

++ Hot & Spicy ++ Zahlen & Fakten ++ Aktuelle Marktanteile ++ Blogs ++ Im Fokus: Google AdWords ++

Liebe Leserin, lieber Leser,

auch das trafficmaxx Team hat das Jahr 2006 mit guten Vorsätzen begonnen: Wir möchten unsere Kunden in diesem Jahr noch umfassender und kompetenter betreuen.

Daher wenden wir uns verstärkt den Google AdWords zu, die im Zusammenspiel mit der Suchmaschinen-Optimierung ein perfektes und effektives Marketing-Duo

darstellen. Als besonderes „Schmankerl“ haben wir für die kompetente Beratung sowie das optimale Handling einen Google-Insider als AdWords-Experten an Bord geholt, den wir Ihnen auf dieser Seite vorstellen.

Viel Vergnügen beim Lesen und viel Erfolg im neuen Jahr wünscht Ihnen das trafficmaxx Team!



Kai Tietjen,
Geschäftsführer

Neue Kunden

Wir freuen uns, viele Neuzugänge in unserem Kundenstamm begrüßen zu dürfen und bedanken uns an dieser Stelle ganz herzlich für deren Vertrauen. Einige der bekannteren Kunden möchten wir Ihnen kurz vorstellen:

Die Hotelgruppe **Albeck & Zehden** (6.000 Betten – 1,25 Mio. Gäste) beauftragte den suchmaschinenoptimierten Relaunch der Website der Gruppe sowie des Flagship-Hotels „Crown Plaza Berlin“.

Pelikan Hardcopy Deutschland, bekannter Hersteller von innovativen Drucker-verbrauchsmaterialien, setzt mit uns neben der Suchmaschinen-Optimierung auch das Handling von Google AdWords und einige Online-PR-Kampagnen um.

Für **Magix**, weltweit tätiger Hersteller von multimedialer Software sowie professionellen Businesslösungen für Musikproduktion und Broadcasting, übernehmen wir die Suchmaschinen-Optimierung sowie die Abwicklung von Google AdWords und Overture-Kampagnen für verschiedene Produkte und Websites.

Der Spezialist für das Remarketing von IT-Produkten, **Hellmann Process Management**, überlässt trafficmaxx die Suchmaschinen-Optimierung und das Handling von Google AdWords.

Neu im Team

Mark Bousfield – nach seinem Oxford-Studium hat er bei Google in London als Client Services Coordinator gearbeitet und ist nun zu trafficmaxx gewechselt. Von unserem Berliner Büro aus wird er ab sofort unsere Kunden, die mit Google AdWords werben möchten, kompetent beraten. Er bringt Insiderwissen mit, mit dem er jetzt für unsere Kunden das optimale Handling der AdWords übernimmt. O-Ton Bousfield: „Erst wenn man versteht, wie entscheidend der Qualitätsfaktor für eine Kampagne ist, kommt man kosten-effektiv ans Ziel. Der Grund dafür: Je höher die Qualität einer Kampagne, desto geringer der Preis pro Klick, was unmittelbar zur Senkung der Ausgaben führt.“



Hot & Spicy

Die seit Juni 1999 im US-amerikanischen Internet agierende Suchmaschine Ask Jeeves hat nun auch einen deutschen Ableger, derzeit noch als Betaversion. Wie bei den meisten Suchmaschinen kann man nach Websites und Bildern suchen. Für viele Suchergebnisse kann eine Vorschau angezeigt werden. Andere – im Original vorhandene – Funktionen sind bislang noch nicht verfügbar.

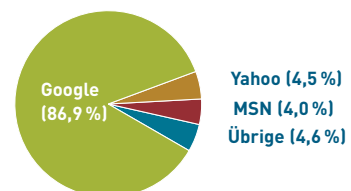
Zahlen und Fakten

In Deutschland gibt es etwa 150.000 Weblogs, Tendenz steigend. Etwa 27 % der Internet-User wissen, was ein **Blog** ist. Davon lesen 41 % regelmäßig Blogs, und zwar 68 %, um sich über die neuesten Trends, News und Meinungen zu informieren, 54 % zur Meinungsbildung über Produkte, Marken und Unternehmen. Weit über die Hälfte (58 %) der befragten Blog-Nutzer gab an, in Weblogs Informationen zu bekommen, die sonst nirgends zu finden sind.

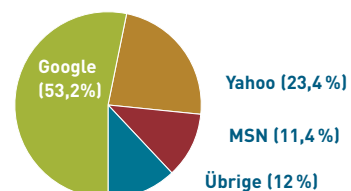
Tipp: blog.fanfaktor.de – das Fußball-Blog

Aktuelle Marktanteile Suchmaschinen

Deutschland



USA



Google AdWords

Google AdWords ist eines der bekanntesten Suchmaschinen-Werbeprogramme weltweit. Jeder, der die Suchmaschine Google schon einmal benutzt hat, kennt sicherlich die AdWords-Anzeigen: Sie befinden sich primär rechts neben den Suchergebnissen, zum Teil auch darüber (s. Grafik). Unseren Erfahrungen zufolge nutzen etwa ein Drittel der Google-Nutzer AdWords; während zwei Drittel nach wie vor die

natürlichen Suchergebnisse bevorzugen. Google AdWords sind eine effektive Werbeform, da der Inserent nur für Klicks auf seine Anzeige (cost per click, CPC) bezahlt. Um das Potenzial optimal ausnutzen zu können, kommt es jedoch auf eine fachgerechte Planung und Umsetzung an. Im trafficmaxx Team steht hierfür unser Experte Mark Bousfield, ehemaliger Google-Mitarbeiter aus London, zur Verfügung.

Was kosten Google AdWords?

Der Inserent bestimmt die Höhe seiner Werbekosten durch Festlegung eines Tagesbudgets. Die Position, an der die AdWords-Anzeige erscheint, ist abhängig vom Preis (CPC), den der Kunde für einen Klick zu zahlen bereit ist, sowie vom Qualitätsfaktor. Dieser stellt die Grundlage für die Bewertung der Qualität des Keywords und die Festlegung des Mindestgebots dar und wird durch verschiedene Faktoren wie die Klickrate (CTR) des Keywords, die Relevanz des Anzeigentextes

etc. ermittelt. Die kontinuierliche Betreuung durch Experten kann also durch eine optimale Umsetzung Kosten sparen.

Was macht Google AdWords zu einer besonders effektiven Werbeform?

Google AdWords-Anzeigen werden keyword-bezogen erstellt. Dafür legt der Inserent eine Liste mit relevanten Suchbegriffen fest. Die Werbung wird angezeigt, sobald ein Nutzer eine entsprechende Suchanfrage stellt. Potenzielle Kunden können dabei in jeder Phase des Kaufent-

scheidungsprozesses angesprochen werden, bei der Suche nach Informationen über Produkte oder Dienstleistungen ebenso wie bei konkreter Kaufabsicht. Eine im Mai 2005 durchgeführte Studie, die „WWW-Benutzer-Analyse W3B“, ergab, dass etwa zwei Drittel der deutschsprachigen Internetnutzer das Web gezielt zur Recherche von Produktinformationen verwenden. Mehr als 80% kaufen im Anschluss einer Recherche außerdem im Internet ein. Zielgruppen können mit Google AdWords genau definiert werden, Kampagnen können regional oder weltweit ausgerichtet sein. Möglich ist sogar, beispielsweise alle türkisch sprechenden Interessenten in Berlin anzusprechen. Google AdWords sind zudem sehr flexibel. Bestehende Anzeigen können jederzeit bearbeitet und mit den Änderungen innerhalb von 15 Minuten im Internet angezeigt werden. Die erstmaligen Anzeigen können beinahe ohne Verzögerung bei Google geschaltet werden.

Der Erfolg ist messbar!

Ein weiterer wichtiger Vorteil von Google AdWords besteht in der Möglichkeit, den Erfolg der Werbekampagne direkt kontrollieren zu können. Mit den entsprechenden Tools kann die Leistung der einzelnen Keywords gemessen werden. Dafür wird festgelegt, welche Aktion nach dem Klick auf die Anzeige als so genannte „Conversion“ gelten soll. Dies kann eine Newsletter-Anmeldung, das Abschicken einer Bestellung oder eine andere Transaktion sein. Mit dem „Conversion-Tracking“ von Google AdWords-Anzeigen werden diese Handlungen aufgezeichnet und man erkennt genau, welche Anzeigen bei welchen Keywords mit welchen Kosten wie viel Erfolg bringen. AdWords können Suchmaschinen-Optimierung natürlich nicht ersetzen – nichts ist wertvoller als eine Top-Ten-Position innerhalb der Suchergebnisse – aber sie stellen eine interessante und wichtige zusätzliche Maßnahme im Online Marketing-Mix dar.

