

Kundengewinnung mit Google Ads

Gerade in wirtschaftlich positiven Zeiten ist es für Unternehmen von großer Wichtigkeit, sich ein Instrumentarium zur Gewinnung von Neukunden anzueignen, um für die Zeit danach gewappnet zu sein. Antizyklisches Handeln ist das Gebot der Stunde. In diesem Zusammenhang spielt das Online-Marketing eine immer größere Rolle. Google Ads sind hierbei eine sehr bedeutungsvolle Maßnahme. Sie können zielgruppenspezifisch bei genauer Kosten- und Effizienzkontrolle betrieben werden.

Was sind Google Ads?

Google Ads gehören zur Suchmaschinenwerbung (SEA: Search Engine Advertising). Sie dürfen nicht mit der Suchmaschinenoptimierung (SEO: Search Engine Optimization) verwechselt werden. Sie sind als Kommunikationsmaßnahme im Rahmen des Marketing-Mixes eines Unternehmens zu sehen.

Bei Google Ads handelt es sich um bezahlte Anzeigen, die aufgrund eines komplexen Auktions- beziehungsweise Gebotsverfahrens geschaltet werden. Pro Suchergebnisseite erhält der Google-Nutzer oben drei bis vier Anzeigen und unten drei weitere Anzeigen eingeblendet. Dazwischen werden die organischen Suchtreffer angezeigt, die das Ergebnis der Suchmaschinenoptimierung (SEO) darstellen.

Bedeutungsverlust der Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Manch ein Unternehmen sagt nun: Wir brauchen keine bezahlten Anzeigen, wir werden aufgrund der Suchmaschinenoptimierung (SEO) sowieso gefunden. Das stimmt so pauschal leider nicht:

- In der Regel trifft dieses Wunschdenken, wenn überhaupt, nur im Falle einiger weniger ausgewählter Keywords zu. Denn alle Unternehmen möchten weit oben gelistet werden.
- Google vergrößert immer wieder das Format der Anzeigen, so dass die organischen Suchtreffer räumlich immer weiter nach unten gedrängt und weniger wahrgenommen werden. Denn der Blick des Google-Nutzers konzentriert sich vielfach auf das obere Bildschirm Drittel.
- Durch die zunehmende mobile Nutzung des Internets und den damit verbundenen kleineren Displays im Verhältnis zum klassischen Desktop-PC mit seinem großen Bildschirm sind die organischen Suchtreffer bei der mobilen Nutzung im Display zum Teil gar nicht mehr zu sehen. Weiter-scrollen unterlassen viele Nutzer.

Daraus lässt sich die Schlussfolgerung ableiten, dass die Bedeutung von Google Ads gegenüber der Suchmaschinenoptimierung (SEO) zunimmt.

Erwartungen an Google Ads

Durch Google Ads können potenzielle Kunden gezielt auf das Produkt- und Dienstleistungsangebot eines Unternehmens hingewiesen sowie zur Kontaktaufnahme per Telefon und E-Mail oder zu Käufen im Online-Shop animiert werden. Bereits ein geringes monatliches Budget kann einen nachhaltig-positiven Effekt bei der Gewinnung von Kunden erzielen.

Hohe Komplexität

Google Ads sind zwar Anzeigen, jedoch sind sie vom Vorgehen her nicht vergleichbar mit dem Schalten von Anzeigen in Printmedien. Sie weisen demgegenüber eine deutlich höhere Komplexität auf, erfordern Erfahrung und benötigen fortlaufendes Engagement. Google Ads bieten einerseits eine große Chance zur Gewinnung von neuen Kunden, sind andererseits aber mit dem Problem der Beherrschbarkeit verbunden. Aus diesem Grund ist externe Unterstützung durch einen Spezialisten nahezu unverzichtbar.

Aufgrund des hohen Anteils der Online-Tätigkeit an der Beratung und Betreuung

ist die räumliche Nähe des Beraters von untergeordneter Bedeutung. Die Investition amortisiert sich in der Regel durch den Erfolg der Maßnahme.

Fazit

Zusammenfassend ist zu sagen, dass sich durch Google Ads Potenziale zur Intensivierung des Online-Marketings ergeben. Durch eine konsequente Ausschöpfung dieser Potenziale können die Zugriffszahlen auf der Website, die E-Mail-Anfragen, die Anruhfrequenz sowie die Käufe im Online-Shop erhöht und somit der Umsatz gesteigert werden.

Copyright:

Steinbeis-Transferzentrum
Managementseminare & Mittelstands-
beratung
Keplerstraße 12
D-71364 Winnenden
Fon: (071 95) 90 800 80
E-Mail: info@stzm.de
Internet: www.stzm.de

Vervielfältigung nur nach schriftlicher
Zustimmung des Steinbeis-Transfer-
zentrums Managementseminare &
Mittelstandsberatung