



0,41 € kostet ein Klick auf die Google AdWords-Werbung beim Suchbegriff »Gebrauchte Windkraftanlage«.

SCREENSHOTS (2):
WINDTURBINE.COM

Google AdWords – schnell sichtbar werden!

Bei Google gibt es viele Möglichkeiten, um mit seiner Webseite aufzufallen. SONNE WIND & WÄRME erklärt, was man wann nutzen sollte.

Bei Google gibt es viele Möglichkeiten, um mit seiner Webseite sichtbar zu werden. Auf der einen Seite ist es die Suchmaschinenoptimierung (SEO), die auf langfristige und regelmäßige Maßnahmen abzielt, um seine Webseite in der organischen Suche bestmöglich zu platzieren. Einen schnelleren Hebel haben Sie jedoch mit Google AdWords, denn dort können Sie schnell und auf Knopfdruck in Deutschland und weltweit auf Google präsent werden. Google hat in Deutschland im letzten Jahr einen Marktanteil von 94,84 % (Quelle: statista.com) gehabt. Eine Präsenz mit Ihrem Webangebot auf Google ist somit unabdingbar, um zusätzliche Geschäftschancen im Internet zu erzielen. Dabei reicht es jedoch nicht aus, nur auf dem Desktop-PC mit seinen Anzeigen zu erscheinen sondern auch auf Tablets und Smartphones. Gerade Mobilgeräte gewinnen hier immer mehr an Bedeutung, sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich. Die Erstellung eines Google AdWords-Kontos ist relativ schnell vorgenommen. Dann geht aber die Arbeit erst richtig los.

Welche Möglichkeiten bietet Google AdWords?

In den letzten Jahren hat sich das Portfolio der Möglichkeiten von Google AdWords stetig weiterentwickelt. Sie können Leute gezielt ansprechen durch keywordbasierende Kampagnen oder durch sogenannte Display-Kampagnen – diese werden hauptsächlich verwendet, um die Marke zu schärfen.

Grundsätzlich gelten bei Google AdWords die gleichen Mechanismen, wie in der organischen Suche: Google möchte immer die relevantesten Suchergebnisse anzeigen. Dies gilt gleichermaßen für den bezahlten (paid) wie auch für den kostenlosen (organic) Bereich.

Prinzipiell gibt es bei Google AdWords folgende Kampagnentypen:

- Suchnetzwerk (normale Textanzeigen in der Google-Suche – beliebtester Kampagnentyp & optimal für den Einstieg),
- Suchnetzwerk mit Displayauswahl (Textanzeigen werden in der Google-Suche & auf Partnerwebseiten ausgespielt),

- Displaynetzwerk (Bild- und Textanzeigen werden nur auf Partnerwebseiten ausgespielt – wird für Branding-Kampagnen verwendet),
- Videokampagne (Videoanzeigen auf YouTube).

All diese Kampagnen werden standardmäßig auf Desktop-PC, Tablet und Smartphones ausgespielt. Durch verschiedene Gebotsanpassungen haben Sie die Möglichkeit, einzelne Geräte auszuschließen oder bevorzugt zu behandeln.

Bevor man eine Kampagne startet, sollte vorher das Ziel der Kampagne (Aufmerksamkeit / Branding oder Leadgenerierung) festgelegt sein. Anhand dieses Ziels kann man den richtigen Kampagnentypen auswählen.

Was kostet mich Google AdWords?

Sie haben die volle Kostenkontrolle bei Google AdWords: Am Anfang eines jeden

Kampagnenstarts legen Sie ein Tagesbudget fest, mit welchem Sie definieren, was Sie maximal bereit sind, zu bezahlen. Dieses Budget wird von Google auch nicht überschritten – sollte das Budgetlimit im Laufe des Tages erreicht sein, werden Ihre Anzeigen nicht mehr ausgespielt.

Grundsätzlich bezahlen Sie bei Google AdWords nur, wenn ein Nutzer auf Ihre Anzeige klickt – die reine Ausspielung der Anzeige ist kostenlos. Das macht Google AdWords so attraktiv für Werbetreibende, da Sie nur interessierte und relevante Nutzer auf Ihre Webseite bekommen.

Kein Selbstläufer

Einmal angelegt und die Kampagne ist ein Selbstläufer? Mitnichten! Eine AdWords Kampagne gilt es stetig zu prüfen und zu optimieren. Hierbei helfen Ihnen Tools wie z.B. Google Analytics (erfahren Sie mehr zu Google Analytics in einer der nächsten Ausgaben). Durch die permanente Optimierung der Kampagnen werden Sie auf lange Sicht genau die richtigen Nutzer auf Ihre Webseite holen, die auch zu Leads führen werden.

Der Faktor »Keywords«: Keywords sind das Aussteuerungselement von Google AdWords und bestimmen darüber, ob Ihre Anzeige bei Google auf der Sucher-

gebnisseite (SERPs) ausgespielt wird. Um die Keywords im Vorfeld zu identifizieren, können Sie den Keyword-Planer von AdWords verwenden. Dieser zeigt Ihnen die verschiedenen Keywordcluster, die Nutzer eingeben um nach Ihren Dienstleistungen oder Produkten zu suchen. Über den Qualitätsfaktor jedes einzelnen Keywords wird später darüber entschieden, wie viel Sie pro Klick (CPC) bezahlen müssen und an welcher Position Ihre Anzeige erscheint. Der Qualitätsfaktor setzt sich aus verschiedenen Faktoren zusammen, wie z.B. das Gebot, die Relevanz und die Qualität der Landingpage.

Ergreifen Sie jetzt Ihre Chance!

Im Gegensatz zu anderen Branchen ist Google AdWords in der Wind- und Solarbranche noch nicht häufig im Einsatz. Damit herrscht noch wenig Wettbewerb, was eine schnelle Sichtbarkeit ermöglicht – auch bei Themen, die in der Regel von großen Unternehmen und Schwergewichten der Branche besetzt sind. Kleine und mittelständische Unternehmen können somit mit vergleichsweise wenig Aufwand bei Google an Aufmerksamkeit gewinnen. Ein weiterer positiver Nebeneffekt sind noch die günstigen Klickpreise, denn diese liegen in der Regel bei unter einem Euro. Zum Vergleich: Bei starkem Wettbewerb und suchvolumenstarken Keywords können diese schon mal schnell zwischen zwei und zehn Euro pro Klick liegen.

Ergreifen Sie also jetzt die Chance, sich mit Ihrer Webseite optimal bei Google zu platzieren – national und international sowie um werthaltige und relevante Nutzer anzusprechen, Ihre Produkte oder Dienstleistungen kennenzulernen.

Interessiert? Finden Sie online unter wind-turbine.com/adwords weitere wirkungsvolle Tipps rund um das Thema Google AdWords.

Denis Tischler

Der Autor ist Online-Marketing-Manager im Team der wind-turbine.com GmbH. Als zertifizierter Google AdWords-Experte berät und referiert er für Unternehmen jeglicher Branchen in den Bereichen SEO und SEA. Seit 2014 hilft er dabei, die Marke des Marktplatzes national und international weiter zu schärfen.



191.000 Treffer für die Suche nach »Gebrauchte Windkraftanlagen«: Mit Werbung in Google AdWords steht die eigene Website ganz oben auf der Trefferliste.