

Nauwelijks mobiele marketing door webwinkelier

13-02-2009 00:00

E-tailers zien mobiele marketing nog niet als serieuze optie. Het marketingbudget van webwinkeliers (met name kleine tot middelgrote webwinkels) gaat vooral naar zoekmachinemarketing. Dat blijkt uit onderzoek van Traffic Builders en MarketShare, aldus Emerge op zijn website.

Methoden als bloggen, forumdeelnamen, mobiele marketing of gaming worden sporadisch ingezet door de thuiswinkelbranche. De online retailers zetten vooral zoekmachinemarketing in.

Online marketing mag in deze doelgroep wel rekenen op ruime belangstelling, 87 procent maakt er gebruik van. Bijna de helft gebruikt zelfs enkel online methodes in de marketingmix.

Ruim 62 procent van de respondenten geeft aan tevreden te zijn over zoekmachineoptimalisatie (SEO). Over het adverteren in zoekmachines (SEA) is men in vergelijking minder tevreden. Bijna 48 procent is tevreden, maar het percentage zeer tevreden respondenten ligt bij SEA met 10,5 procent lager dan bij SEO met 21,1 procent.

De ROI van zoekmachineoptimalisatie (SEO) kan rekenen op veel tevredenheid. Andere online marketingmethoden die ook in de belangstelling staan, als e-mailmarketing of affiliatemarketing, volgen hierin op ruime afstand.

Traffic Builders en MarketShare ondervroegen 103 webwinkels over hun marketingmix.