



PARTNER FÜR
IHREN ERFOLG

Ihre Onlinepräsenz
erfolgreich sichtbar
machen

Libri.Campus

Eugénie Triebel | 08.05.2025 | www.libri.de

1	Authentizität & Persönliche Bindung
2	Aktualität (und Regelmäßigkeit)
3	Sichtbarer Content

1. Erfolgsfaktor: Authentizität & Persönliche Bindung

Vertrauen schaffen

a. Unverwechselbare Identität und Individualität schaffen ...

- Prägnantes, einfaches wiedererkennbares Logo
- Klarer und markanter Name
- Mitarbeiter Vorstellung
- Geschichte der Buchhandlung (wofür steht die Buchhandlung)
- Individuelle Elemente (Homepage, Experten)
- Kontrastreiche und lesbare Farbpalette
- Individuelle gute Fotos (Stockfotoanteil möglichst niedrig halten)

... von allen klar **ersichtlich**.



**Jetzt einfach per Whats App
bestellen 089 8948848**

Alle Sortimente ▾ Suche nach Titel, Autor, Stichwort, ISBN ...



Erweiterte Suche



Bücher eBooks toline Filme Veranstaltungen Tonies Internationale Bücher Alle Kategorien



0

Willkommen im LeseZeichen - wir machen Germering lesenswert



Der schnellste Weg zum Buch -
hier gehts zu unseren
Bestellmöglichkeiten



Öffnungszeiten und Standort



Buchtipps der Mitarbeiter



Kulturpass - alle Infos hier



Manga entdecken

Manga Empfehlungen

Entdecke Buchempfehlungen aus unserer Manga Community

[Manga entdecken...](#)



Unbegrenzt überall Bücher lesen

Mit dem tolino und der tolino Cloud immer und überall Bücher dabei
haben. Egal ob auf dem Reader, Tablet oder Handy...

[tolino Welt entdecken...](#)



Bücher und mehr

Hier finden Sie alle Infos rund um die Buchhandlung, unser Sortiment
und noch viel mehr

[Buchhandlung entdecken](#)

Öffnungszeiten

Montag – Freitag
09:00 Uhr bis 18:00 Uhr
Samstag
09:00 Uhr bis 13:00 Uhr

Kontakt

Telefon: 02293 6318
Mobil/ WhatsApp: 0176 233 955 94
Email:
buchhandlung-lesezeichen@web.de

Click and Collect hier im Shop

Bestellungen Montag – Freitag bis 18:30 Uhr
Abholung am folgenden Werktag im Laden



Alle Sortimente ▾

Suche nach Titel, Autor, Stichwort, ISBN ...



Erweiterte Suche



Bücher

eBooks

tolino

Internationale Bücher

Hörbücher

Filme

Alle Kategorien



Gefördert von



Die Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



**Börsenverein des
Deutschen Buchhandels**



Die draußen Lesesaison beginnt!

Liebe Kundinnen und Kunden

Der Frühling zeigt sich mit dem sonnigen Wetter von seiner prächtigsten Seite! Wir halten seitenweise tolles Lesefutter für die Saison im Freien bereit. Romane, Gartenbücher oder die ersten neuen Bücher fürs Reisegepäck wollen entdeckt werden.

Öffnungszeiten täglich durchgehend:

Montag - Freitag
9:00 Uhr bis 18:00 Uhr

Samstag:
9:00 Uhr - 13:00 Uhr

Nutzen Sie auch gerne WhatsApp oder Signal als Bestellmöglichkeit!

Kontakt:

Mobil / WhatsApp oder Signal: 0176 23395594
Email: buchhandlung-lesezeichen@web.de
Telefon: 02293 - 6318

Wir freuen uns auf ein Treffen im Laden.

Wir verschenken 50 Findebücher!

Ob Straßenbahn, Wochenmarkt oder Parkbank ... wer sucht, der kann eines unserer Findebücher aufspüren.

[mehr Infos](#)

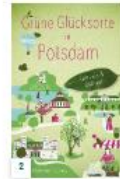
50 Jahre - 50 Bücher - 50 Findebücher

Potsdam erlesen [Alle anzeigen](#)



Der Garten meines Vaters Karl
Foerster
Marianne Foerster
Gebundene Ausgaben

38,00 €*



Grüne Glücksorte in Potsdam
Steffi Klemm mit Lunau
Taschenbücher

15,99 €*



Verborgenes Potsdam
Holger Gumprecht
Taschenbücher

18,95 €*



Potsdam abseits der Pfade
Holger Gumprecht
Taschenbücher

14,90 €*



Potsdam - Stadt der Schilfasser
Manuel Roy
Uwe Schiefeldecke, Sybille
Wesenberg
Gebundene Ausgaben

17,90 €*



Breite Straße
Barbara Kuster
Gebundene Ausgaben

22,00 €*



Virtueller Rundgang



Virtueller Rundgang im kleinen Laden nebenan



12 Mai 19:00 Uhr

Wir tauchen in den vielfältigen Kosmos der Neurodiversität ein.
Kathrin Köller & Irmela Schautz



Worklife

Buchhändlerinnen lesen immer, oder etwa nicht? Folgt uns auf

[Instagram](#)

Vertrauen schaffen

... auch mit dem BFGG

Wofür steht das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz?

Wahrnehmbar



Inhalte sind über mehrere Sinne zugänglich.

Bedienbar



Funktionen sind einfach nutzbar.

- *Seite ist mit Tastatur bedienbar*

Verständlich



Inhalte und Bedienung sind klar.

- *Eingabefehler klar identifiziert und verständlich kommuniziert*

Robust



Technisch stabil und zukunftssicher

- *Seite ist kompatibel für viele Geräte, z.B. Screenreader*

abgedeckt durch Shopleveline

Barrierefreiheit als Chance

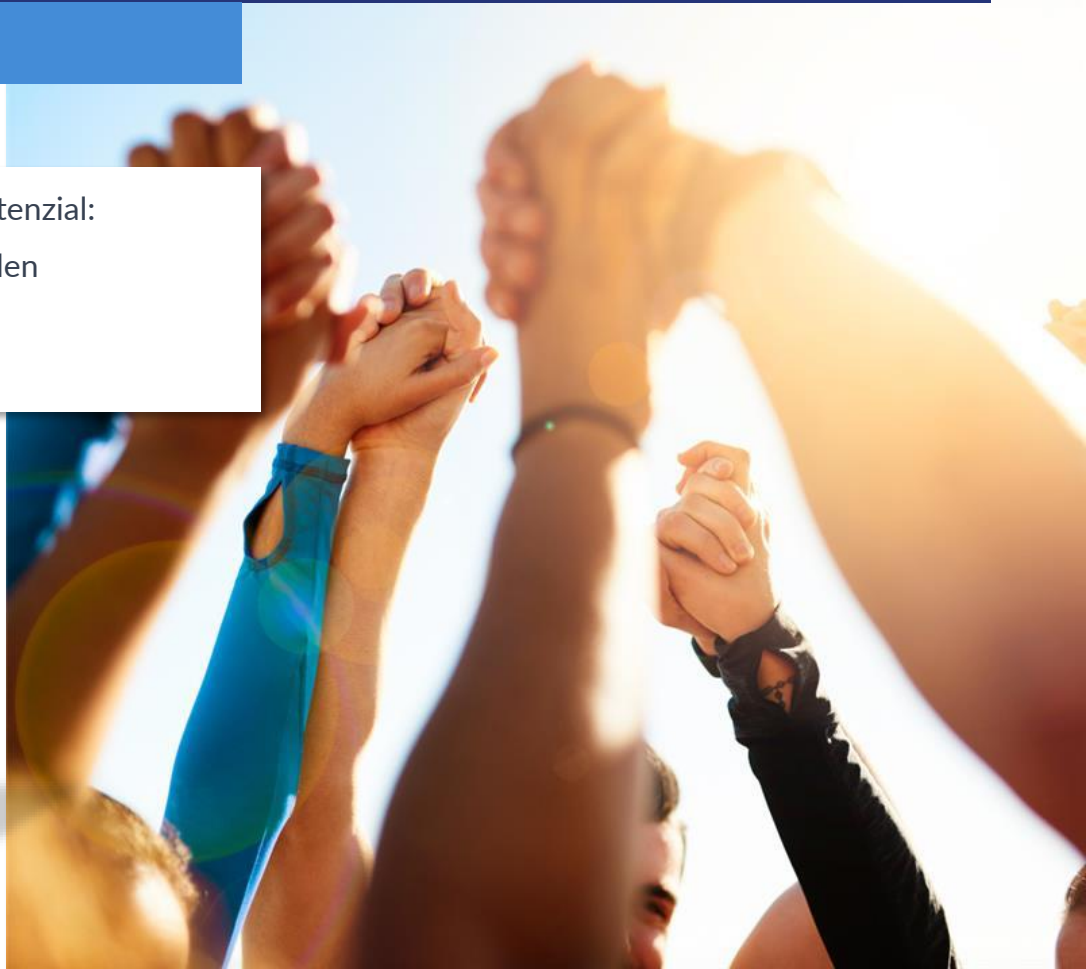
Einzahlung auf Ihre Werte

Anlass zur kritischen Überprüfung des Optimierungspotenzial:

- Nutzerfreundlichkeit steigern auch für Bestandskunden
- Neue Zielgruppen erreichen
- Einzahlung auf die Ergebnisse der Suchmaschinen

Hier müssen Sie aktiv werden

1. Bildbeschreibung einfügen
2. Gestaltung von Bildern und Bannern eventuell optimieren



1. Erfolgsfaktor: Authentizität & Persönliche Bindung

Kundenbindung

b. Bücherliebe vom Laden in den Online-Shop übertragen

- Buchtipps durch die Funktion „Mitarbeiter-Rezensionen“
- Eigene Themenseiten schreiben (und aktuell halten)

Tipp: Ihre Mitarbeiter*in sind Ihre besten Ambassadeure: Buchtipps/Themenseiten/Social Media: aufgeteilt ist es auch weniger Arbeit

The screenshot displays the Libri.Campus online shop interface. At the top, a navigation bar includes links for 'Aktuell bei uns', 'Bücher', 'eBooks', 'tolino', 'Hörbücher', 'Gutscheine', 'Schulbücher', 'Unsere Buchtipps', and 'Alle Kategorien'. A shopping cart icon is in the top right corner.

The main content area features two employee recommendation sections. The first section, titled 'TODE DIE WIR STERBEN', includes a book cover, a circular profile picture of Björn Seelenbinder, and a text block describing the book as a gripping murder mystery. The price is listed as 17,00 € with a 'Sofort lieferbar' (Immediately available) status.

The second section, titled 'WÄCHTER DER MAGIE - Aufbruch nach Artimé', includes a book cover, a circular profile picture of Patricia Heberle, and a text block describing the book as a fantastic adventure. The price is listed as 17,00 € with a 'Sofort lieferbar' status.

Below these sections, a button reads 'Alle Empfehlungen von Patricia Heberle'. At the bottom of the page, a footer contains four service highlights: '8,6 Millionen Titel, 1 Million sofort lieferbar', 'Heute bestellen, morgen in der Buchhandlung abholen', 'Portofreie Lieferung für Bücher und Hörbücher', and 'Individuelle Beratung durch unsere Mitarbeiter vor Ort'. The bottom navigation bar includes links for 'Über uns', 'Services', 'Mein Bereich', 'Bequem bezahlen', 'Unsere Partner', and 'Newsletter'.

1. Erfolgsfaktor: Authentizität & Persönliche Bindung

Loyalität entfesseln

c. Shop-Talk: Bringen Sie Ihren Onlineshop ins Gespräch

- Multi-Channel-Kund*innen geben am meisten Geld für Bücher aus!

Zwar werden die meisten Bücher immer noch stationär gekauft, allerdings geben Kund*innen, die sowohl stationär als auch online kaufen, am meisten Geld für Bücher aus.



1. Bilder überarbeiten und beschriften
2. "Über uns"-Rubrik optimieren
3. Homepage auf Individualität prüfen

1	Authentizität & Persönliche Bindung
2	Aktualität (und Regelmäßigkeit)
3	Sichtbarer Content

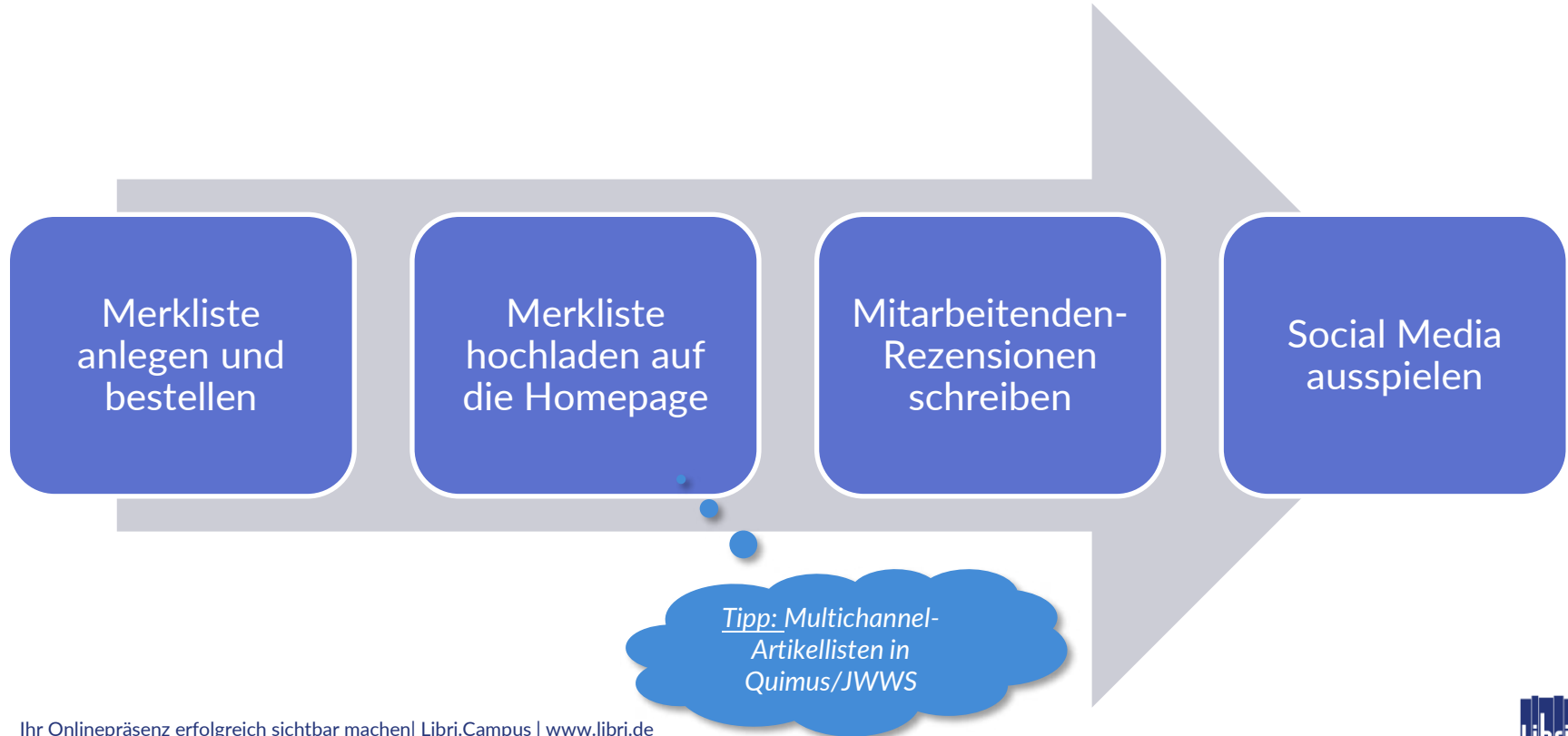
2. Erfolgsfaktor: Aktualität (und Regelmäßigkeit)

a. Vollständige und immer aktuelle Informationen

- Homepage sowie Themenseiten sind aktuell
- Mitarbeiter-Vorstellung aktuell
- Veranstaltungstermine sind aktuell
- Öffnungszeiten sind gepflegt und aktuell
- Vollständigkeit My Business - und auch bei Social Media

2. Erfolgsfaktor: Aktualität (und Regelmäßigkeit)

b. Thementische crossmedial planen



2. Erfolgsfaktor: Aktualität (und Regelmäßigkeit):

c. Aufstellen eines Jahreskommunikationskalenders

- Ideen sammeln oder von KI inspirieren lassen:
Saisonale Impulse: Buchtipps, Mitarbeitendenrezensionen, Anpassung saisonaler Webseiten, Empfehlungen („Tipps der Woche“, Videos, Podcasts etc.)
- Social Media und/oder weitere Kommunikationskampagnen gleich mitdenken

*Tipp: Content inklusive
Social Media posts im
Voraus planen und im
CMS schreiben*

Mai:

- Muttertag: Geschenkideen und thematische Buchtipps
- Internationaler Tag der Familie (15.5.): Familienliteratur
- Vorbereitung auf die Urlaubssaison: Reiseführer und leichte Sommerlektüre

Juni:

- Sommeranfang: Strandlektüre und Urlaubsromane
- Vatertag: Buchempfehlungen für Väter
- Pride Month: LGBTQ+ Literatur im Fokus

Juli:

- Sommerferien: Ferienlektüre für Kinder und Jugendliche
- Urlaubszeit: Reiseberichte und internationale Literatur
- Sommerlese-Challenge für Kinder und Erwachsene

Beispiel: Juli

Social-Media	Büchertisch	Seite-OnlineShop	Veranstaltung	Partnerschaft
Sommerferien: Ferienlektüre für Kinder und Jugendliche				
Reels: "5 Bücher in 15 Sekunden" - schnelle Vorstellung von Sommerhits	"Strand-Bibliothek": Büchertisch im Beach-Style mit Sand, Muscheln und Sonnenliege	"Top 20 Sommerbücher für jedes Alter" mit kurzen Rezensionen	"Lese-Picknick im Park" - Vorleseaktion für Kinder im Freien	
Vatertag				
Carousel-Post: "Für jeden Vater das richtige Buch" - Buchempfehlungen für verschiedene Interessen	"Abenteuer-Ecke": Aktivitätsbücher für Vater-Kind-Unternehmungen	"Lesespaß für Väter und Kinder" - Gemeinsame Leseaktivitäten		Zusammenarbeit mit Brauerei: Buchtipps zu Biersorten

2. Erfolgsfaktor: Aktualität (und Regelmäßigkeit):

- Ad-hoc-Themen spielen, z. B. um spezialisierte buchhändlerische Expertise (z.B. Regionalliteratur) in den Vordergrund zu stellen
- Aktualisierte Seiten statt neuer Seiten



2. Erfolgsfaktor: Aktualität (und Regelmäßigkeit):

d. Online den Ladenbestand ausspielen

- Ladenbestände immer aktuell anzeigen
- Online Reservierung anbieten

Tipp: Cross-Channel
Option

1. Monatliche Website-Prüfung (10 Min.)
2. Thementisch-Prozess
3. Cross-Channel-Option nutzen
4. Ideensammlung in Tabelle

1	Authentizität & Persönliche Bindung
2	Aktualität (und Regelmäßigkeit)
3	Sichtbarer Content

3. Erfolgsfaktor: Sichtbarer Content

Keyword-Optimierung: : Der Schlüssel zum SEO-Erfolg



Warum suchen Menschen? Verstehe die Intention hinter Suchbegriffen

Wie finde ich relevante Keywords?

1. **Kundenfragen** dokumentieren: Welche Fragen stellen Ihre Kunden häufig?
2. **Trends bei Quimus** und Matomo analysieren
3. **Google Autovervollständigung**: Geben Sie Basisbegriffe ein und lassen Sie sich Vorschläge anzeigen
4. **KI** einsetzen wie Claude, chatgpt usw.
5. **Extension** verwenden: Google Keyword Planner; Google Search Console; Surfer SEO

Head Keywords: Langfristige Ziele für etablierte Seiten

- Kurze, allgemeine Suchbegriffe (1-2 Wörter)
- Hohes Suchvolumen mit starkem Wettbewerb
- Schwieriger zu ranken
- Weniger spezifische Suchintention

Beispiele: "Bücher", "Reisen"

Long Tail-Keywords: Einstiegspunkte

- Längere, spezifischere Suchanfragen (3+ Wörter)
- Spezifischer mit weniger Wettbewerb (geringeres Suchvolumen)
- Leichter zu ranken
- Klarere Nutzerintention mit höherer Conversion-Rate

Beispiel: "Fantasy Bücher für junge Erwachsene"

Kombination beider Typen für optimale SEO-Strategie

3. Erfolgsfaktor: Sichtbarer Content

Erfolgreicher Textaufbau für SEO



Auf einen Blick überzeugen

*Ein strukturierter Text verbessert
sowohl die Nutzerinteraktion als
auch das Suchmaschinen-
Ranking!*

Schritt für Schritt

- **Klarer Textaufbau** mit logischer Struktur
- **Verständliche, einfache Sprache** für Google & Nutzende
- **Kurze Absätze & prägnante Überschriften**
- **Medien einbinden** (Bilder/Videos) zur Auflockerung
- **Vertrauen gewinnen** durch Autor-Info & Kompetenzbeweise
- **Cliffhanger nutzen**, um Lesende zu halten

3. Erfolgsfaktor: Sichtbarer Content

Der perfekte SEO-Titel

Recherchieren

Schreiben

Profitieren

Schritt für Schritt

- **Keyword integrieren:** Hauptsuchbegriff früh im Titel platzieren
- **Zielgruppen-Bedürfnisse ansprechen:** Was löst der Inhalt für Lesende?
- **Kompakt halten:** Maximal 60 Zeichen (für volle Anzeige in Suchergebnissen)
- **Einzigartigkeit hervorheben:** Warum sollte Lesende gerade diesen Inhalt wählen?

Prägnanter Titel

*Ein präziser (60 Zeichen max.),
Zielgruppen-ansprechender Titel
ist Ihr Türöffner.*

3. Erfolgsfaktor: Sichtbarer Content

Meta-Descriptions: Motivieren Sie zum Klicken

Recherchieren

Schreiben

Profitieren

Effektive Meta-Description Titel

Platzieren Sie das Hauptkeyword prominent, kommunizieren Sie die Nutzerrelevanz klar und formulieren Sie handlungsorientiert und einzigartig.



buchhandlung.de

<https://lesezeichen-nuembrecht.buchhandlung.de>

Buchhandlung Lesezeichen - Bücher vom Buchhändler

Festliche Bräuche, Bücher und Geschenke, Osterdeko und frühlingshafte Gaumenfreuden. Erzählte Wirklichkeit, Fiktion und alles dazwischen. Vom Einstiegsgerät mit praktischen ...



lesezeichen-buchhandlung.de

<http://www lesezeichen-buchhandlung.de>

Willkommen beim LeseZeichen - meiner Buchhandlung

Die LeseZeichen-Buchhandlung bietet eine große Auswahl an Büchern, eBooks, Hörbüchern, Spielwaren und Geschenkartikeln.



buchhandlung.de

<https://lesezeichen-darmstadt.buchhandlung.de>

Buchhandlung Lesezeichen - Bücher vom Buchhändler

Buchhandlung Lesezeichen - Medien aller Art schnell und sicher bestellen. Buchhandlung Lesezeichen - Medien aller Art schnell und sicher bestellen. Wir respektieren den Datenschutz. Wir nutzen Cookies auf unserer Website. Einige ...



lesezeichen.biz

<https://www lesezeichen.biz>

Buchhandlung in Germering - LeseZeichen

Der Newsletter wird in Absprache mit Buchhandlung LeseZeichen oHG durch den Service-Partner Libri GmbH versendet. Ich bin auch damit einverstanden, dass ein sog. Tracking von Link- und Öffnungsraten erfolgt. Diese Einwilligung kann ...

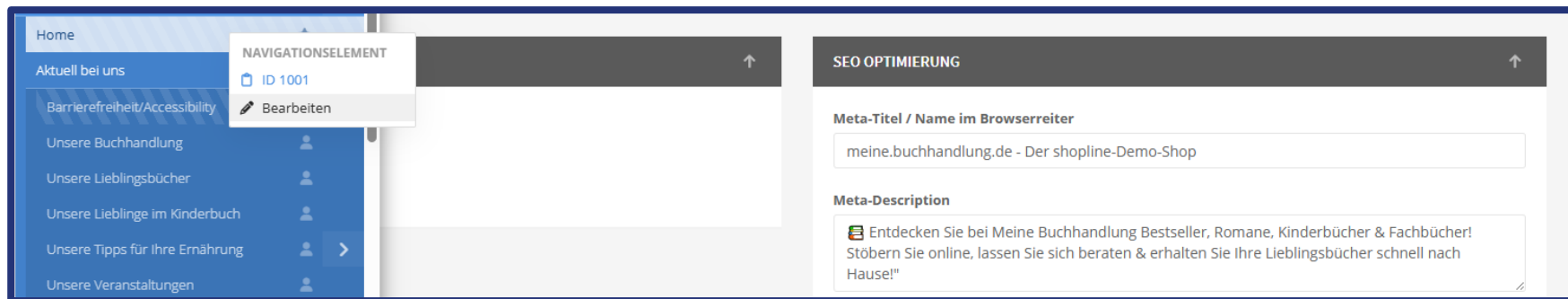


3. Erfolgsfaktor: Sichtbarer Content

Meta-Descriptions: Ihr Verkaufstext

Schritt für Schritt

- **Top-Keyword:** Hauptsuchbegriff in Titel UND Beschreibung platzieren
 - **Long-Tail Keywords:** relevante Keywords einbauen
 - **Ergänzung zum Titel:** Zusätzliche wertvolle Informationen bieten
 - **Präzise Zusammenfassung:** Klar kommunizieren, was Nutzende erwartet
 - **Auf Suchintention ausgerichtet:** Nutzer-Bedürfnisse direkt ansprechen
- **Handlungsorientierte Sprache:** "Entdecken Sie...", "Jetzt informieren..."
 - **Strategische Emoji-Nutzung:** ✅ ⭐ 🔍 zur visuellen Hervorhebung
 - **Einzigartig & ansprechend:** Von der Konkurrenz abheben!
 - **Optimale Länge:** 120-155 Zeichen – Keywords an den Anfang setzen, da längere Texte in Suchergebnissen abgeschnitten werden (besonders auf Mobilgeräten)



3. Erfolgsfaktor: Sichtbarer Content

Optimaler Einsatz von Bildern



Bilder: anschaulich und authentisch

- Persönliche Fotos statt nur Stock-Fotos
- Kein Text im Bild (SEO-unfreundlich, nicht BFSG-konform)

Bildbeschreibung (Alt-Text):

angezeigt, wenn ein Bild nicht geladen wird

1. BFSG-Anforderung
2. Verbesserung des SEO

- Präzise und akkurat
- Enthält wichtige Keywords
- Liefert eine anschauliche Bildbeschreibung

SPIEGEL Bestseller

Eine Hand in einem dunkelblauen Anzugsärmel hält ein rotes Schild mit der Aufschrift "SPIEGEL Bestseller" horizontal vor einem hellgrauen Hintergrund. Das Bild dient als Aufhänger für die Spiegel-Bestseller-Liste.

Blick ins Produkt

☰
MENÜ

Kontext: meine.buchhandlung.de (90009437) ▼

NAVIGATIONSPUNKTE

←

Navi-ID

Q

Übersicht

▼

Home

★

Aktuell bei uns

★

▼

Barrierefreiheit/Accessibility

👤

Unsere Buchhandlung

👤

Unsere Lieblingsbücher

👤

Unsere Lieblinge im Kinderbuch

👤

Unsere Tipps für Ihre Ernährung

👤

➤

Unsere Veranstaltungen

👤

SPIEGEL Bestseller

👤

Unsere Büchertische

👤

Buchwert

👤

Demo Ralf

👤

➤

Neuer Bereich

👤

+

🔍

📄

🗑️

👁️

⚙️

ID: 9245

Titel: SPIEGEL Bestseller

Besitzer: meine.buchhandlung.de

→

MODUL EINSTELLUNGEN

✖ Abbrechen

✔ Speichern

Modul-Typ: XL-Banner

Modul-ID: 10835

Besitzer: meine.buchhandlung.de

XL-Bild*

Bild wählen oder hochladen...

Alt-Text

Eine Hand in einem dunkelblauen Anzugsärmel h

Beschriftungstyp wählen

Beschriftung links

▼

Überschrift

Überschrift



3. Erfolgsfaktor: Sichtbarer Content

Content clever nutzen

Recherchieren

Schreiben

Profitieren

a. Social Media gezielt einsetzen

- Plattformen zur Bewerbung Ihres E-shops nutzen
- Regelmäßige Posts mit Verlinkungen

b. Im Laden aktiv kommunizieren

- Mitarbeitende informieren Kund*innen über Online-Angebot
- QR-Codes oder Flyer mit URL auslegen

c. Clever aktualisieren

- Qualität vor Quantität bei Content-Updates
- Bestehende Inhalte auffrischen statt ständig Neues

d. Crossmediale Verknüpfungen schaffen

- Online-Aktionen im Laden bewerben
- Offline-Events auf der Website ankündigen

3. Erfolgsfaktor: Sichtbarer Content

Erfolge messen mit Matomo



Suchwörter und Intentionen finden und verfolgen

Toptitel

Was haben ihre Kund*innen im Shop gekauft?

Matomo Dashboard



Dashboard

Alle Webseiten



Suchen

BUCHHANDLUNGEN OHNE EIGENE MATOMO-WEBSITE

APRIL 2025

ALLE BESUCHE

DASHBOARD



Dashboard

Dashboard

Besucher

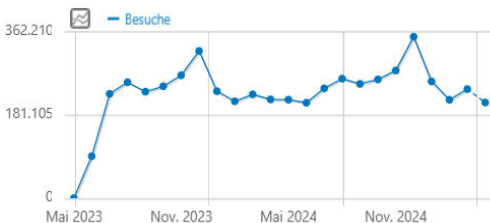
Verhalten

Akquisition

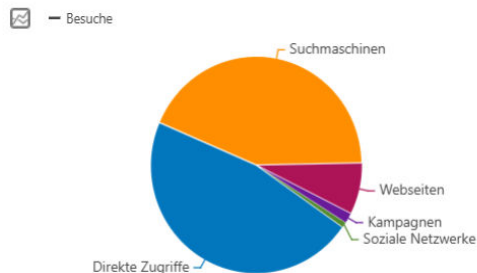
E-Commerce

Ziele

Graph der letzten Besuche



Kanaltypen



Suchbegriffe (interne Suche)

SUCHBEGRIFF	SUCHANFRAGEN	BESUCHTE ERGEBNISSEITEN	% AL
gutschein	0,2 % 305	1,4	
legami	0,1 % 272	1,7	
tonie	0,1 % 213	1,7	
tonies	0,1 % 190	2,7	
fitzek	0,1 % 186	2,4	
harry potter	0,1 % 174	4	
tribute von panem	0,1 % 152	1,6	
bibel	0,1 % 133	4,1	
watch me	0,1 % 132	2	
fearless	0,1 % 131	1,7	

1-10 von 5000 [nächste >](#)

E-Commerce: Produktname

PRODUKTNAME	PRODUKTEINNAHMEN	MENGE
Gutschein	7.450 €	715
Kristine Bilkau : Halbinsel	2.517,43 €	109
Suzanne Collins : Die Tribute vo...	2.373,80 €	99
tolino shine	2.023 €	17
tolino vision color	1.990 €	10
Gil Ribeiro : Lautlose Feinde	1.924,39 €	117
Liz Moore : Der Gott des Waldes	1.631,73 €	69
Sebastian Fitzek : Der Nachbar	1.594,99 €	64
Christoph Kramer : Das Leben f...	1.499,94 €	66
Freida McFadden : Die Kollegin...	1.474,64 €	91

1-10 von 10000 [nächste >](#)

3. Erfolgsfaktor: Sichtbarer Content

Erfolg messen mit Matomo



Suchwörter und Intentionen finden und verfolgen

Toptitel

Was haben Ihre Kund*innen im Shop gekauft?

Suchergebnisse

Was haben ihre Kund*innen im Shop gesucht?

Matomo Dashboard



Dashboard

Alle Webseiten



Suchen

BUCHHANDLUNGEN OHNE EIGENE MATOMO-WEBSITE

APRIL 2025

ALLE BESUCHE

DASHBOARD



Dashboard

Dashboard

Besucher

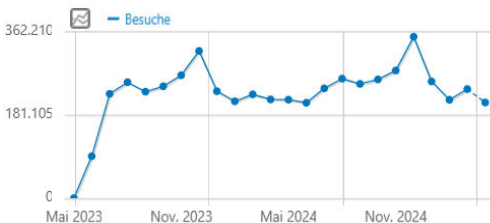
Verhalten

Akquisition

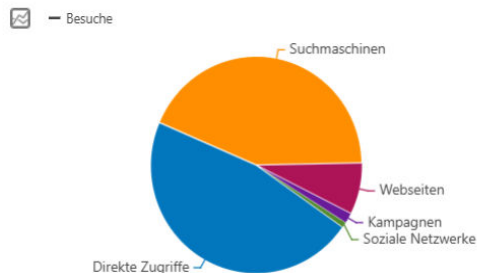
E-Commerce

Ziele

Graph der letzten Besuche



Kanaltypen



Suchbegriffe (interne Suche)

SUCHBEGRIFF	SUCHANFRAGEN	BESUCHTE ERGEBNISSEITEN	% AL
gutschein	0,2 % 305	1,4	
legami	0,1 % 272	1,7	
tonie	0,1 % 213	1,7	
tonies	0,1 % 190	2,7	
fitzek	0,1 % 186	2,4	
harry potter	0,1 % 174	4	
tribute von panem	0,1 % 152	1,6	
bibel	0,1 % 133	4,1	
watch me	0,1 % 132	2	
fearless	0,1 % 131	1,7	

1-10 von 5000 [nächste >](#)

E-Commerce: Produktname

PRODUKTNAME	PRODUKTEINNAHMEN	MENGE
Gutschein	7.450 €	715
Kristine Bilkau : Halbinsel	2.517,43 €	109
Suzanne Collins : Die Tribute vo...	2.373,80 €	99
tolino shine	2.023 €	17
tolino vision color	1.990 €	10
Gil Ribeiro : Lautlose Feinde	1.924,39 €	117
Liz Moore : Der Gott des Waldes	1.631,73 €	69
Sebastian Fitzek : Der Nachbar	1.594,99 €	64
Christoph Kramer : Das Leben f...	1.499,94 €	66
Freida McFadden : Die Kollegin...	1.474,64 €	91

1-10 von 10000 [nächste >](#)

3. Erfolgsfaktor: Sichtbarer Content

Erfolg messen mit Matomo



Suchwörter und Intentionen finden und verfolgen

Toptitel

Was haben ihre Kund*innen im Shop gekauft?

Suchergebnisse

Was haben ihre Kund*innen im Shop gesucht?

Erfolge messen und Sichtbarkeit verbessern

Besucheranzahl:

Wieviel Besuchende sind auf meinen Shop/wieviel Besuchende mehr seit der letzten Kommunikationsmaßnahme?

Matomo Dashboard



Dashboard

Alle Webseiten



Suchen

BUCHHANDLUNGEN OHNE EIGENE MATOMO-WEBSITE

APRIL 2025

ALLE BESUCHE

DASHBOARD



Dashboard

Dashboard

Besucher

Verhalten

Akquisition

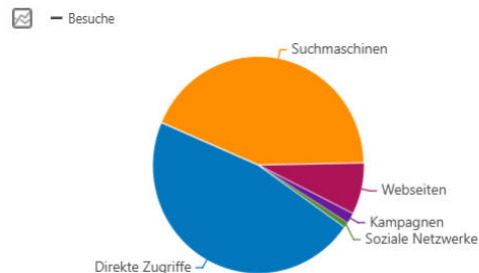
E-Commerce

Ziele

Graph der letzten Besuche



Kanaltypen



Suchbegriffe (interne Suche)

SUCHBEGRIFF	SUCHANFRAGEN	BESUCHTE ERGEBNISSEITEN	% AL
gutschein	0,2 % 305	1,4	
legami	0,1 % 272	1,7	
tonie	0,1 % 213	1,7	
tonies	0,1 % 190	2,7	
fitzek	0,1 % 186	2,4	
harry potter	0,1 % 174	4	
tribute von panem	0,1 % 152	1,6	
bibel	0,1 % 133	4,1	
watch me	0,1 % 132	2	
fearless	0,1 % 131	1,7	

1-10 von 5000 [nächste >](#)

E-Commerce: Produktname

PRODUKTNAME	PRODUKTEINNAHMEN	MENGE
Gutschein	7.450 €	715
Kristine Bilkau : Halbinsel	2.517,43 €	109
Suzanne Collins : Die Tribute vo...	2.373,80 €	99
tolino shine	2.023 €	17
tolino vision color	1.990 €	10
Gil Ribeiro : Lautlose Feinde	1.924,39 €	117
Liz Moore : Der Gott des Waldes	1.631,73 €	69
Sebastian Fitzek : Der Nachbar	1.594,99 €	64
Christoph Kramer : Das Leben f...	1.499,94 €	66
Freida McFadden : Die Kollegin...	1.474,64 €	91

1-10 von 10000 [nächste >](#)

Besucheranzahl

[Dashboard](#)[Alle Webseiten](#)

▼ BUCHHANDLUNGEN OHNE EIGENE MATOMO-WEBSITE

📅 MÄRZ 2025

👤 ALLE BESUCHE



Vergleiche

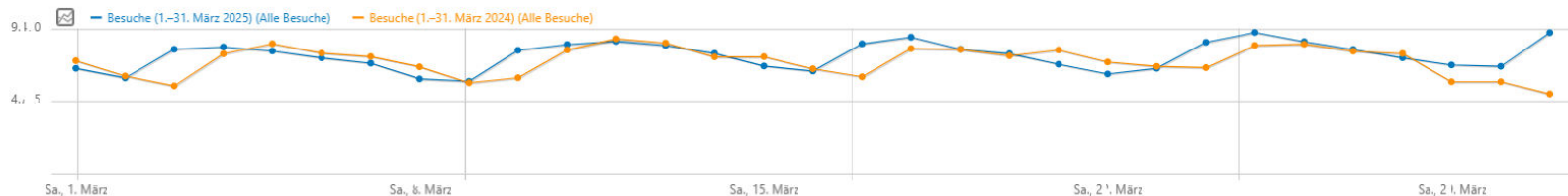
SEGMENT

Alle Besuche

● März 2025 (Monat)

● März 2024 (Monat)

Graph der letzten Besuche



Besucherübersicht

MÄRZ 2025
237.686 Besuche, +5,1 % 139.682 Eindeutige Besucher +4,8 %
MÄRZ 2024
226.217 Besuche, 133.309 Eindeutige Besucher

MÄRZ 2025
1.739.494 Seitenansichten, +0,7 % 1.050.450 Eindeutige Seitenansichten +5,9 %
MÄRZ 2024
1.727.596 Seitenansichten, 992.349 Eindeutige Seitenansichten

3. Erfolgsfaktor: Sichtbarer Content

Erfolg messen mit Matomo

Recherchieren

Schreiben

Ausnutzen

Suchwörter und Intentionen finden und verfolgen

Toptitel

Was haben ihre Kund*innen im Shop gekauft?

Suchergebnisse

Was haben ihre Kund*innen im Shop gesucht?

Erfolge messen und Sichtbarkeit verbessern

Besucheranzahl:

Wieviel Besuchende sind auf meinen Shop/wieviel Besuchende mehr seit der letzten Kommunikationsmaßnahme?

Seite

Wird mein neuer Content gut angenommen? Welcher Typ von Content kommt gut an?



1. Nicht alle Besuche werden gemessen

2. Die Verweildauer wird nicht gemessen (nur Zeit zwischen 2 Klicks)

Seitenansicht

matomo

Dashboard Alle Webseiten

Suchen

BUCHHANDLUNGEN OHNE EIGENE MATOMO-WEBSITE

APRIL 2025

ALLE BESUCHE

Seiten

SEITEN-URL	SEITENANSICHTEN	EINEDEUTIGE SEITENANSICHTEN	ABSPRUNGSRATE	DURCHSCHNITTSZEIT PRO SEITE	AUSSTIEGSRATE
shop	1.495.736	928.789	26 %	00:00:22	19 %
article	278.185	225.703	4 %	00:00:35	18 %
52471336	250	206	0 %	00:00:02	95 %
49155448	233	197	1 %	00:00:11	77 %
54208670	218	162	20 %	00:00:55	15 %
55316487	458	109	0 %	00:00:17	95 %
/jo_weil_jan_und_julian_das_versprechen.html	458	109	0 %	00:00:17	95 %

Nicht die absoluten Werte berücksichtigen,
sondern mit Vergleichen arbeiten

3. Erfolgsfaktor: Sichtbarer Content

Erfolge messen mit Matomo

Recherchieren

Schreiben

Ausnutzen

Suchwörter und Intentionen finden und verfolgen

Toptitel

Was haben ihre Kund*innen im Shop gekauft?

Suchergebnisse

Was haben ihre Kund*innen im Shop gesucht?

Erfolge messen und Sichtbarkeit verbessern

Besucheranzahl:

Wieviel Besuchende sind auf meinen Shop/wieviel Besuchende mehr seit der letzten Kommunikationsmaßnahme?

Seite

Wird mein neuer Content gut angenommen? Welcher Typ von Content kommt gut an?

Akquisitionskanäle

Woher kommen meine Besuchenden?

Matomo Dashboard



Dashboard

Alle Webseiten



Suchen

BUCHHANDLUNGEN OHNE EIGENE MATOMO-WEBSITE

APRIL 2025

ALLE BESUCHE

DASHBOARD



Dashboard

Dashboard

Besucher

Verhalten

Akquisition

E-Commerce

Ziele

Graph der letzten Besuche



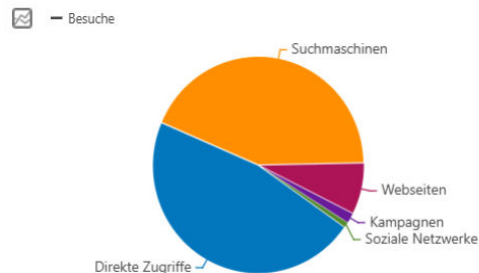
Suchbegriffe (interne Suche)

SUCHBEGRIFF	SUCHANFRAGEN	BESUCHTE ERGEBNISSEITEN	% AL
gutschein	0,2 % 305	1,4	
legami	0,1 % 272	1,7	
tonie	0,1 % 213	1,7	
tonies	0,1 % 190	2,7	
fitzek	0,1 % 186	2,4	
harry potter	0,1 % 174	4	
tribute von panem	0,1 % 152	1,6	
bibel	0,1 % 133	4,1	
watch me	0,1 % 132	2	
fearless	0,1 % 131	1,7	

E-Commerce: Produktname

PRODUKTNAME	PRODUKTEINNAHMEN	MENGE
Gutschein	7.450 €	715
Kristine Bilkau : Halbinsel	2.517,43 €	109
Suzanne Collins : Die Tribute vo...	2.373,80 €	99
tolino shine	2.023 €	17
tolino vision color	1.990 €	10
Gil Ribeiro : Lautlose Feinde	1.924,39 €	117
Liz Moore : Der Gott des Waldes	1.631,73 €	69
Sebastian Fitzek : Der Nachbar	1.594,99 €	64
Christoph Kramer : Das Leben f...	1.499,94 €	66
Freida McFadden : Die Kollegin...	1.474,64 €	91

Kanaltypen



1-10 von 5000 [nächste >](#)

1-10 von 10000 [nächste >](#)

Akquisitionskanäle

☰ Dashboard

👤 Besucher

🔔 Verhalten

📄 Akquisition

Übersicht

Alle Kanäle

Suchmaschinen und
Suchbegriffe

Webseiten

Soziale Netzwerke

Kampagnen

Kampagnen URL Erzeuger

🛒 E-Commerce

🎯 Ziele

Kanaltypen

KANALTYP	▼ BESUCHE	AKTIONEN	AKTIONEN PRO BESUCH	DURCHSCHNITTSZEIT AUF DER WEBSEITE	ABSPRUNGSRATE
Direkte Zugriffe	97.787	1.125.950	11,5	4 Minuten 35s	25 %
⊞ Suchmaschinen	90.585	986.241	10,9	4 Minuten 9s	27 %
⊞ Webseiten	16.104	218.051	13,5	5 Minuten 14s	17 %
⊞ Kampagnen	3.264	32.550	10	4 Minuten 15s	28 %
⊞ Soziale Netzwerke	1.643	6.807	4,1	1 Minuten 35s	34 %

Einige Verweisinformationen könnten fehlen, weil die Verweis-Anonymisierung wie folgt aktiviert ist: Query Parameter von der Verweis-URL entfernen

Verweise

VERWEIS	▼ BESUCHE	AKTIONEN	AKTIONEN PRO BESUCH	DURCHSCHNITTSZEIT AUF DER WEBSEITE	ABSPRUNGSRATE
(suchbegriff) Suchbegriff nicht definiert	90.585	986.241	10,9	4 Minuten 9s	27 %
📷 (soziales netzwerk) Instagram	1.242	5.146	4,1	1 Minuten 32s	32 %

3 Erfolgsfaktoren bei Shopline

1 Authentizität & Persönliche Verbindung

- a. Unverwechselbare Identität und Individualität schaffen
- b. Bücherliebe vom Laden in den Online-Shop übertragen
- c. Shop-Talk

2 Aktualität (und Regelmäßigkeit)

- a. Vollständige und immer aktuelle Informationen
- b. Thementische crossmedial planen
- c. Aufstellen eines Jahreskommunikationskalenders
- d. Online den Ladenbestand ausspielen

3 Sichtbarer Content

- a. Keyword-Optimierung
- b. Sichtbar Schreiben: Titel, Meta-Description, Bilder
- c. Für Profis: Matomo nutzen

Libri steht Ihnen zur Seite.



Kulturelle Vielfalt befördern.

Vielen Dank

Eugénie Triebel
Produktmanagement

