



Florian Prohaska

Mitgründer ithelps

T: +43 1 353 2 353

E: florian.prohaska@ithelps.at

www.ithelps.at

Schnelle Ergebnisse mit Google Ads

Je prominenter die Website in den Suchergebnissen erscheint, desto größer sind die Chancen auf hohe Besucherzahlen. Wenn jemand schnelle Ergebnisse erzielen möchte, ist SEA der richtige Weg.

SEA steht für „Search Engine Advertising“ und bedeutet Suchmaschinenwerbung. Diese Werbeeinschaltungen erscheinen direkt unter der Suchmaske. Die Positionen kann man bei Google als bezahlte Anzeigen unter dem Dienst „Google Ads“ „kaufen“. Zum besseren Verständnis: Google „versteigert“ die Anzeigenplätze an eine Vielzahl von Interessenten. Daher muss man sich gegen die Mitbewerber durchsetzen. Dabei spielt nicht nur das Höchstgebot eine entscheidende Rolle, relevant sind auch die Qualität der Anzeige und der Website, auf der der Interessent nach dem Klick auf die Anzeige landet, sowie die Suchanfrage selbst (diese muss thematisch zur Anzeige passen). Aus diesen Kriterien ergibt sich der Anzeigenrang, also wo die Anzeige positioniert wird.

Diese Möglichkeit der bezahlten Suchmaschinenwerbung gibt es bereits seit dem Jahr 2000. Bis zur Umbenennung im Juli 2018 hieß dieser Dienst „Google AdWords“. Unter welchen Voraussetzungen werden Anzeigen geschaltet? Damit Anzeigen geschaltet werden, muss es erstens genügend Suchanfragen zu einem Thema geben und zweitens genügend Werbende.

Wann zahlt sich SEA aus?

SEA bietet sich an, wenn schnelle Ergebnisse erzielt werden sollen und auch, wenn gerade erst mit Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung (SEO) begonnen wurde und diese noch nicht greifen. SEA ermöglicht individuelle Werbeaussagen und eignet sich im Gegensatz zu SEO auch für kurzfristige und kurzlebige Suchbegriffe. Dadurch können Trendthemen oder zeitlich begrenzte Angebote wirksam beworben werden.

Da es sich bei Google Ads um ein Auktionsmodell handelt, bei dem die Anzeigenpositionen versteigert werden, variieren die Kosten sehr stark.

So läuft die Auktion ab:

Der Werbende bietet einen bestimmten Höchstbetrag für einen Klick auf seine Anzeige.

Google gleicht dieses Gebot mit dem der Mitbewerber ab.

Google bewertet die weiteren Qualitätskriterien.

Der Anzeigenrang wird festgelegt.

Nachdem die Kosten für einen Klick auf die Anzeige feststehen, wird vom Werbenden ein Tagesbudget festgelegt. Bei jedem Klick auf die Anzeige wird der Klickpreis abgebucht – so lange, bis das Budget verbraucht ist. Danach wird die Kampagne bis zum nächsten Tagesbudget pausiert. Die Kosten für SEA sind also abhängig von den Klickpreisen (CPC), dem festgelegten Tagesbudget und den tatsächlichen Klicks auf die Anzeige.

Worauf ist bei SEA zu achten?

Um das Maximum aus SEA herauszuholen, sollten die Kampagnen auf potenzielle Kunden maßgeschneidert sein. Dies garantiert einen raschen ROI und bringt danach die erwünschten Gewinne. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Website, auf der der Interessent landet. Diese muss aus zwei Gründen exakt zur Anzeige passen. Erstens: Erfüllt die Landingpage nicht die Erwartungen des Besuchers, verlässt dieser die Seite sofort wieder. Zweitens: Die Qualität der Landingpage hat einen direkten Einfluss auf den Klickpreis und die Platzierung der Anzeigen. Je höher die Qualität, desto geringer der CPC und desto besser die Anzeigenposition.

Auswahl der Keywords

Der Auswahl der Keywords sollte besondere Beachtung geschenkt werden. Sie dürfen nicht zu allgemein sein, da sonst die Kosten hoch sind. Sehr spezifische Keywords hingegen sind nicht nur weniger umkämpft und somit günstiger, sondern sorgen dafür, dass nur qualifizierter Traffic (tatsächlich an einem Kauf Interessierte) auf die Landingpage weitergeleitet wird. Das erhöht die Konversionsrate vom Besucher zum Kunden.

Wann sollten Sie keine Anzeige schalten?

Keinen Sinn macht SEA bei unbekanntem Produkten oder solchen, die nur wenig oder gar nicht gesucht werden. In diesen Fällen schaltet Google keine Anzeigen. Stattdessen kann entsprechende Werbung auf thematisch relevanten Seiten geschaltet und mithilfe der sogenannten „Push-Strategie“ ein Bedürfnis geweckt werden.

Was ist Click Fraud?

Es gibt unterschiedliche Methoden des Klickbetrugs. Eine sei hier beispielhaft angeführt. Mitunter versuchen Klickbetrüger, die Werbekosten der Mitbewerber zu erhöhen, indem sie deren Anzeigen vermehrt anklicken. Verdächtig sind hier verhältnismäßig hohe Klickzahlen in vergleichbar kurzer Zeit. Google versucht, diese Angriffe herauszufiltern und stellt sie dann den Anzeigenkunden nicht in Rechnung.

Foto: wdnnet © 123RF.com