEM): Werbemaßnahmen, um Websitebesucher über Suchmaschinen zu gewinnen, beispielsweise Anzeigen, die geschaltet werden, wenn Nutzer eine Suchanfrage stellen. Auf diese Weise sind Unternehmen genau dann präsent, wenn Nutzer nach ihren Produkten oder Dienstleistungen suchen.

Beispiel: "SEO ist ein langer Prozess, aber mithilfe von SEM konnte ich wirklich schnell mehr Traffic für meine Website generieren."

Search Engine Result Page (SERP): Ergebnisseite, die nach Eingabe eines Suchbegriffs in eine Suchmaschine angezeigt wird.

Beispiel: "Als ich nach 'hochglanzfarbe in großen mengen kaufen' gesucht habe, stellte ich fest, dass die SERP sowohl organische als auch bezahlte Einträge enthält."

Sitzung oder Besuch: Interaktionen, die auf Ihrer Website innerhalb eines bestimmten Zeitrahmens stattfinden. Beispielsweise kann eine einzelne Sitzung mehrere Seitenaufrufe und E-Commerce-Transaktionen umfassen.

Beispiel: "Ich habe im letzten Monat 2.000 Besuche auf meiner Website verzeichnet, aber was für mich wirklich zählt, ist, ob diese Besuche in Umsätzen resultieren."

Social Media: Gesamtheit der digitalen Technologien und Medien, über die Nutzer miteinander kommunizieren und Inhalte austauschen.

Beispiel: "Social Media verändern sich ständig, deshalb habe ich meine Nichte gebeten, eine Strategie für soziale Netzwerke zu erarbeiten."

Soziales Netzwerk: Community einzelner Personen, die Inhalte erstellen und teilen.

Beispiel: "Soziale Netzwerke sind möglicherweise geeignet, um meine Wandmalereien für den Eingangsbereich vorzustellen und neue Kunden zu gewinnen."

Traffic-Akquisition: Zugriffe, also **Traffic**, für Websites, mobile Apps und andere digitale Ressourcen erzielen.

Beispiel: "Meine Akquisitionsstrategie zielt auf Nutzer ab, die vor Kurzem eine Bestandsimmobilie gekauft haben."

Einzelner Besucher: Bestimmter Besucher auf einer Website während einer festgelegten Zeitspanne.

Beispiel: "Ganz gleich, wie oft Onkel Tim meine Website aufruft, er ist immer noch ein einzelner Besucher."

Uniform Resource Locator (URL): Unverwechselbare Adresse einer Website, einer Webseite oder von digitalem Content im Internet.

Beispiel: "Wenn Tante Anne meine Website aufrufen möchte, muss sie die URL in ihren Browser eingeben."