

Darius und Steffi haben einen billigen Urlaub gefunden.



Google™



Barbara hat zwei wertvolle Kunden gefunden.

Jede Sekunde überall auf der Welt finden Konsumenten und Werbungtreibende, die Keywords auf Google nutzen, genau das, wonach sie suchen: einander

Wie es funktioniert:

Online-Konsumenten nutzen Keywords zur Informationssuche.

The screenshot shows a Google search for the keyword "blumen". The search bar contains "blumen" and the Google logo is visible. Below the search bar, there are navigation tabs for "Web", "Bilder", "Groups", "Verzeichnis", and "News Neu!". The search results are displayed in a list format. The first result is a sponsored advertisement for "Blumen bei FloraPrima" with the URL "www.FlorPrima.de" and the text "Wunderschöne Sträuße schon ab €14,95 mit 7-Tage Frischegarantie". Below this, there are several organic search results, each with a title, a brief description, and a URL. The first organic result is "fleurop.de" with the text "Home, My Fleurop, Top Sträuße, Mehr Blumengrüße, Gutscheine, Tipps und Services, Newsletter, Über uns, Floristen, Presse, 'Sunshine' Preisideen ab 20.00 EUR. ...". The second organic result is "Der Blumenversand. Hier können Sie Blumen beim Blumenladen Ihrer ..." with the text "Willkommen Bei BlumenOnline! Hier können Sie Blumen beim Blumenladen Ihrer Wahl bestellen. Ob Blumenstrauß, Geschenke oder eine ...". The third organic result is "Blumen-und-Pflanzen.de Ihr Gartenforum" with the text "... In unserem Forum finden alle Blumen- Pflanzen- und Gartenfreunde Antworten auf ihre Fragen. Der Ulmer Gartenkalender informiert wöchentlich ...". The fourth organic result is "Blumen-Versand und -Bestellung online/ Rosen verschicken und ..." with the text "Blumen mit kostenlosem Grußkärtchen und Präsenten versenden. ... Willkommen bei florito flowerpost, dem online Blumen-Versand! Über blumen.de ...". The fifth organic result is "Blumen Versand fleuweb.de - Online bestellen, weltweite Lieferung ..." with the text "... 1997-2003 www.fleuweb.de - Ein Service von Blumen Moldenhauer, www.blumen-moldenhauer.de/ - 9k - 17. Sep 2003 - Im Cache - Ähnliche Seiten". On the right side of the search results, there are three sponsored advertisements. The first is "Fleurop Blumen bestellen" with the text "Sommersträuße & Surprise Bouquets frisch und persönlich an jeden Ort www.fleurop.com Interesse". The second is "Blumenversand bundesweit" with the text "Teststieger bei Tomorrow (Mai 2003)! 7-Tage-Frischegarantie, 24h-Service www.valentins.de Interesse". The third is "Blumen günstig" with the text "Sicher mit Geld-zurück-Garantie: bis 11h bestellt - heute geliefert! www.blumenbox.de Interesse". Below these advertisements, there is a link that says "sehen Sie Ihre Anzeige hier...".

Werbungtreibende wählen aus, mit welchen Keywords ihre Anzeigen verknüpft werden sollen. Nach Eingabe dieser Keywords werden die Anzeigen anschließend auf den Google-Suchergebnisseiten sowie auf entsprechenden Partner-Websites angezeigt. Die Anzeigen werden als klarer, einfacher Text dargestellt und sind deutlich als Werbetexte gekennzeichnet, um den Nutzer bei seiner Suche nach relevanten Informationen zu respektieren und zu unterstützen.

Google AdWords hat sich zum weltweit größten Suchwerbeprogramm entwickelt und wird zurzeit von mehr als 150.000 Unternehmen eingesetzt, um so auf kostengünstige Weise neue Kunden zu gewinnen. Es ist das einzige Werbeprogramm, das sich die unübertroffene Relevanz der Google-Suchergebnisse sowie die umfassende Reichweite des Google-Werbenetzwerks zunutze macht.

Sie bezahlen nur, wenn jemand auf Ihre Anzeige klickt.

Diese Art der Werbung wird als Cost-per-Click (CPC)-Werbung bezeichnet. Das bedeutet, dass Ihre Anzeige nicht nur Impressionen, sondern auch qualifizierte Kontakte generiert. Sie können Ihre Investitionsrentabilität für jede Kampagne, für jede Anzeige oder jedes Keyword nachverfolgen. Für CPC-Werbung zahlen Sie pro Keyword einen Mindestbetrag von € 0,05 und niemals mehr als den maximalen Betrag, den Sie festgelegt haben (Ihr „Gebot“). Um Sie bei Ihrer Kalkulation zu unterstützen, erhalten Sie von AdWords einen maximalen CPC-Vorschlag, der Ihre Anzeige für all Ihre Keywords in 90 Prozent der Fälle an die erste Position bringt.

Sie erhöhen Ihre Reichweite um ein Vielfaches.

Ihre Anzeigen werden automatisch auf allen Google-eigenen Websites geschaltet. Zusätzlich haben Sie die Möglichkeit, Ihre Anzeigen durch die Google-Suchpartner breiter zu streuen. Wir bieten Ihnen außerdem ein Netzwerk von Content-Websites, auf denen Ihre Keyword-basierten Anzeigen geschaltet werden können. Diese Content-bezogenen Anzeigen erscheinen auf Partner-Sites wie CHIP Online, OnVista, FOCUS Online, Max, Stern, Brigitte, Lycos Europe, T-Online und anderen.

Sie können Ihre Ergebnisse nachverfolgen.

Sie müssen sich keine Gedanken mehr darüber machen, wie oft Ihre Anzeige gezeigt wird, wie hoch die Auflage ist oder wo die Kunden von Ihnen gehört haben. Es stehen Ihnen rund um die Uhr Online-Berichte zur Verfügung, die Ihnen genau Aufschluss darüber geben, wie oft auf Ihre Anzeige geklickt wurde, wie viel Sie bezahlt haben und welcher Wert sich für Sie nach Marktsegment, Produkt oder Angebot ergibt.

Sie bestimmen Ihr maximales Tagesbudget selbst.

Mit AdWords können Sie festlegen, wie viel Sie täglich ausgeben wollen. Sie erhalten dazu einen Vorschlag, der auf der Anzahl der Besuche Ihrer Website, die auf Ihre Google-Anzeige zurückzuführen sind, sowie dem von Ihnen festgelegten maximalen CPC basiert. Sie legen Ihr maximales Tagesbudget fest und unser Anzeigensystem stellt automatisch sicher, dass Sie im Verlauf Ihrer Kampagne niemals mehr zahlen als Ihr durchschnittliches maximales Tagesbudget.

Preise werden automatisch reduziert.

Der Google AdWords Discounter reduziert automatisch den von Ihnen tatsächlich zu zahlenden CPC auf den niedrigsten Betrag, der erforderlich ist, um die Position Ihrer Anzeige vor Ihren Mitbewerbern beizubehalten.

Wir belohnen Relevanz.

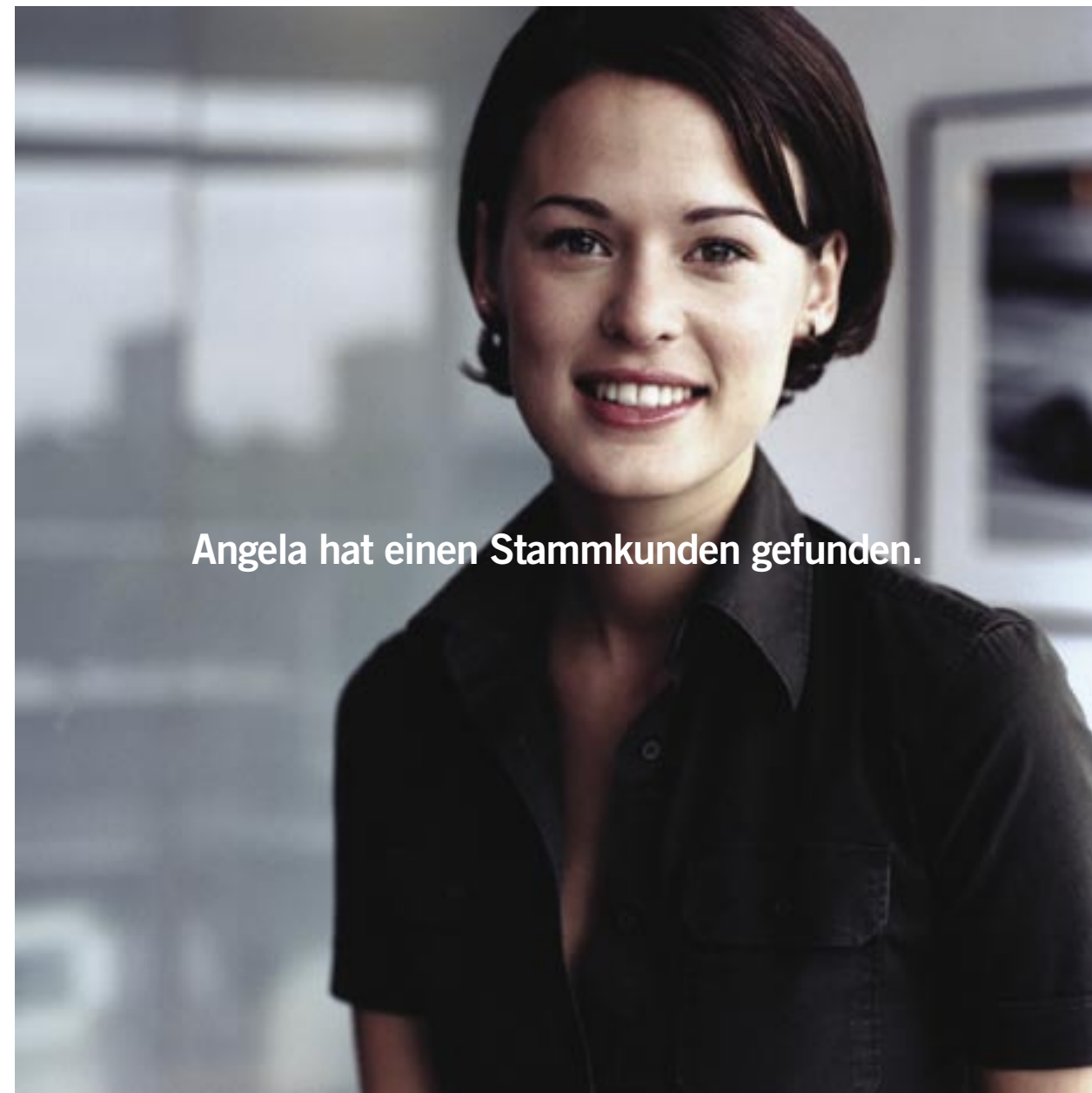
Wir wissen, dass Nutzer, die einmal bei einer Suche genau das gefunden haben, was sie gesucht haben, immer wiederkommen. Wir messen daher die Relevanz einer Anzeige als Klicks dividiert durch Impressionen (Anzahl der Anzeigeneinblendungen). Und wir belohnen eine hohe Klickrate mit einer besseren Position auf der Seite.

Dynamisches Ranking.

Google positioniert Ihre Anzeige auf unseren Seiten sowie auf den Seiten unserer Such- und Content-Partner dynamisch gemäß folgender Ranking-Formel: Maximales Cost-per-Click (CPC)-Gebot x Klickrate (CTR). Anzeigen, die erfolgreich sind, erscheinen weiter oben, was bedeutet, dass Sie nie von der Spitzenposition ausgeschlossen werden können.



Markus hat eine festverzinsliche Hypothek gefunden.



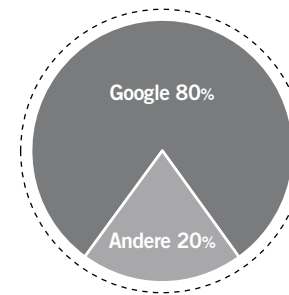
Angela hat einen Stammkunden gefunden.

Was für Google spricht:

Google ist die weltweit
fünftgrößte Internetseite.
Nielsen//NetRatings, Juni 2003

Google ist die Suchmaschine
Nr. 1 in Deutschland.
Nielsen//NetRatings, Oktober 2003

Google ist die populärste
Online-Marke in Europa.
Forrester, August 2003



◀ In Deutschland geht 80%
des von Suchmaschinen
generierten Internetverkehrs
von Google aus.
StatMarket, November 2003

Mit einer Reichweite
von 53% wird Google von
über der Hälfte aller
deutschen Internetnutzer
monatlich besucht.
Nielsen//NetRatings, Oktober 2003

Mit mehr als 17 Millionen
Nutzern ist Google die Nr. 2 aller
Web Properties in Deutschland.
Nielsen//NetRatings, Oktober 2003

Innerhalb eines Jahres
ist die Anzahl der Besucher
von Google.de um 47%
angestiegen, wobei die Anzahl
der aktiven Internetnutzer in
Deutschland nur um
15% anstieg.
Nielsen//NetRatings, Oktober 2003

Google bietet
Besuchern aus aller Welt 85
internationale Domänen an.
Google-interne Daten

Was Sie erwarten können:

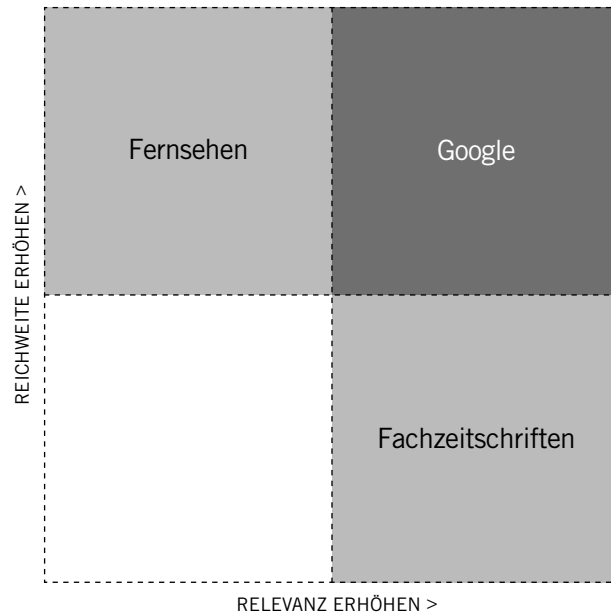
Erreichen von qualifizierten potenziellen Kunden während des gesamten Einkaufszyklus

Demografische Zielausrichtung und Adresslisteneinkäufe sind wirksame Maßnahmen, um Sie mit einem breiten Publikum potenzieller Kunden in Kontakt zu bringen. Sie eignen sich jedoch nicht besonders gut zur Identifizierung potenzieller Kunden, die einen Einkauf planen. Keyword-Werbung hingegen sorgt dafür, dass Ihre Werbebotschaft genau zu dem Zeitpunkt zu den Kunden gelangt, wenn diese nach Informationen über Ihr Produkt oder Ihren Service suchen. Auf diese Weise können Sie Ihre Anzeigen direkt auf die gezielt angesprochenen potenziellen Kunden zuschneiden und darüber hinaus Ihre Werbebotschaft anhand der Keyword-Auswahl an die verschiedenen Phasen des Einkaufszyklus anpassen.

Messbare Renditen, die sofort sichtbar werden

Kleine Budgets erfordern finanzielle Disziplin. Deshalb ist es das gute Recht der Werbungtreibenden, über alle Werbekampagnen detaillierte Renditeberichte zu erwarten. Das bedeutet, umgehend Ergebnisse zu sehen – Traffic, Anmeldungen, potenzielle Neukunden oder Abverkäufe. Des Weiteren bedeutet es, erkennen zu können, wie erfolgreich eine bestimmte Anzeige pro Tag ist, sodass Sie Ihre Werbeaktivitäten schnell optimieren und das Gelernte auf alle Ihre Marketingkonzepte anwenden können.

Die Keyword-Werbung von Google stellt diese präzisen Renditeberichte bereit und zählt somit zu den Werbemedien, die am aufschlussreichsten über ihre Erfolgsquoten Rechenschaft ablegen. Sie können den Erfolg Ihrer Anzeigen in Echtzeit vom Klick bis hin zum erfolgreichen Abschluss verfolgen. Auf diese Weise können Sie Ihre Kampagne auf besonders effektive Anzeigen konzentrieren und schnell auf Marktchancen und -entwicklungen reagieren.



◀ Relevanz und Reichweite

Bisher standen Marketingverantwortliche stets vor einer Hobson'schen Wahl*: Wenn ihnen hohe Reichweite am wichtigsten war, mussten sie hohe Streuverluste in Kauf nehmen. Wenn sie sich für genaue Zielorientierung entschieden hatten, ging diese mit einer beschränkten Reichweite einher. Diese Zeiten sind nun vorbei. Da das Google-Werbenetzwerk über 6 Milliarden Suchvorgänge im Monat zu verzeichnen hat, können Werbungtreibende auf Google einen sehr großen Kreis potenzieller Kunden im gesamten Internet ansprechen. Und da Sie die Reichweite Ihrer Werbekampagne im Handumdrehen verringern oder ausdehnen können, gehen Sie kaum ein Risiko ein: Sie können mit einem kleinen Budget anfangen, eine Auswahl von Angeboten oder Anzeigen testen und Ihre Kampagnen ausdehnen, wenn diese Ihre Renditeziele erfüllen.

Verbesserung Ihrer Offline-Effektivität durch Ihre Online-Kampagne

Die meisten Werbungtreibenden erkennen, dass die Keyword-basierte Werbung die kosteneffektivste Methode zur Akquisition potenzieller und tatsächlicher Kunden darstellt. Weniger bekannt ist möglicherweise die Tatsache, dass eine integrierte Kampagne, die Online-Werbung umfasst, die Effizienz von Print-, Fernseh – und Radiokampagnen verbessert. Viele clevere Kunden testen mit ihren Google Adwords-Kampagnen in Echtzeit den Markt, um herauszufinden, welche Angebote und Werbebotschaften am erfolgreichsten sind, und wenden diese Erkenntnisse anschließend auf kostenaufwendigere Print-, Fernseh – und Radiokampagnen an. Forschungsergebnissen zufolge können durch das Aufnehmen einer Online-Komponente in eine integrierte Kampagne Markenbewusstsein und Markenvorlieben gefördert, die Assoziation mit Werbebotschaften verbessert und nicht zuletzt der Kaufwille verstärkt werden.**

*Tobias Hobson (1544 - 1631) leitete einst einen Reitstall mit Leihpferden in Cambridge, England.. Hobson verlangte von seinen Kunden, dass sie das Pferd in der Box neben der Tür nahmen. Andernfalls würden er ihnen kein Pferd leihen. Eine Hobsonsche Wahl ist also keine wirkliche Wahl, da es keine bevorzugte Option gibt.

**Cross-Media Optimization Study, Internet Advertising Bureau (Studie zur medienübergreifenden Optimierung, Vereinigung für Internetwerbung), Februar 2003



Wolfgang hat eine seltene LP gefunden.



Lisa hat einen seriösen Sammler gefunden.



Sabine hat gleich beim ersten Mal ein Geschenk gefunden.

Was finden Sie?



www.google.de/ads

© Copyright 2003. Google ist eine Marke von Google Inc. Bei allen anderen Firmen- und Produktnamen handelt es sich möglicherweise um Marken der betreffenden Unternehmen.
