

Glossar

Vokabeln dieser Ausgabe

AdPreview-Tool

Ein Tool zur Anzeigenvorschau und -diagnose mit dem man, wie auf einer herkömmlichen Google-Suchergebnisseite, nach Anzeigen suchen kann, ohne dass Impressionen gezählt werden. Somit wird der Qualitätsfaktor nicht beeinflusst. Es handelt sich somit um eine rein theoretische Ansicht.

AHT

Die Average Handling Time (AHT) beschreibt die durchschnittliche Bearbeitungszeit eines Anliegens (z.B. Anruf, Mail, Fax etc.), wobei sich diese bei einem Telefonat aus der Summe der durchschnittlichen Sprechzeit sowie der anschließenden Nachbearbeitung berechnet.

Android

Android: Ein Betriebssystem, wie auch eine Software-Plattform für mobile Endgeräte (Smartphones, Mobiltelefone, Netbooks sowie Tablets). Angaben des britischen Marktforschungsunternehmens Canalsys sowie des Marktforschungsunternehmens Gartner zufolge hatte Android als Smartphone-Betriebssystem im vierten Quartal 2010 einen weltweiten Marktanteil von 32,9 Prozent nach 25,5 Prozent im dritten Quartal. Am 11. Dezember 2010 gab Google an, dass 300.000 Android-Mobiltelefone pro Tag aktiviert werden.

Audiobranding

Prozesse, bei denen hörbare Bestandteile von Marken oder komplette hörbare Marken entwickelt und genutzt werden. Akustische Markierungen finden statt, seitdem bestimmten Klängen wichtige, teilweise lebensnotwendige Funktionen zugeordnet worden sind. Kommerziell werden hörbare Markenelemente seit Beginn des 20. Jahrhunderts produziert und strategisch verwendet. Diese Prozesse der Markenführung bauen Merkmale zum

Erkennen, Wiedererkennen, Unterscheiden, Erinnern und Binden auf. Klänge vervollständigen im Marketing die Corporate Identity von Unternehmen, welche lange Zeit hauptsächlich visuell in Erscheinung getreten ist. Länge, Sprachanteil und die Positionierung von Klängen im Vorder- oder Hintergrund von Werbemaßnahmen sind häufige Unterscheidungskriterien für akustische Markenelemente. In der Praxis kommen am häufigsten die Formen Audiologo, Jingle, Markenstimme, Markenlied und Soundscapes vor. Eine kritische Gegenstimme zur akustischen Markenführung ist die Klangökologie.

Augmented Reality

Unter erweiterter Realität (von engl. augmented reality) versteht man die computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung. Diese Information kann alle menschlichen Sinnesmodalitäten ansprechen. Häufig wird jedoch unter erweiterter Realität nur die visuelle Darstellung von Informationen verstanden, also die Ergänzung von Bildern oder Videos mit computergenerierten Zusatzinformationen oder virtuellen Objekten mittels Einblendung/Überlagerung. Bei Fußball-Übertragungen ist erweiterte Realität z. B. das Einblenden von Entfernungen bei Freistößen mithilfe eines Kreises oder einer Linie.

CAT-Tools

CAT ist die Abkürzung für den englischen Begriff „Computer Aided Translation“, auf Deutsch: „Computer-unterstützte Übersetzung“. Ein CAT-Tool ist somit ein Computerprogramm, das die Erstellung von Übersetzungen unterstützt und erleichtert. Ein CAT-Tool segmentiert einen zu übersetzenden Text in einzelne Segmente (Sätze). Die Übersetzung wird zusammen mit dem Original gespeichert. Ausgangstext und

Übersetzung bilden eine Übersetzungseinheit. Die vielleicht wichtigste Funktion eines CAT-Tools aber besteht darin, die Übersetzungseinheiten in einer Datenbank zu speichern, die Übersetzungsarchiv oder Translation-Memory (TM) genannt wird.

Collaboration

Eine Collaboration (lat. co- = „mit-“, laborare = „arbeiten“) ist die Mitarbeit bzw. Zusammenarbeit mehrerer Personen oder Gruppen von Personen.

Desk-Research

Auch Sekundäre Marktforschung genannt, ist eine Methode der Marktforschung und bedient sich zur Gewinnung von Marktinformationen im Gegensatz zur Primärforschung an bereits vorhandenen Informationsquellen. Sekundärforschung ist die Beschaffung, Verarbeitung und Interpretation von bereits existierendem Datenmaterial. Vorteile der Sekundärforschung sind i. d. R. die schnelle und kostengünstige Informationsbeschaffung, Aufwandsminimierung (insbesondere bei alternativen umfangreichen Eigenerhebungen und Auswertungen, z. B. bezüglich Statistiken über Bevölkerungsbewegungen oder Daten der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung) und Erleichterung bei der Interpretation und Beurteilung von Primärdaten. Probleme der Sekundärforschung werden besonders in der schnellen Veralterung des Datenmaterials, in der Fortschreibung eventueller Erhebungs- und Auswertungsmängel sowie in der fehlenden Problemkompatibilität gesehen. Die Sekundärforschung bedient sich unternehmensinterner und unternehmensexterner Informationsquellen. Unternehmensinterne Informationsquellen stehen z. B. in Form von Umsatz- oder Absatzstatistiken (z. B. Mitarbeiter/Auftrag, Produkt, Produktgruppe, Produktfamilie,

Kunden geordnet nach Kundengrößenklassen, Verkaufsgebieten, Regionen, Ländern), der Kostenrechnung (z. B. Kostenarten, Kostenstellen, Deckungsbeiträge nach Produkten, Produktgruppen) u. a. Statistiken zu Anfragen und Angeboten, Auftragseingängen, Reklamationen zur Verfügung. Unternehmensexterne Informationsquellen sind z. B. statistische Jahrbücher, nationale und internationale Datenbanken, Verbandsstatistiken, Geschäftsberichte, Bücher und Zeitschriften.

Dofollow-Links

Gegenteil von „Nofollow“ Der Wert „nofollow“ wurde 2005 von Google eingeführt und nahezu gleichzeitig von allen großen Suchmaschinen (Yahoo, MSN) übernommen. Die Angabe soll dazu dienen, die Auswirkungen von Spam zum Beispiel in Internetforen und Weblogs zu vermeiden. Viele Spammer versuchen, durch häufige Platzierung von Links auf die von ihnen beworbenen Webseiten ihre Linkpopularität bzw. ihren PageRank-Wert zu erhöhen und dadurch die Position ihrer Website innerhalb der Suchergebnisse bei Suchmaschinen zu verbessern (Suchmaschinen-Spamming). Da derartige Links unerwünscht sind, wird an vielen Orten, an denen Besucher Links hinzufügen können, zu allen Links automatisch das rel=“nofollow“-Attribut hinzugefügt. Die so markierten Links sind aus Sicht der Suchmaschinen praktisch nicht existent.

IVR

Interactive Voice Response (IVR) ist ein Sprachdialogsystem mit dem Anrufer über das Telefon oder andere akustische Medien teil- oder vollautomatisierte Dialoge führen. IVR wird in der Praxis auch als Überbegriff für jede Art der Telefonnavigation verwendet. Also auch für das Mehrfrequenzwahlverfahren („Für den Verkauf drücken Sie jetzt bitte die ‚1‘, für Service drücken Sie jetzt bitte die ‚2‘, usw. ...“). IVR-Skripte werden auch oftmals verwendet, um dem Anrufer eine Sprachauswahl zu offerieren.

M-Days 2011

M-Days ist eine der größten europäischen Kongress-Messen für mobile Kommunikation (Apps und App-Stores, Tablets, Augmented Reality, M-Commerce, Mobile Advertising, Mobile Entertainment und Mobile Social Media) mit ca. 2.100 Kongress- und Messebesucher für 90 Aussteller und 140 Referenten seit

6 Jahren im Messe Forum Frankfurt

Multiskilling

Multiskilling ist die englische Bezeichnung für die Vielfalt der Fähigkeiten. Hierunter versteht man ein Verfahren, bei dem Mitarbeiter sich neue Fähigkeiten aneignen. Multiskilling ist eine Form der flexiblen Arbeit, d. h., der Mitarbeiter kann für verschiedene Arbeiten eingesetzt werden. Das führt zu einer Reduzierung der Kompetenzstreitigkeiten und zu größerer Beschäftigbarkeit der Mitarbeiter.

PostIdent

Das Postident-Verfahren ist eine Methode der sicheren persönlichen Identifikation von Personen, die durch die Mitarbeiter der Deutschen Post AG vorgenommen wird. Das Verfahren wurde zur möglichst bequemen Gewährleistung der Auflagen des Geldwäschegesetzes eingeführt, das Banken gesetzlich verpflichtet, die Identität des Kunden bei der Kontoeröffnung festzuhalten. Man spricht beim Postident-Verfahren auch von einer unpersonlichen Legitimationsprüfung.

PricewaterhouseCoopers AG

Die PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (PwC) ist eine Aktiengesellschaft mit Sitz in Frankfurt am Main. Kerndienstleistungen sind die Wirtschaftsprüfung und prüfungsnahe Dienstleistungen, die Steuerberatung sowie die Transaktionsberatung, Corporate Finance und Krisenbewältigung. Die Gesellschaft gehört zum Verbund von PricewaterhouseCoopers International. Die Firmenzentrale von PwC Deutschland befindet sich aktuell noch im Frankfurter Mertonviertel. Der Umzug in den Tower 185, einen derzeit entstehenden Wolkenkratzer im Frankfurter Europaviertel, ist für Ende 2010 geplant. Die Aufgabenfelder von PwC unterteilen sich in folgende drei Bereiche: Assurance, Tax, Advisory. Der Bereich Assurance, also der Bereich, unter dem das „klassische“ Wirtschaftsprüfungsgeschäft zusammengefasst ist, macht dabei mit einem Geschäftsanteil von 51 Prozent den größten Bereich von PwC in Deutschland aus.

Professor Hal Varian

Ein US-amerikanischer Ökonom, seit Juli 2007 als Chefökonom für Google tätig. Zuvor war er Professor an der School of Information Management and Systems sowie an der Haas School of Business und der

volkswirtschaftlichen Fakultät der University of California, Berkeley. Weitere Lehraufträge nahm er u. a. an der University of Michigan, dem Massachusetts Institute of Technology und der Stanford University wahr. Für seine Forschungs- und Publikationstätigkeit erhielt er die Ehrendoktorwürden des Karlsruher Instituts für Technologie und der Universität Oulu in Finnland. Ein Schwerpunkt der Arbeit Varians ist die Informationsökonomie, die er insbesondere im Zusammenhang mit neuen Medien untersucht.

Traffic-Estimator

Der Traffic Estimator stellt auf einen Blick Schätzungen zu Keyword-Such-Traffic und Kosten zur Verfügung. Die Schätzungen beziehen sich ausschließlich auf die Google-Suche und auf Websites im Google-Werbenetzwerk. Sie enthalten nicht die Anzahl möglicher Klicks auf Anzeigen ausgewählter Placements oder sonstiger Anzeigen im Display-Netzwerk.

VoIP

Voice over IP, IP-Telefonie oder Internet-Telefonie, ist das Telefonieren über Computernetzwerke, welche nach Internet-Standards aufgebaut sind. Dabei werden für Telefonie typische Informationen, d. h. Sprache und Steuerinformationen beispielsweise für den Verbindungsaufbau, über ein auch für Datenübertragung nutzbares Netz übertragen. Bei den Gesprächsteilnehmern können sowohl Computer, auf IP-Telefonie spezialisierte Telefonendgeräte, als auch über spezielle Adapter angeschlossene klassische Telefone die Verbindung herstellen.

Whiteboard

Ein Whiteboard, auch weiße Tafel oder Weißwandtafel genannt, ist eine Weiterentwicklung der nur mit Schulkreide beschreibbaren Schultafel beziehungsweise Wandtafel. Die weiße Tafel hat eine spezielle, glatte Oberfläche aus meist weißem Kunststoff oder weiß emailliertem Metallblech, auf der mit speziellen Whiteboard-Filzmarkern geschrieben wird. Diese Board-Marker sind in diversen Farben und Linienstärken im normalen Schreibwarenhandel erhältlich. Das Geschriebene lässt sich mit einem trockenen Schwamm oder auch einem Papiertaschentuch leicht abwischen. Bei den Metallmodellen kann man außerdem Magnete befestigen.