

SICHTBARKEIT & REICHWEITE

Search Engine Advertising

0

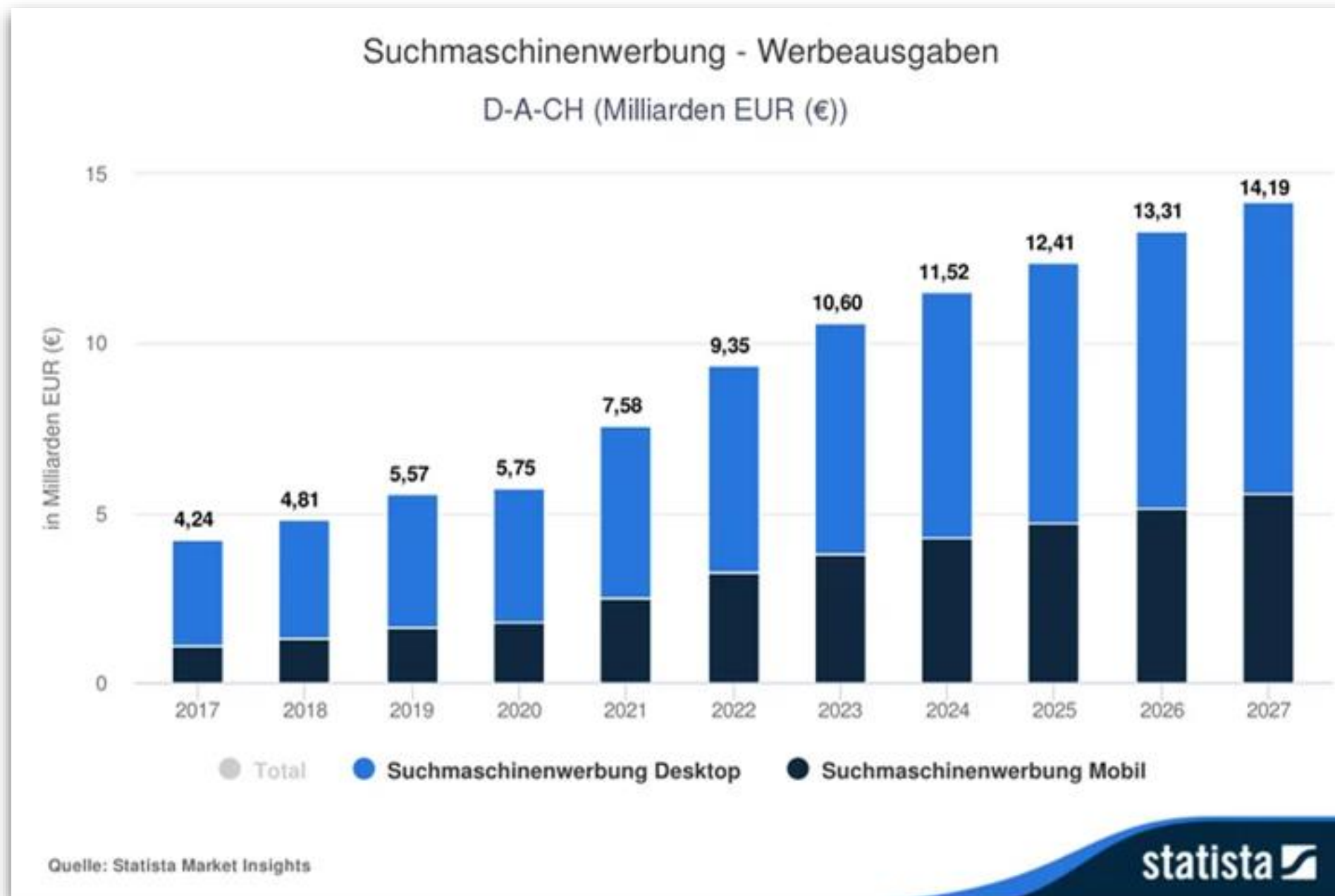
Search Engine Advertising

Einführung in das Thema

Es gestaltet sich äußerst anspruchsvoll, das Top-Ranking in den Google-Suchergebnissen zu erreichen. Stell dir jedoch vor, es gäbe eine Methode, um ganz oben in den Suchergebnissen auf der ersten Position zu erscheinen. Genau das ermöglicht SEA (**Search Engine Advertising**). Doch ob diese Herangehensweise tatsächlich so vorteilhaft ist, lässt sich in diesem Modul herausfinden.

Search Engine Advertising

Einführung in das Thema - Relevanz im DACH-Raum

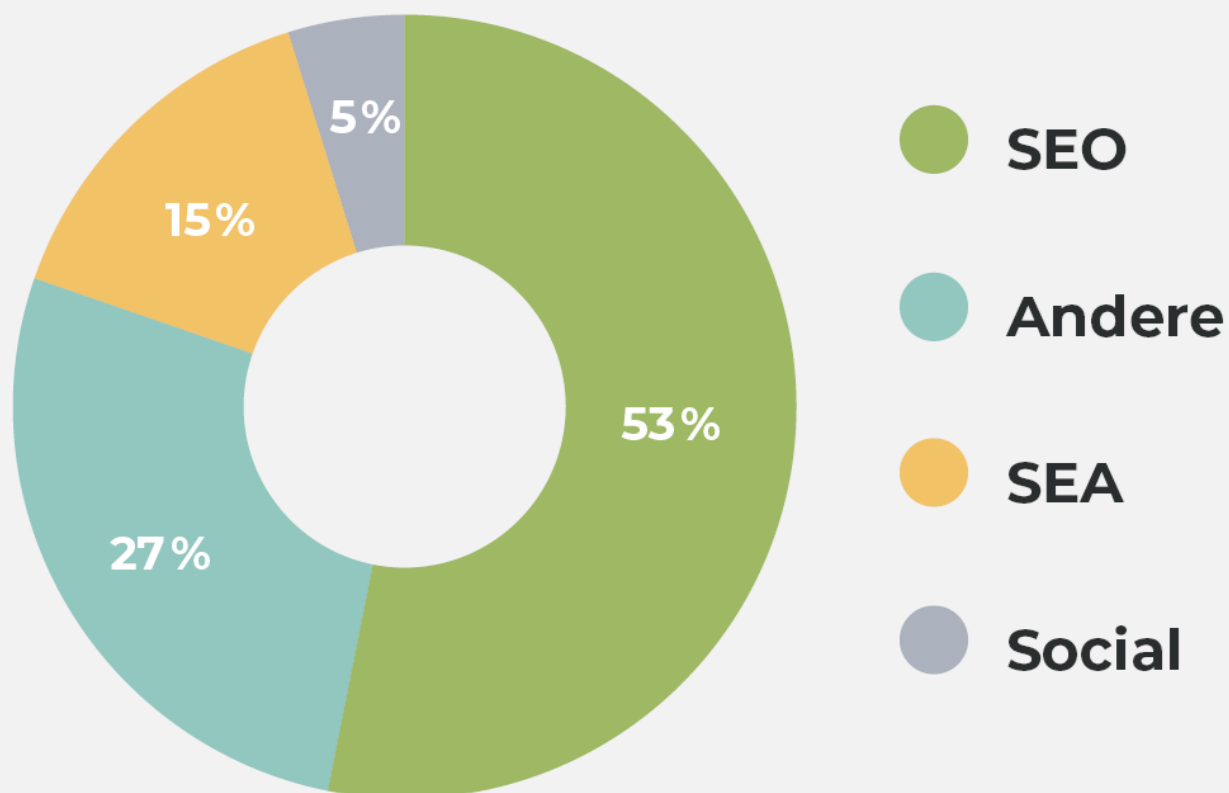


- Werbeausgaben für SEA im DACH Raum
- Prognosen ab 2024
- Seit 2020 ist ein starkes Wachstum zu erkennen
- Zeigt, dass SEA immer relevanter wird und mehr genutzt wird

Search Engine Advertising

Einführung in das Thema - Website-Traffic

Die Suche ist der größte Channel für Website-Traffic



Quelle: BrightEdge (2019)



- Man könnte meinen, dass Social Media Ads ein großen Teil des Traffics ausmachen
- SEO und SEA sind allerdings weitaus größer und Relevanter
- Über 50% des Website traffics kommt durch SEO zustande
- 15% durch SEA

1

Search Engine Advertising

Was ist SEA?

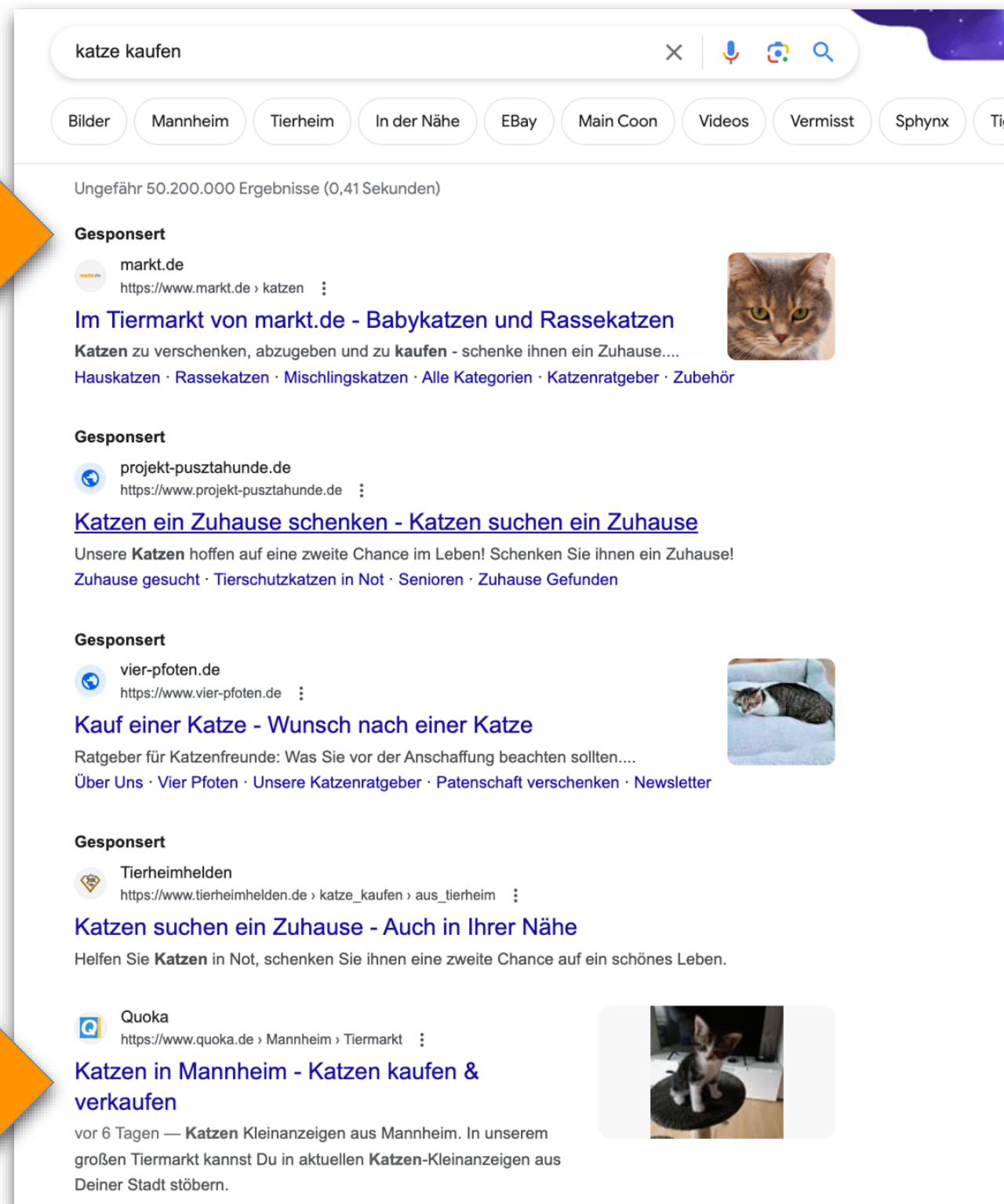
Search Engine Advertising

Was ist SEA?

- Suchmaschinenwerbung, auch als Search Engine Advertising (SEA) bekannt
- Anzeigen werden in den Suchergebnisseiten von Suchmaschinen platziert (SERPs), z. B. Google, Bing, Yahoo!
- Anzeigen werden auf vorher festgelegte Suchanfragen (Keywords) ausgerichtet.
- Passende Anzeigen werden ausgespielt, wenn ein Nutzer nach einem bestimmten Begriff in der Suchmaschine sucht.
- Oft wird dies als "Keyword-Advertising", "Search Ads" oder auch "Sponsored Links" bezeichnet

Search Engine Advertising

Was ist SEA? - Website-Traffic



- Unterscheidung zwischen bezahlten Suchergebnissen und organischen Suchergebnissen
- Oben "Gesponserte" bzw. bezahlte Suchergebnisse
- Unten organische Suchergebnisse

2

Search Engine Advertising

Wie funktioniert SEA?

Search Engine Advertising

Wie funktioniert SEA?

- Grundidee von SEA besteht darin, dass Anzeigenkunden Gebote für spezifische Keywords abgeben
- Dadurch werden Anzeigenplätze in den Suchmaschinenergebnissen erworben
- Abrechnung erfolgt über den Cost-per-Click (CPC)
- Bevor man Werbung schalten kann muss zuerst eine Registrierung auf einer Werbeplattform (z.B. Google, Bing, Yahoo, etc.) erfolgen

Search Engine Advertising

Wie funktioniert SEA?

- Werbeplattformen achten beim Schalten von Anzeigen nicht nur auf das Gebot pro Klick (CPC)
- Lange Liste von verschiedenen Kriterien nach der die Qualität der Werbeanzeige bewertet wird
- Damit Nutzer wirklich relevante Inhalte angezeigt bekommen
- Dadurch können auch niedrigere Gebote, höheren Geboten bevorzugt werden

Search Engine Advertising

Wie funktioniert SEA? - Inbound vs. Outbound



Quelle: https://enigma.swiss/wp-content/uploads/2021/12/enigma-illustrations-200924_inbound-outbound-V2.png

- Inbound SEA: Gezielte Anzeigen basierend auf Nutzersuchen.
- Outbound SEA: Breit gestreute Anzeigen ohne spezifische Suchausrichtung.
- Unterschied: Inbound = Nutzerinteresse, Outbound = Reichweite

3

Search Engine Advertising Kosten

Search Engine Advertising

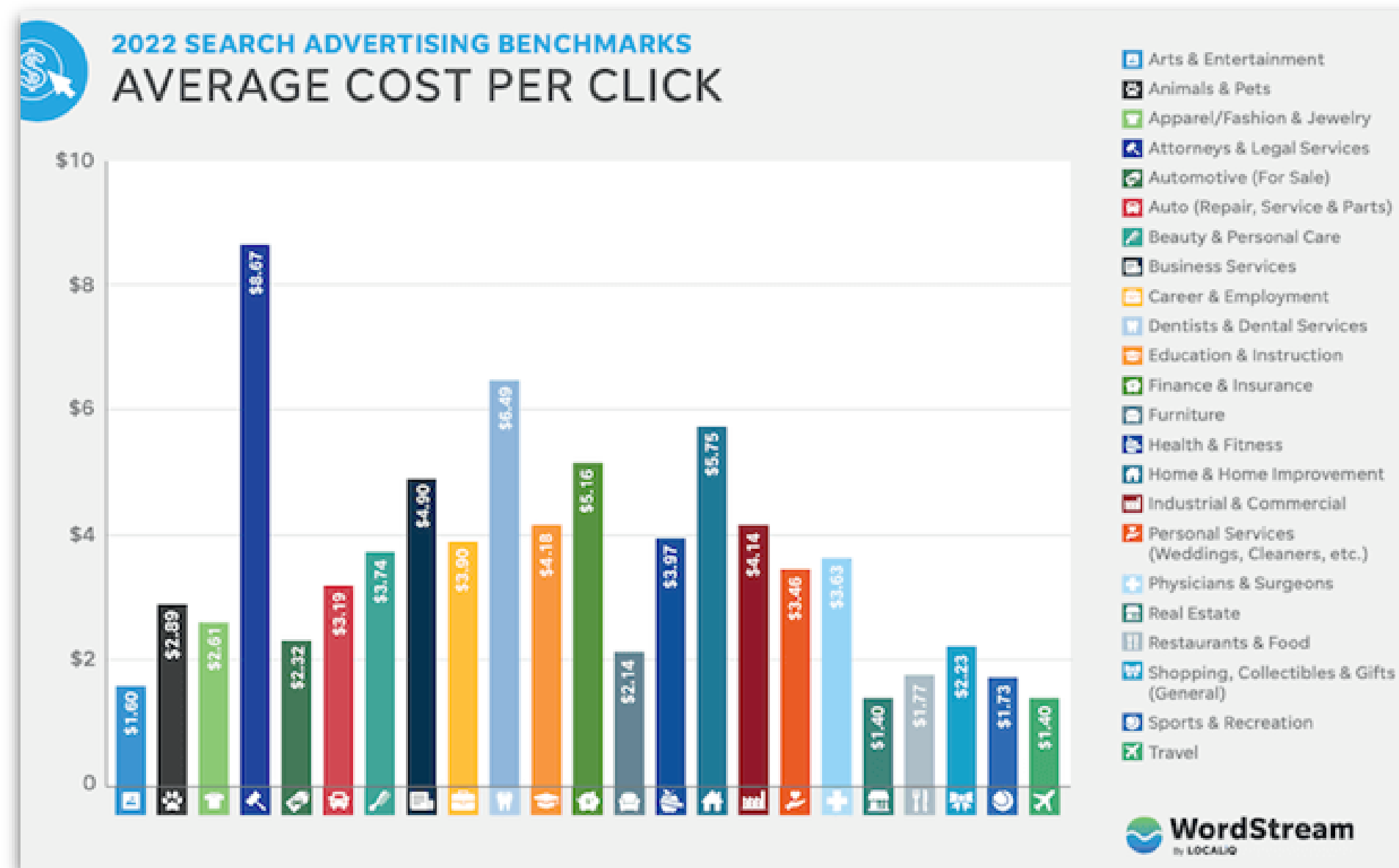
Kosten

- Kosten für Suchmaschinenwerbung können je nach Werbeplattform variieren
- In den meisten Fällen erfolgt die Abrechnung basierend auf dem Cost-per-Click (CPC)-Modell
- Das bedeutet, Unternehmen stellen Zahlungen nur dann in Rechnung, wenn ein Nutzer auf die Anzeige klickt.
- Kosten pro Klick können stark variieren und hängen von diversen Faktoren ab

Search Engine Advertising Kosten

- z.B abhängig von:
 - gewähltem Werbebudget
 - Wettbewerb in der Branche
 - Anzeigen- und Keyword-Qualität
 - angestrebte Reichweite und Sichtbarkeit.

Search Engine Advertising Kosten



Quelle: Wordstream

- Zeigt den durchschnittlichen Klickpreis je nach Branche
- Am teuersten sind Klicks für Anwälte und Rechtsdienstleistungen (\$8,67)
- Am günstigsten sind die Klicks für Immobilien & Reisen (\$1,40)
- Durchschnittlich ca. \$3

4

Search Engine Advertising SEA & Google Ads

Search Engine Advertising

SEA & Google Ads

- Häufige Gleichsetzung von SEA mit Google Ads
- Aufgrund des dominierenden Marktanteils von Google unter den verschiedenen Suchmaschinen
- Google Ads repräsentiert lediglich eine von vielen Plattformen, über die Suchmaschinenwerbung ausgeführt werden kann

Search Engine Advertising

SEA & Google Ads

- Auch andere Suchmaschinen bieten Werbemöglichkeiten an, wie z.B.:
 - Bing
 - Yahoo
 - Ask.com
 - usw.
- Trotzdem ist Google oft die erste Wahl von Unternehmen für SEA
- Aufgrund der riesigen Reichweite und Marktanteile

5

Search Engine Advertising Unterschiede SEA & SEO

Search Engine Advertising

Unterschiede SEA & SEO

- Beide verfolgen das Ziel, eine Webseite bei den Suchergebnissen ganz oben anzuzeigen. Eine gute Positionierung ist sehr wichtig, da die Click-Through-Rate (CTR) für die obersten Positionen in den Suchergebnissen signifikant höher ist.
- Der Unterschied der beiden Marketing-Maßnahmen liegt vor allem in den Kosten, aber auch in der Art, wie die Treffer präsentiert werden.

Search Engine Advertising

Unterschiede SEA & SEO

	SEO	SEA
Hoher Anfangsinvest, schwer zu kalkulieren	✓	✓ eindeutig steuerbarer und kalkulierbarer Invest
langfristige Wirkung und steigender Trust	✓	✓ annähernd sofortige Wirkung, ohne Auswirkung auf Trust
keine schnellen Änderungen	✓	✓ jederzeit einfach anpassbar
generelle Sichtbarkeit, immer wirksam	✓	✓ keine dauerhaft hohe Sichtbarkeit möglich (Kosten und Suchvolumen)
langfristig immer besserer ROI	✓	✓ über die Laufzeit zunehmend unattraktive Kosten

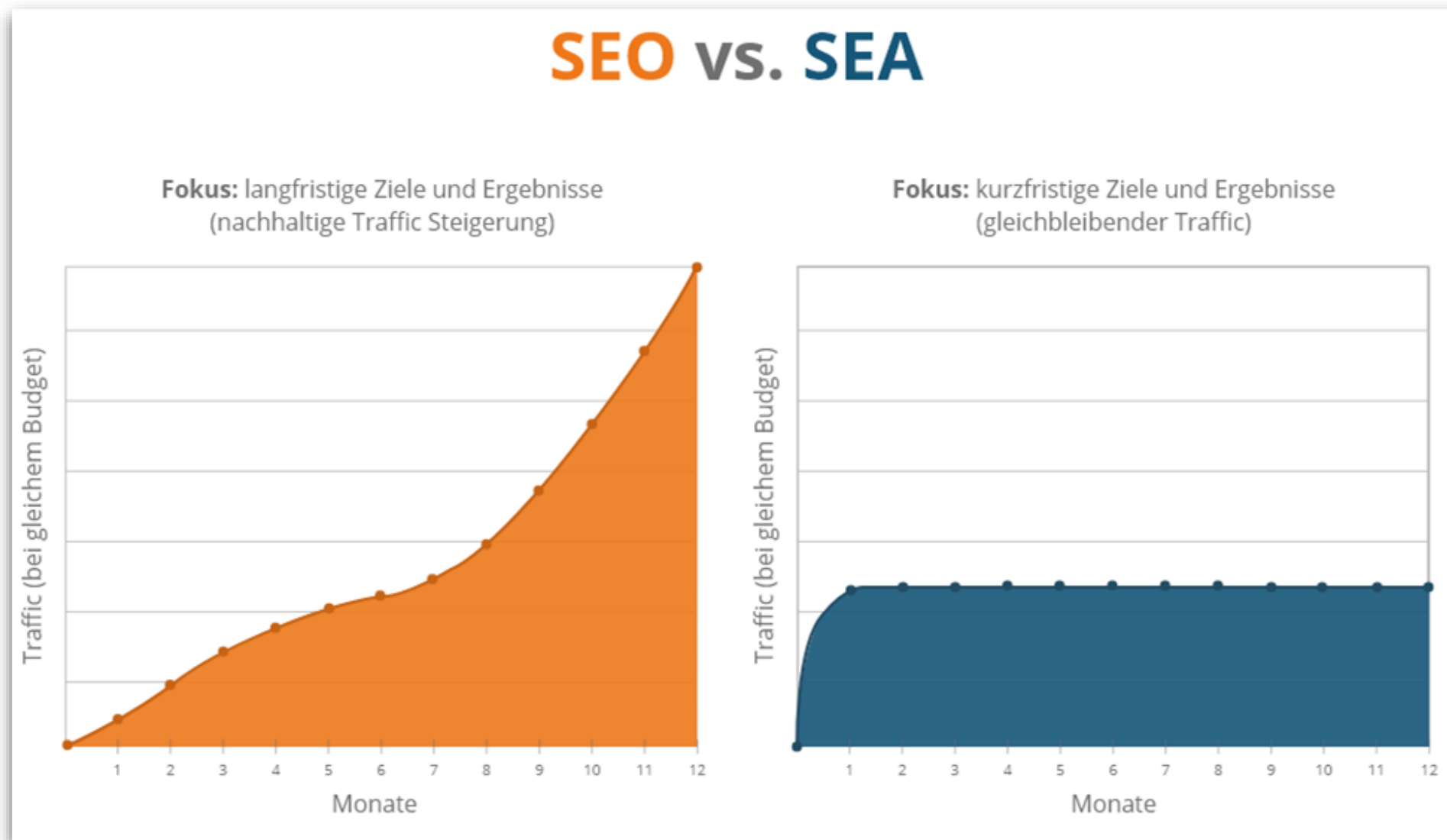
Search Engine Advertising

Unterschiede SEA & SEO

- Beide verfolgen das Ziel, eine Webseite bei den Suchergebnissen ganz oben anzuzeigen. Eine gute Positionierung ist sehr wichtig, da die Click-Through-Rate (CTR) für die obersten Positionen in den Suchergebnissen signifikant höher ist.
- Der Unterschied der beiden Marketing-Maßnahmen liegt vor allem in den Kosten, aber auch in der Art, wie die Treffer präsentiert werden.

Search Engine Advertising

Unterschiede SEA & SEO - SEO im E-Commerce



- SEO ist eine langfristige Strategie und sorgt für eine nachhaltige Traffic Steigerung
- SEA ist eine kurzfristige Strategie und sorgt bei gleichbleibendem Budget meist für gleichbleibenden Traffic

Search Engine Advertising

Unterschiede SEA & SEO



Damit stellt sich die Frage nicht, ob man nun eher SEO oder eher SEA nutzen sollte. Beide Verfahren zur Trafficgenerierung funktionieren, wirken aber unterschiedlich und ergänzen sich damit hervorragend. Auch ist eine Schwerpunktbildung immer abhängig vom Umfeld/Wettbewerb.

6

Search Engine Advertising Wichtigkeit

Steigerung der Sichtbarkeit

Durch SEA können Unternehmen auffällig in den Suchmaschinenergebnissen präsent sein und somit die Sichtbarkeit ihrer Marke, Produkte oder Dienstleistungen erhöhen.

01

Zielgerichtete Werbung

Du kannst deine Anzeigen mithilfe von relevanten Keywords und anhand von demografischen Merkmalen gezielt auf potenzielle Kundinnen und Kunden ausrichten, um dadurch eine höhere Conversion-Rate zu erzielen.

02

03

Im Vergleich zur Suchmaschinenoptimierung erzielst du mit SEA in der Regel schnellere Ergebnisse. Du kannst bereits unmittelbar nach dem Start deiner Kampagne messbare Klicks und Conversions verzeichnen.

**Schnelle
Ergebnisse**

Suchmaschinenwerbung ermöglicht präzise Messungen und Analysen, um den Erfolg von Kampagnen zu bewerten. Dadurch kannst du wichtige Kennzahlen (KPIs) wie Klicks, Konversionen und den Return on Investment (ROI) nachverfolgen.

**Messbare
Leistung**

7

Search Engine Advertising Werbeplattform Google Ads (Hands-On)

8

Search Engine Advertising Keywords & Recherche (Hands-On)

9

Search Engine Advertising Vor- und Nachteile

Search Engine Advertising

Vor-/Nachteile SEA

	Pros		Cons
Hohe Sichtbarkeit	✓	✗	Stetige Kosten
Wettbewerbsvorteil	✓	✗	Wird immer teurer
Hohe Flexibilität	✓	✗	Gefahr der Abhängigkeit
Schnelle Ergebnisse	✓	✗	Gewisse Lernkurve
Zielgerichtete Werbung	✓	✗	potenzieller Klickbetrug durch Bots

10

Search Engine Advertising
Werbeplattformen im Vergleich

Search Engine Advertising

Werbeplattformen im Vergleich - Google Ads



Google Ads

Google ist eine Internet-Suchmaschine des US-amerikanischen Unternehmens Google LLC. Mit mehr als 3 Milliarden Suchanfragen pro Tag ist Google die meistbesuchte Website der Welt.



Fakten

- 8,5 Milliarden Visits täglich
- Größte Suchmaschine
- Weitaus über 1 Billion indexierter URLs

Sonstiges

- YouTube gehört ebenfalls zu Google
- Sollte "Googol" heißen, aber dank Tippfehler "Google"
- Google war am 16. August 2013 für 5 Minuten down. In diesem Zeitraum ging der weltweite Online Traffic um 40% zurück

Search Engine Advertising

Werbeplattformen im Vergleich - Bing Ads



Bing Ads

Microsoft Bing ist eine Internet-Suchmaschine von Microsoft und der Nachfolger von Live Search. Bing wurde im Juni 2009 im Beta-Stadium in Betrieb genommen.

Konkurrenz

Kosten

Usability



Fakten

- 30 Millionen Visits täglich
- 2. größte Suchmaschine
- Zwar hinter Google, aber sehr weit hinter Google

Sonstiges

- Starker Fokus auf Bildersuche
- Werbeplattform "Bing Ads"
- Mit "Bing Rewards" kann man für Suchanfragen mit Geschenken, Gutscheinen, usw. belohnt werden

Search Engine Advertising

Werbeplattformen im Vergleich - Yahoo Ads



Yahoo Ads

Yahoo ist eine Suchmaschine und ein Internetunternehmen, das 1994 in Sunnyvale, Kalifornien gegründet wurde und 1995 online ging.

Konkurrenz



Kosten



Usability



Fakten

- 20 Millionen Visits täglich
- Vergleichsweise unbekannt
- Früher Verzeichnis, dann später Suchmaschine

Sonstiges

- Keine Verkaufsgebühr, sondern CPC Modell
- 0,51 € CPC
- Über 21.000 Mitarbeiter

Search Engine Advertising

Werbeplattformen im Vergleich

Konkurrenz				
	Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
	++	+	o	-/o
Kosten				
	Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
	++	+	o	-/o
Usability				
	Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
	++	+	o	-/o

11

Search Engine Advertising Entscheidung treffen

Search Engine Advertising

Entscheidung treffen

01

Pay-Per-Click

- | Beachte, dass du bei PPC per Klick bezahlst.
- | Ist dein Produkt margenschwach?
- | Befürchtest du, dass PPC zu kostspielig wird, da die Margen deines Produktes zu niedrig sind?

Search Engine Advertising

Entscheidung treffen



02

Reichweite

- | Erstelle eine Test-Anzeige und prüfe die verfügbare Reichweite.
 - | Ist die Reichweite groß genug?
 - | Unterschiedliche Nischen haben unterschiedliche Reichweiten.
- 

Search Engine Advertising

Entscheidung treffen



03

Keywords

- | Führe eine Keyword-Recherche für dein Produkt durch.
 - | Wie hoch ist der prognostizierte PPC der Keywords?
 - | Und werden die Keyword von vielen Mitbewerbern bespielt?
- 

Search Engine Advertising

Entscheidung treffen

04

Lernkurve

- | SEA profitabel zu schalten erfordert oft eine steile Lernkurve.
- | Befürchtest du, dass die Lernkurve für SEA zu hoch für dich ist?

Search Engine Advertising

Entscheidung treffen



05

Aufwand

- | SEA ist weniger aufwendig als andere Marketingformen.
 - | Da du oftmals keine Creatives erstellen musst.
 - | Legst du Wert darauf, den Aufwand möglichst gering zu halten?
- 

Search Engine Advertising

Entscheidung treffen



Suchmaschinenwerbung (SEA) bietet eine effektive Möglichkeit, gezielten Traffic auf eine Website zu lenken und die Sichtbarkeit zu steigern. Durch präzise Zielgruppenausrichtung und sofortige Ergebnisse kann SEA schnell zu erhöhter Conversion führen. Dennoch ist eine sorgfältige Keyword-Recherche, kontinuierliches Monitoring und Anpassungen der Kampagnen unerlässlich, um ein Budget effizient einzusetzen und den bestmöglichen ROI zu erzielen.