

WIE IM KEYWORD-ADVERTISING EINE HOHE CONVERSION RATE ERREICHT WIRD

Erfolgsabhängige und erfolgsverantwortliche Honorarmodelle im Suchmaschinenmarketing

Von Marcel Nicka, Geschäftsführer Zieltraffic GmbH, Wien, www.zieltraffic.at

Rund drei Millionen Treffer liefert google.at für den Begriff „Girokonto“. Doch bestenfalls die ersten zehn davon haben überhaupt eine Chance, dass der Suchende auf sie klickt und sich das Angebot dahinter ansieht. Mit anderen Worten: In den 0,09 Sekunden, die Google zur Zusammenstellung der Liste braucht, entscheidet sich der Geschäftserfolg der Banken, die im Netz um Girokontokunden werben. Und dies bedeutet: Banken und andere Finanzdienstleister sollten bei der Auswahl von Dienstleistern für Suchmaschinenmarketing ganz genau hinschauen, wem sie vertrauen. Denn nur wer auf die Besten setzt, wird auch gefunden werden. Und so zahlreiche Neukunden gewinnen. Erfolgsmessbarkeit und Erfolgsverantwortung sind daher die Eckpunkte, die seriöse Dienstleister im Bereich Suchmaschinenmarketing auszeichnen.

Suchmaschinenmarketing: Schlüssel für erfolgreiche Vertriebsmodelle im Internet

Suchmaschinen, das bestätigen zahlreiche Studien, sind in den meisten Fällen die erste Anlaufstelle vor einer Kaufentscheidung. Suchmaschinenmarketing (SEM) ist damit der Schlüssel zur erfolgreichen Neukundengewinnung.

Bei der Auswahl einer Suchmaschinenagentur ist es aufs Erste schwierig, überhaupt Unterschiede zwischen den einzelnen Anbietern zu erkennen. Nahezu alle Anbieter sind in der Eigenwahrnehmung „Full-Service“, bieten „ganzheitliche Beratung“ und offerieren „integrierte Ansätze“. Dabei reicht das Feld von kleinen Agenturen bis hin zu den Spezialunits großer Web- und Werbeagenturen. Enorm schwierig also, den wirklich geeigneten Partner zu finden?

Nicht unbedingt. Der Kunde, der die optimale Positionierung seines Produktes bei Google & Co wünscht, sollte immer zunächst offen die Frage stellen, welche Leistung er genau für sein Geld bekommt. Hilfreich sind zudem Fragen an den Dienstleister, was neben der eigentlichen Kampagne optimiert werden könnte – denn so wird schnell deutlich, ob ein Suchmaschinenmarketing-Profi am Tisch sitzt, oder lediglich ein Kampagnen-Umsetzer.

Die Erfolgsformel: Nicht nur die Kampagne, sondern auch das Produkt und den Vertriebsprozess optimieren

Entscheidend ist, dass sich die angepriesene Leistung der Agentur nicht nur auf Keywordoptimierung und Budgetverteilung beschränkt, sondern darüber hinaus auch eine detaillierte Analyse der Vertriebsprozesse und Produktmerkmale beinhaltet: Der maximale Vertriebs Erfolg ist nur dann erreichbar, wenn das magische Dreieck „Produkt, Prozess und Kampagne“ mindestens in einem Punkt besser ist als beim Hauptwettbewerber.

Die Erfahrungen der Zieltraffic AG aus diversen Kampagnen im Finanzdienstleistungsbereich führen zu dem Ergebnis, dass nur rund 60 Prozent des Erfolges im Suchmaschinenmarketing von der Kampagne selbst abhängen. 20 Prozent sind hingegen durch Produktoptimierung erreichbar. Und 20 weitere Prozent lassen sich allein durch verbesserte Prozesse realisieren. Oft sind es also scheinbare Kleinigkeiten wie z.B. zielkonforme Landingpages, die in Summe große

20. Mai 2008

Ihr Ansprechpartner

Marcel Nicka

marcel.nicka@zieltraffic.at

T +43. (0)1 934 52 50-22

F +43. (0)1 934 52 50-21

www.zieltraffic.at

info@zieltraffic.at

Büro Wien

Zieltraffic GmbH
Seidengasse 33-35 /31
1070 Wien
Austria

T +43. (0)1 934 52 50-22

F +43. (0)1 934 52 50-21

Büro München

Zieltraffic AG
Rosenheimer Straße 145 h
81671 München
Germany

T +49. (0)89 55 26 07-0

F +49. (0)89 55 26 07-99

Pressekontakt:

Carmen Limbach

carmen.limbach@zieltraffic.de

T +49. (0)89 55 26 07-19

Vorstand

Werner Kubitscheck
Bernd Stieber
Wolfgang Vogt

Wirkung zeigen und den Erfolg einer Kampagne auszeichnen. Aufgabe einer guten Agentur ist es, diese Kleinigkeiten durch umfangreiche Kenntnis ihrer Branche und Beherrschung der Disziplin Suchmaschinenmarketing zu erkennen und laufend zu optimieren.

Viel Traffic muss nicht der beste Traffic sein

Basis für eine echte Kampagnensteuerung ist ein fundiertes, laufend aktualisiertes Reporting. Obligatorisch sind dabei detaillierte, quantitative Aussagen über Besucherzahlen und Conversionrates auf Keywordebene. Darüber hinaus kann eine Kampagne nur dann den gewünschten Vertriebs Erfolg bringen, wenn auch die Resultate in Verbindung mit der Kampagne gebracht werden, d.h. z.B. die Anzahl der neu generierten Kunden einem bestimmten Suchbegriff zugeordnet werden können. Umgekehrt bedeutet dies, dass eine gute Kampagne nicht zwingend viel Traffic auf das Angebot leiten muss, sondern möglichst viel von demjenigen Traffic generieren sollte, der dann zum gewünschten Abschluss führt.

Transparenz ist höchstes Gebot

Zwei Aspekte sind eindeutig: Suchmaschinenmarketing ist transparent und messbar. Und Suchmaschinenmarketing hat, wird es professionell betrieben, Erfolg. Zieltraffic hat daher auch nur den Erfolg seiner Kunden zum Ziel und übernimmt dafür die volle Verantwortung. Dabei maximiert Zieltraffic den Vertriebs Erfolg durch effizientes Suchmaschinenmarketing auf Basis erfolgsverantwortlicher Vergütungsmodelle: Der Kunde bezahlt nur bei Erfolg den zuvor vereinbarten Preis, der durch exakt nachvollziehbare Transaktionen und Aktivitäten messbar ist – z.B. pro neuen Interessenten, pro Neukunden, etc. Alle weitere Kosten, z.B. für Mediaeinkauf, Beratungsleistung, etc. übernimmt Zieltraffic. Und eine Agentur-Pauschale gibt es auch nicht. Vielmehr verfolgen Zieltraffic und der Kunde ein und dasselbe Ziel: Gemeinsam erfolgreich zu sein.