Google AdWords - der Wettbewerbskampf im Online Marketing

Die AdWords Kampagnen zählen mittlerweile zu einer der erfolgreichsten Marketingstrategien im Onlinebereich. Der Wettkampf auf den ersten drei Positionen explodiert, nicht zu Letzt auf Grund des neuen Google Updates.

Was sind AdWords Kampagnen?
Sucht man bei Google zum Beispiel mit den Keywords "Zahnarzt Köln" werden vier Anzeigen in der oberen Position gezeigt. Diese vier Anzeigen erkennt man an einem kleinen gelben Schild mit der Aufschrift "Anzeige" an der linken Seite. Nur bei Suchergebnissen mit dieser Kennzeichnung handelt es sich um AdWords Anzeigen. Unter den Google AdWords Anzeigen befinden sich Google My Business, hier werden mit Hilfe von Google Maps alle zum Suchbegriff passenden Standorte eingeblendet. Bei genauerer Definition von Google auch die Öffnungszeiten, Telefonnummer und E-Mail Adressen. Erst nach Google My Business fängt die organische Suche an. Der Unterschied zwischen organischer Suche und Anzeigensuche ist leicht erklärt: Für die Anzeigen verlangt Google Geld, je mehr Geld der Kunde bereit ist zu zahlen, desto höher steigt die Position der Anzeige, während sich die Rangfolge der organischen Suche allein nach der Klickzahl richtet.

Wichtige Fakten und Begriffe, die man kennen sollte, um AdWords zu betreiben
â?? CTR: Click-Through-Rate, gibt das Verhältnis zwischen angezeigter und angeklickter Werbeanzeige an
â?? CPCs: Cost per Clicks oder auch Klickpreis, gibt an wie viel Geld der Bewerber bei einem Klick auf seine Anzeige an Google zahlen muss
â?? Impressionen: Geben die Häufigkeit an, mit der die Kampagne angezeigt wird
â?? Google Partner-Status: Agenturen, die AdWords betreiben können unter bestimmten Bedingungen von Google als Spezialisten ausgezeichnet werden und arbeiten dann mit Google zusammen.
â?? Conversions: Eine Conversion wird verzeichnet, wenn ein Besucher der Anzeige eine wertvolle Aktion durchführt, wie z.B. die Kontaktaufnahme mit den Unternehmen oder ein Kaufabschluss
â?? Tagesbudget: Jedes Unternehmen legt ein bestimmtes Tagesbudget fest, welches für alle seine AdWords Kampagnen an einem Tag aufgegeben werden kann. Sobald das Tagesbudget erreicht ist, entfernt Google die Anzeige für diesen Tag.

Meldet man sich bei Google AdWords an bekommt man automatisch ein Konto, in welchem die eigenen Kampagnen verwaltet werden. Eine gute AdWords Kampagne muss Ziel orientiert erstellt werden. Somit ist es zum Beispiel wichtig, die richtigen Keywords unter denen die Anzeige zu finden sein soll, frei zu schalten. Auch spielt der Zeitraum eine wichtige Rolle. So ist es nicht sinnvoll, eine AdWords Kampagne für einen Wasserrutschenpark im Freien im Winter zu schalten und einen Zahnarzt mit dem Begriff Knieschmerzen zu bewerben

Der Wettbewerb um die ersten drei Positionen
Für jedes Keyword gibt es 3-4 Anzeigenpositionen. Bei jeder Suche für ein Keyword werden diese Anzeigenplätze neu berechnet und neu vergeben. Bedeutet also, bei mehrmaligem googeln eines Begriffes, ist es möglich, dass dem Sucher andere Anzeigen angezeigt werden. Google vergibt die Positionen auf Grund von errechneten Punktzahlen, welche im Anzeigenrang gelistet werden. Die Punktzahl des Anzeigenrangs ergibt sich aus dem maximalen CPC multipliziert mit dem Qualitätsfaktor. Über den Qualitätsfaktor wird so viel spekuliert wie bei keinen Google AdWords Thema. Nur Google Mitarbeiter selber wissen aus welchen Aspekten sich der Qualitätsfaktor ergibt. Hier sind nicht mal Google Partnerfirmen eingeweiht. Fest steht: er kann maximal einen Bestwert von 10 erreichen und wird für jedes Keyword neu bestimmt. Für den Qualitätsfaktor werden Relevanz, Transparenz und Nutzerfreundlichkeit der beworbenen Internetseite und des dazugehörigen Anzeigentextes sowie die geografischen Leistungen und die Kompatibilität mit sämtlichen internetfähigen Endgeräten geprüft. Nach welchen Punkten Google hier im Einzelnen bewertet und ob noch weitere Faktoren geprüft werden, ist offiziell nicht bekannt.
Wichtig ist, dass der Qualitätsfaktor maßgebend für die Position auf Google ist. So kann es zum Beispiel sein, dass sie nicht viel Geld in Ihren Klickpreis investieren aber sich trotzdem auf Position 1 befinden, da Sie einen besonders hohen Qualitätsfaktor haben. Ein Konkurrent kann somit einen oder zwei Euro mehr in seinen CPC investieren und muss nicht zwingend eine hohe Position erreichen. Ausnahme bildet die Möglichkeit, auf eine bestimmte Begebenheit, wie zum Beispiel eine Position auf der ersten Seite, zu bieten.
Seit dem neusten Update ist die rechte Seite der Anzeigen nicht mehr vorhanden. Es sind also nur noch 3-4 Anzeigen statt 6 Anzeigen zu sehen. Damit hat Google einen weiteren Schritt Richtung mobile Endgeräte gestartet. Weniger verfügbare Positionen, bei gleichbleibenden Bewerbern bedeuten einen enormen Wettkampf.

Interview mit Felix Wenzel - AdWords Spezialist bei AdWords AgenTurbo

ONMA: Welche Vorteile bietet eine Google AdWords Agentur?
Felix Wenzel: Der große Vorteil einer AdWords Agentur ist der breitgefächerte Kundenstamm, den sie hoffentlich hat, und somit auch schon viele Erfahrungen sammeln konnte. Somit kann eine AdWords Agentur besser mit Problemen umgehen, zum Beispiel wie man einen Qualitätsfaktor für ein bestimmtes Keyword optimiert. Allerdings gibt es zwischen den AdWords Agenturen große Unterschiede, denn jeder kann Google AdWords als Arbeitsleistung anbieten und es gibt nur ein einziges anerkanntes Zertifikat, nämlich den Google Partner-Status, den jede Agentur mit einem Umsatz von 10.000 US Dollar bzw. 7.500 Euro und einem zertifizierten Mitarbeiter erzielen kann. Wenn kein Partner-Status vorhanden ist, liegt es am Kunden dies bezüglich Qualität und spezialisierte Mitarbeiter zu hinterfragen.

ONMA: Was sind Landingpages und sind diese bei einer AdWords Kampagne hilfreich?
Felix Wenzel: Landingpages sind Internetseiten, die speziell für einen Bereich gemacht worden sind. Zum Beispiel wollen Sie T-Shirts verkaufen und möchten diese mit AdWords auch bewerben. Dann wird beispielsweise von uns eine Landingpage erstellt, auf der extra für diese T-Shirts geworben wird. Mit dieser Landingpage können wir nun eine Anzeige schalten, welche den Titel "T-Shirts kaufen jetzt online" besitzt. Klickt man auf diese Anzeige gelangt man auf die erstellte Landingpage. Jedenfalls wäre das die optimale Vorstellung einer Google Suche. Möchte man T-Shirts bewerben und erstellt eine Landingpage mit T-Shirts, Hosen, Schuhen und anderen Kleidungsstücken, besitzt diese Anzeige keine hochwertige Qualität, da die Suchanfrage nicht direkt beantwortet wird. Sind Landingpage und Anzeige auf einander abgestimmt, erhöht das den Qualitätsfaktor, welcher entscheidend für die Position ist. Somit sollte jeder Bereich, den ein Unternehmen bewirbt eine eigene Landingpage besitzen

Kontakt
AdWords AgenTurbo
Rühmkorffstr. 5
30163 Hannover

Tel: 0511 / 13 22 12 28
Mail: info@adwords-agentur-koeln.de
Web: www.adwords-agentur-koeln.de

Pressekontakt

AdWords Agentur Köln

Herr Felix Wenzel
Rühmkorffstr 5
30163 Hannover

adwords-agentur-koeln.de
info@adwords-agentur-koeln.de

Firmenkontakt

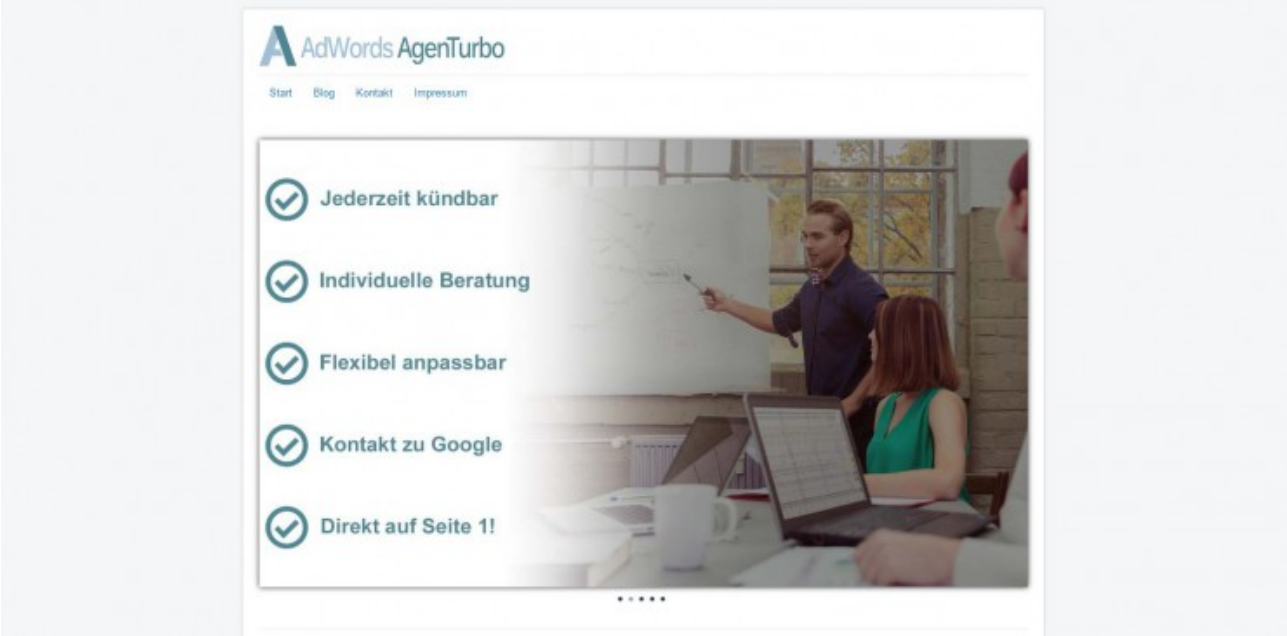
AdWords Agentur Köln

Herr Felix Wenzel
Rühmkorffstr 5
30163 Hannover

adwords-agentur-koeln.de
info@adwords-agentur-koeln.de

Viele Unternehmensinhaber aus Köln versuchen sich selbstständig an einer AdWords-Kampagne, da Google die Anzeigengestaltung einfach benutzbar und intuitiv planbar gestaltet hat. Es wurde allerdings beobachtet, dass diese Anzeigen überwiegend nur unwirtschaftliche Resultate erzielen. Allein kompetent ausgearbeitete Kampagnen generieren höchstmöglichen Erfolg, während Sie sogar noch Zeit und Geld einsparen können. Das sich eine Zusammenarbeit insbesondere mit unserem Unternehmen für Sie überaus lohnt wollen wir Ihnen gerne auf unserer Internetseite adwords-agentur-Koeln.de bestätigen. Informieren Sie sich gleich weiter!

Anlage: Bild


AdWords AgenTurbo
Start
Blog
Kontakt
Impressum
Jederzeit kündbar
Individuelle Beratung
Flexibel anpassbar
Kontakt zu Google
Direkt auf Seite 1!