

Heinrich Heine

HEINRICH HEINE
UNIVERSITÄT DÜSSELDORF

Online-Marketing für
Bildungsinstitute -
SEA mit AdWords

Aufbauseminar
Prof. Dr. Heiner Barz
Klaudija Paunovic
Donnerstag: 10:30 - 12:00 Uhr
Geb. 23.03.01 Raum 61

Historischer Rückblick

- ▶ Google AdWords wurde im Oktober 2000 eingeführt, nachdem Google einen Monat zuvor eine Beta-Version dieser angeboten hatte
- ▶ mehr als 350 Unternehmen und Werbeagenturen verwendeten es sogleich zur Online-Mediaplanung - so dass Google beschloss, die AdWords als neue Werbemöglichkeit fest in sein Angebot zu integrieren

vgl. Google, 2000

Google AdWords Vor- und Nachteile im Überblick

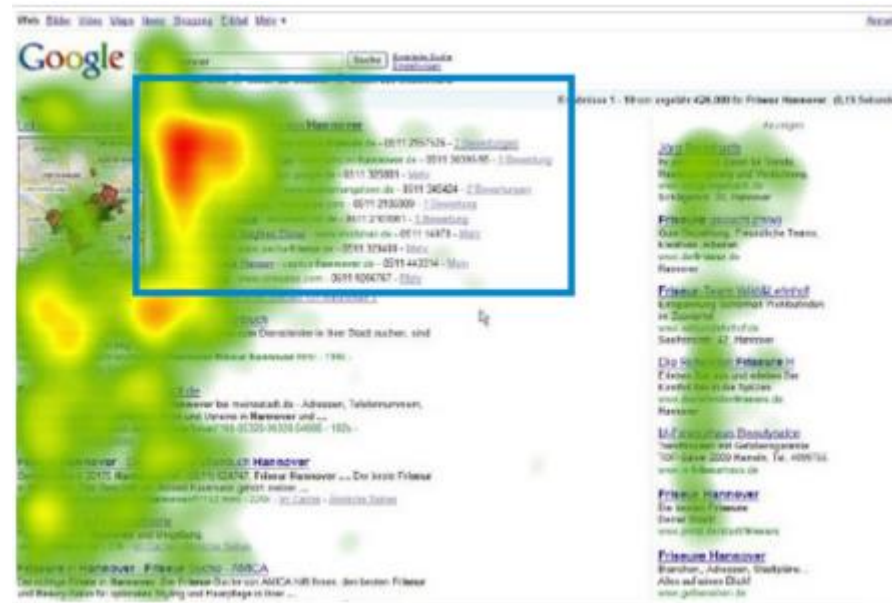
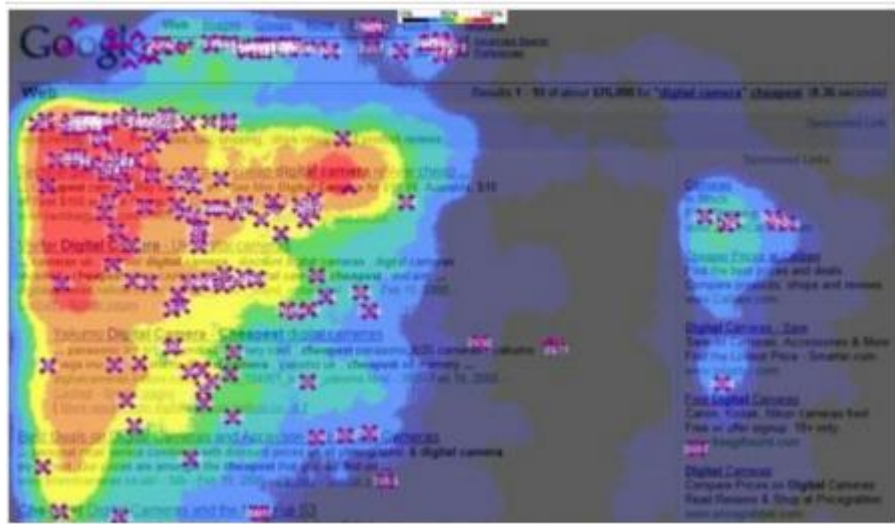
Pro

- ▶ Sofort TOP-Position in Trefferliste erreichen (Top Sponsored-Bereich oben oder rechts außen)
- ▶ Transparenz
- ▶ Automatische Bietfunktion
- ▶ Nur zahlen bei Klick, nicht View

Kontra

- ▶ Kostenpflichtig
- ▶ Großes Wissen Voraussetzung, sonst kann Budget ineffizient sein
- ▶ Tägliche Kontrolle notwendig

Wahrnehmung der SERP



Vor und nach Universal search 2011

<http://www.usability.de/usability-user-experience/publikationen/goodbye-golden-triangle.html>

Möglichkeiten von AdWords

- ▶ Regionale Ausrichtung (z.B. nur in Düsseldorf)
- ▶ Display-Anzeigen (im AdSense-Netzwerk) oder Text-Anzeigen in SERP
- ▶ Zeitliche Einschränkung
- ▶ Retargeting
- ▶ Maximales Budget festlegbar
- ▶ Keywords / Umfelder ausschließen
- ▶ Verschiedenen Anzeigen pro KeyWord hinterlegen
- ▶ Mit KeyWord-Tool neue KeyWords finden, Traffic schätzen

sueddeutsche.de

Suche

Politik | Wirtschaft | Old | Kultur | Sport | Leben | Karriere | München & Region | Bayern | Medien | Digital | Auto | Wissen | Panorama

Reise

Home > Politik | Wahlen in den USA | Ein Jahr schwarz-gelbe Koalition | Stuttgart 21 | Unser Oden | Worte der Woche | Ratgeber Reisen

Welthunger-index 2010 11.10.2010, 18:08

Hunger in 29 Staaten

Schockierende Zahlen: 2,2 Millionen Kinder sterben jährlich durch Mangel- und Unterernährung, weltweit hungern etwa 925 Millionen Menschen. Das Ziel, die Zahl der Hungernden bis 2015 zu halbieren, hält die Ernährungsorganisation der UN für unerreichbar.

Bei der Bekämpfung des Hungers in der Welt hat das vergangene Jahr keine Fortschritt gebracht. Noch immer herrscht in 29 Ländern der Erde große Nahrungsmittelknappheit. 2,2 Millionen Kinder sterben jährlich durch Mangel- und Unterernährung. Das teilte die Welthungerhilfe bei der Vorstellung ihres diesjährigen Welthunger-index in Berlin mit.



Ein Ormai oder Kleinspinner in Afrika und Südeisen ist untergeordnet. In Afrika ist die Lage südlich der Sahara katastrophal. (AP/Wide World)

ANZEIGE



▶ Spiel

EVENTS, LIFESTYLE
Carmen Sanne Salomon veranstaltet Charity Ball in Düsseldorf

ONLINE MARKETING, SEO
Die (fast) perfekte Meta Description - so geht's!

GIGASET ME
Das neue Smartphone Gigaset ME - ab sofort online kaufen

EVENTS, NACHTLEBEN
Bocconcino-Jimmy beweist (Medien-)Hafenliebe mit Party im Port Seven

18. OKTOBER 2015

Deutscher Malte Voß „Normaler“ langweilig!

Schwarz umrandete ... und ein Hemd mit Ka ... der Look des 20-jähri ... Nerd und Yoko erinn ... Gang und ein zurück

MIT 5 STERNEN DEN!



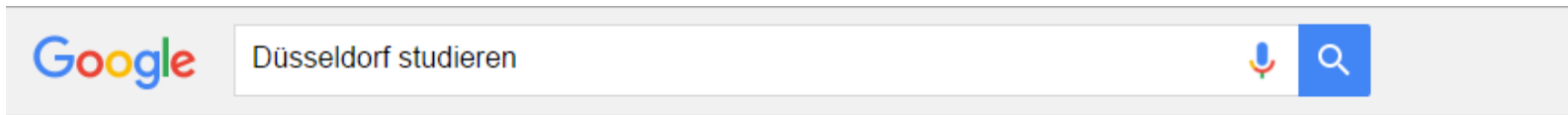
EVENTS, VIDEO 14. DEZEMBER 2015

Große Doku: Auf dem Weihnachtsmarkt in Köln - Heimat der Heinkel

Eine kurze Geschichte vom Weihnachtsmarkt in Köln Als am 05. Dezember 1820 der „Nikolai-Markt“ am Alter Markt zum ersten Mal seine Pforten öffnete, hätte wohl niemand gedacht, dass eines Tages

Display-Anzeige auf einer Webseite von Google

Teil des Google Werbenetzwerkes AdSense. Aber auch Text-Anzeigen können auf Umfeldern angezeigt werden.



Alle Bilder News Maps Shopping Mehr ▾ Suchoptionen

Ungefähr 576.000 Ergebnisse (0,34 Sekunden)

Studieren in Düsseldorf - emba-medienakademie.de

Anzeige www.emba-medienakademie.de/düsseldorf ▾

Leben und studieren in Düsseldorf. In 6 Semestern zum staatl. Bachelor

Studieren in Düsseldorf - Privates BA Studium. 6 Sem

Anzeige ebc-hochschule.de/Düsseldorf+Studieren ▾

inkl Praktika & Ausl.sem. Infos hier!

Neu: Sportmanagement · Staatlich anerkannt · FIBAA-Akkreditierung

Persönliches Coaching & Betreuung der Studierenden. – Zeit

EBC Düsseldorf - M.A. Internat. Management - Fashion Management

Universität Düsseldorf: Alle Studiengänge von A-Z

www.uni-duesseldorf.de/.../studium.../studium/alle-studiengaenge-von-a-... ▾

HHU StartStudium und Lehre an der HHUAlle Studiengänge von A-Z ... Es gibt keine

Lehramtsstudiengänge an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf!

Studiengang Informationen - Und Kulturwissenschaft - Betriebswirtschaftslehre

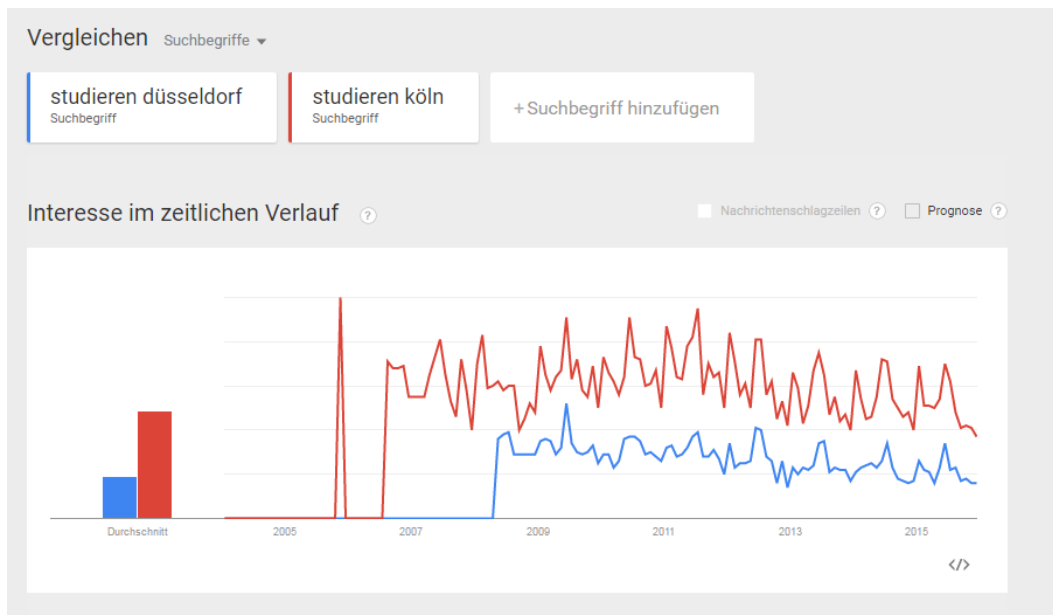
Universität Düsseldorf: Info-Messe: Studieren in Düsseldorf

Text-Anzeige in SERP

Nach KeyWords werden diese angezeigt. Hier im Beispiel für das KeyWord „Düsseldorf studieren“

Nützliche Tools für KeyWord-Suche

- ▶ AdWords Keyword-Tool (berücksichtigt vorhandene KeyWords im Account)
- ▶ Übersuggest.org
- ▶ Google Trends



Suchanfragen

Beliebteste Zunehmende

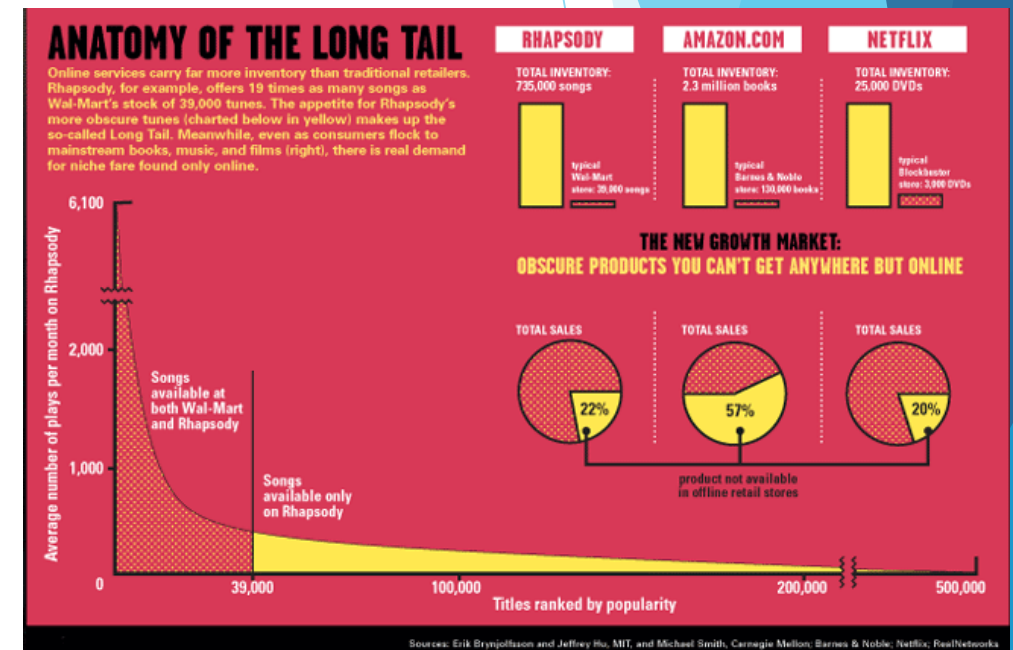
uni düsseldorf	100	<div style="width: 100%;"></div>
studieren in düsseldorf	85	<div style="width: 85%;"></div>
fh düsseldorf	60	<div style="width: 60%;"></div>
universität düsseldorf	25	<div style="width: 25%;"></div>
fachhochschule düsseldorf	25	<div style="width: 25%;"></div>
studieren in nrw	20	<div style="width: 20%;"></div>
medizin studieren	15	<div style="width: 15%;"></div>

</>

Long-Tail-KeyWord

Alles, was gefunden werden kann, wird gefunden

- ▶ Suchbegriff, der aus mehreren Wörtern besteht, weniger Traffic, dafür gezieltere Zielgruppe = Höhere Conversionrate
- ▶ Begriff wurde 2004 vom Chefredakteur Chris Anderson des Technik-Magazins Wired populär gemacht
- ▶ die großen Online-Musikhändler machten unerwartet hohe Absätze mit Musikstücken, die diese exklusiv online vertreiben
- ▶ Amazon erzielt mehr als die Hälfte seiner Umsätze aus Büchern, die in keiner großen Bücherei zu finden sind
- ▶ Neben Topseller Nischenprodukte anbieten, z.B. Cross-Selling, Related Products, Neuvorstellung auf der Homepage

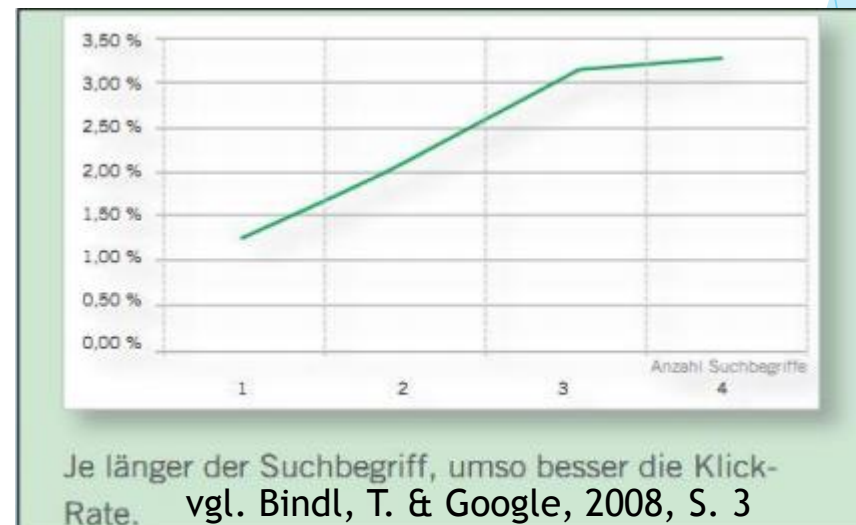


Quelle: Wired.com

Long-Tail-KeyWords

Nutzerverhalten

- ▶ Onestat-Studie von 2007, die auf Daten aus 2 Mio. Suchanfragen in über 100 Ländern besteht, hat festgestellt, dass die meisten Nutzer zwei (31,91%) oder drei (27,02%) Wörter je Anfrage eingeben. Ein (15,22%) oder vier (14,75%) Wörter werden rund gleich häufig bei der Suche verwendet. Fünf (6,49%) Keywords hintereinander sind noch ebenfalls gebräuchlich. Bei mehr als sieben Begriffen (1,12%) allerdings halbiert sich die Anzahl der Nutzer jeweils. vgl. Onestat.com, 2007
- ▶ Conversionrate: Anzahl der Käufer geteilt durch die Menge der Klicks der AdWords-Anzeige multipliziert mit 100
- ▶ bei bis zu vier Suchbegriffen mehr als doppelt so hoch wie bei einstelligen Suchanfragen



Tipps zum Start einer AdWords-Kampagne

- ▶ Getrennte Kampagnen für Display- und Suchnetzwerk anlegen, da die Klickraten stark variieren und Vergleiche erschweren (Displayanzeigen werden generell seltener angeklickt als Suchnetzwerkanzeigen)
- ▶ Separate Kampagne auch für Handynetzwerke, da Texte kürzer sein müssen
- ▶ Sprache der Zielgruppe definieren, aber auch englisch berücksichtigen, da viele englischsprachigen Browser nutzen
- ▶ Region auswählen
- ▶ Max 100 Kampagnen mit jeweils bis zu 2.000 Anzeigengruppen, die wiederum max 2.000 KeyWords und 300 Display-Anzeigen oder Textanzeigen enthalten dürfen

Preiskalkulation Cost-per-Click

- ▶ Je höher die Anzeigenposition, z.B. Top SponsoredBereich, umso teurer
- ▶ Hängt ab von Qualitätsfaktor
- ▶ Unterschiedlich für Displaynetzwerk und Suchnetzwerk Qualitätsfaktor x Maximales Gebot pro Klick = Anzeigenrang
- ▶ Für bessere Position muss das Höchstgebot +1 Cent übertroffen werden vgl. Schulz, 2011 CPC Google AdWords
- ▶ Tagesbudget wird bei automatisch ausgeschöpft
- ▶ Auto-optimierter CPC: KeyWords mit guter CR erhalten 30% mehr Budget, schlechte werden bis zu 100% reduziert, dauert eine Weile bis genug Daten da sind

Qualitätsfaktor

- ▶ 2005 eingeführt, um gute AdWords mit besserer Position zu belohnen und schlechte abzustrafen = Relevanz gewährleisten
- ▶ Berechnung beginnt ab dem Tag, wo die Suchanfrage eines Nutzers mit Anzeige übereinstimmt
- ▶ Klickrate wichtigster Faktor, spiegelt Zusammenspiel zwischen Nutzer und Anzeige wider, ist die Anzahl der Sichtungen/Anzahl der Klicks x 100
- ▶ Es empfiehlt sich mehrere Anzeigen für eine Anzeigengruppe zu schalten, um die beste zu ermitteln
- ▶ Website: Aktualität, Relevanz zur Suchanfrage, Datenschutz, Seriösität, Benutzerfreundlichkeit
- ▶ Schlechte KeyWords nie pausieren, sondern löschen! Ansonsten gespeichert in Account-Historie Position bestimmt Klickrate
- ▶ Die oberste Anzeige im Top Sponsored-Bereich erreicht laut Studie von AccuraCast eine Klickrate von durchschnittlich 8%. Im 2. Platz fällt diese auf 5%, im 3. auf 2,5% und ab dem 5. Platz liegt sie nur bei gerade mal 1%
- ▶ DKI-Anzeigen nehmen weniger Einfluss auf Qualitätsfaktor, mehr dazu später

vgl. SEM Deutschland, 2011; vgl. Siemers, 2006; Velmeke, 2009-11

Anzeigen-Felder bei AdWords

- ▶ Titel: KeyWord sollte im Titel auftauchen, DynamicKeywordInsertion gibt die exakte Suche des Nutzers wieder an markierter Stelle
 - ▶ Zwei Textzeilen
 - ▶ Anzeigen-URL relevant aussehen lassen
 - ▶ Ziel-URL, Landing-Page attraktiv gestalten
- BWL-Studium Köln - cbs.de**
Anzeige www.cbs.de/BWL ▼
Studiere BWL an einer der besten Hochschulen Deutschlands: CBS!
Top-Wirtschaftshochschule · International & praxisnah · Brücken zur Karriere
BWL-Master: Beste Fachhochschule Deutschlands – CHE-Hochschulranking

Bachelorprogramme Int. Business, Digital Media Mgmt, Wirtschaftspsychologie & mehr.	Infotag am 16. Januar Lernen Sie die CBS vor Ort kennen. Jetzt online anmelden!
--	--
- ▶ Textanzeigen lassen sich durch zusätzliche Informationen erweitern, wie z.B. den Firmen-Standort, Produktbildern mit Links und Preisangaben (dazu muss man bei Google Shopping aktiv sein), Ad Sitelinks (das sind bis zu zehn weitere Links) oder eine Telefonnummer, Anzeigenerweiterungen werden abhängig von Position und Konkurrenz angezeigt
 - ▶ Bewertungen erst ab 30 Meinungen z.B. via Google Shopping, Trusted Shops

Wichtige KeyWord-Optionen

- ▶ Weitgehend passend (+)keyword
- ▶ Passende Wortgruppe “keyword”
- ▶ Exakt passend [keyword]
- ▶ Je exakter, umso weniger Impressions (Sichtungen), aber evtl. Höhere Klick- und Conversionrate
- ▶ Ausschließendes KeyWord -keyword (anhand der bisherigen nicht relevanten Suchbegriffe)
- ▶ Je generischer ein KeyWord, um genauer muss die Anzeige sein

Fertig ist man nie!

Performance beobachten, Qualitätsfaktor und Kosten im Auge behalten,
mit Analytics kontrollieren

The background features abstract, overlapping geometric shapes in various shades of blue, ranging from light sky blue to dark navy blue. The shapes are primarily triangles and polygons, creating a modern, dynamic feel. The text is positioned on the left side of the slide, set against a white background.

ENDE

Vielen Dank für Deine Teilnahme zur AdWords-Einführung