DIE VORTEILE VON SEA UND WIESO DU SIE NUTZEN SOLLTEST



Veröffentlicht am 27. März 2020 von Isabelle

Wie Du die Vorteile von Suchmaschinenwerbung (SEA) für Dein Unternehmen anwenden kann, erfährst Du in unserem Blogbeitrag.

Suchmaschinenwerbung, Search Engine Advertising, **SEA** – ob Englisch oder Deutsch, abgekürzt oder ausgeschrieben, die Bedeutung bleibt gleich. Suchmaschinenwerbung ist eine wichtige Marketingmaßnahme, um Deine Webseite bzw. **Deine Marke im Netz sichtbarer** zu machen. Wieso Du nicht auf die Vorteile von SEA verzichten solltest, erfährst Du hier.

Die Suchmaschinenwerbung, kurz SEA oder auch Search Engine Advertising genannt, bezeichnet das **Schalten von Werbeanzeigen** im Internet bzw. speziell in **Suchmaschinen wie Google & Co**. Die Textanzeigen sind hervorgehoben über den Suchergebnissen platziert.

WAS IST SEA?

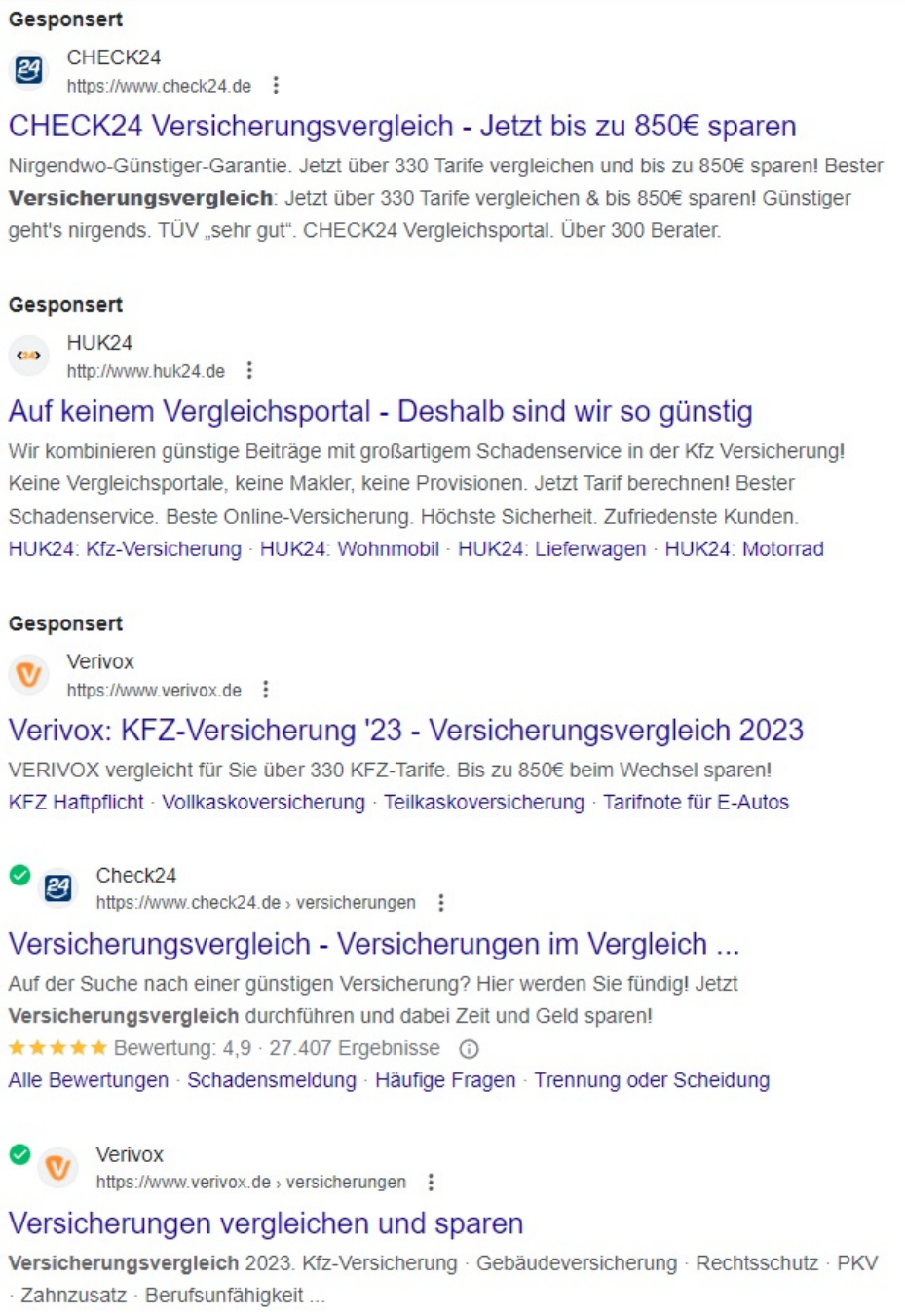
Die Suchmaschinenwerbung zielt darauf ab, Deinem Unternehmen online mehr **Sichtbarkeit zu verleihen**. Als Teilbereich des **Suchmaschinenmarketings (SEM)** zielt Suchmaschinenwerbung gemeinsam mit Suchmaschinenoptimierung darauf ab, Kunden zum Besuch der Webseite zu animieren.

Mit der richtigen Anwendung von SEA trägst Du dazu bei, Deine Webseite **über den regulären Suchergebnissen** bei Google zu platzieren – direkt im Blickfeld potenzieller Kunden. Der User möchte nicht lange nach einem Produkt oder einer Dienstleistung suchen und klickt daher fast immer auf die oben platzierten Ergebnisse; unabhängig davon, ob es sich um eine Anzeige handelt oder nicht.

Anzeigen, die auf der ersten Seite bzw. oberhalb der Suchergebnisse erscheinen, erhalten im Durchschnitt mehr Klicks als Anzeigen ab Seite 2 oder unterhalb der Suchergebnisse.

Um zu erreichen, dass der Nutzer auf Deine Webseite gelangt, schaltest Du bestimmte **Werbeanzeigen** zu sogenannten **Keywords** (Schlüsselwörtern) in den Suchmaschinen. Gibt der User einen bestimmten Begriff bzw. eine Suchanfrage ein, erscheint **Deine Anzeige** zusammen mit dem Link zur jeweiligen Unterseite Deiner Webseite.

Du erkennst die bezahlten Ergebnisse übrigens daran, dass neben der URL der Hinweis „Anzeige“ steht. Bei Suchmaschinen wie Google und Bing werden die Werbeanzeigen bzw. Google Ads (vormals AdWords) oder Bing Ads meist oberhalb der organischen Suchergebnisse angezeigt.



Die top platzierten Werbeanzeigen sind mit "Gesponsert" versehen.

Suchmaschinenwerbung ermöglicht Dir somit, Deine Webseite vorrangig und **auffällig** für die User zu **platzieren**, sodass Du Deine Klickrate (CTR – Click Through Rate, also das Verhältnis zwischen Impressionen und Klicks) und vor allem den Traffic auf Deiner Webseite erhöhen kannst.

Um Anzeigen zu schalten, musst Du dir vorher ein **Budget** überlegen, das Du für Deine Google Ads Kampagnen ausgeben willst. Das benötigst Du, um die passenden Keywords zu buchen, damit

Deine Anzeige genau zu diesen Schlüsselwörtern erscheint. Für Dich fallen erst dann **Kosten** an, wenn ein potenzieller Kunde auf die Anzeige klickt und Deine Webseite besucht.

Das bedeutet, Du zahlst pro Klick und nicht bereits für das Erscheinen Deiner Anzeige. Es gibt weitere Bezahlmöglichkeiten, dies ist allerdings die beliebteste und wird daher am meisten genutzt. Die **Kosten variieren** dabei und sind unter anderem abhängig vom monatlichen Suchvolumen der gewählten Keywords. Es gilt: Je begehrter ein Keyword ist, desto höher ist der CPC, der Cost-per-Click.

Wie genau der Preis berechnet wird und wie SEA Dir hilft, den Umsatz Deines Unternehmens zu erhöhen, erfährst Du hier.

WORAUF ZIELT SEA AB?

Die Suchmaschinenwerbung ist darauf ausgerichtet, die Sichtbarkeit Deiner Webseite bzw. Deines Unternehmens zu erhöhen. Durch die Verwendung richtiger **Keywords** erhöhst Du die Chance, dass Deine Werbeanzeige genau zu diesen Suchbegriffen ausgestrahlt wird und Deine **gewünschte Zielgruppe** angesprochen wird. Google will seinen Nutzern die relevantesten Ergebnisse präsentieren: Um unter diesen zu erscheinen, solltest Du **Kriterien** wie z.B. eine qualitativ hochwertige Landingpage und – wie Du bereits weißt - den Einsatz sinnvoller Keywords beachten.

Neben der örtlichen Ausrichtung kannst Du im Google Ads Manager auch die Platzierung Deiner **Werbeanzeigen** auf bestimmten Geräten festlegen wie **Tablet, Smartphone oder PC**. Durch sorgfältig geplante Ads-Kampagnen und mithilfe der richtigen SEA-Strategie gelingt es Dir, die richtigen Nutzer für Dein Unternehmen zu begeistern.

Bietest Du zum Beispiel antiquarische Bücher in einem Online-Shop an und möchtest gezielt Bücherliebhaber ansprechen, gelingt Dir das mit sinnvollen Keywords wie „buch antik“ oder „bücher antik kaufen“. Oder Du besitzt ein Fotostudio und möchtest **neue Kunden anwerben**, dann erreichst Du mit optimierten Keywords wie „professionelle fotos machen lassen“ oder „fotos machen lassen studio“ die für Dein Unternehmen relevanten Kunden.

DIE WICHTIGSTEN VORTEILE IM ÜBERBLICK

Warum Du auf **Search Engine Advertising setzen solltest**, haben wir nachfolgend für Dich zusammengefasst.

1. HOHE ONLINE SICHTBARKEIT

SEA verhilft Deiner Webseite besonders bei beliebten Anfragen **mit starker SEO-Konkurrenz** zu mehr Sichtbarkeit im Netz. Gerade in Kombination mit der Suchmaschinenoptimierung (SEO) bietet Dir die richtige Anwendung der Suchmaschinenwerbung den **Vorteil**, dass Dein Unternehmen oder Deine Dienstleistung top positioniert ist und zielgerichtet die Aufmerksamkeit der User auf sich lenkt.

Durch Anklicken der Werbeanzeige gelangen die Nutzer direkt auf Deine Webseite und das kann wiederum zu einem **Anstieg der Conversion Rate** führen. Die Conversion Rate bezeichnet das Verhältnis von Webseiten-Besuchern zu erfolgten gewünschten Nutzerhandlungen. Die kann je nach Intention Deiner Webseite unterschiedlich ausfallen.

Setzt Du dagegen **nur auf SEO-Maßnahmen**, kann es dauern, ehe Deine Webseite in den organischen Ergebnissen einer bestimmten Suchanfrage positioniert wird. Das liegt unter anderem daran, dass Deine Seite zuerst einmal von den sogenannten Google Crawlern ausgelesen wird.

Diese Bots durchsuchen Tausende Webseiten pro Tag, um ständig neue Optimierungen aufnehmen zu können - das nimmt viel Zeit in Anspruch. Crawler überprüfen auch die Ladezeit Deiner Webseite, die dem Nutzererlebnis angepasst sein sollte: User möchten **schnell zur gewünschten Seite** gelangen. Achte für einen schnelleren SEO-Erfolg auch auf die **Optimierung** der mobilen Version Deiner Webseite. Diese ist ein zusätzlicher SEO-Faktor. Hierbei solltest Du – neben den genannten schnellen Ladezeiten- auch auf eine gut lesbare Schriftgröße achten. Welche weiteren Kriterien wichtig für Dein Ranking sind, liest Du übrigens hier.

Dank Deiner im Vorfeld festgelegten Keywords findest Du heraus, welche Anfragen in Deiner Branche **besonders beliebt** sind und kannst Deine Anzeigen darauf ausrichten. Im besten Fall generiert Dir der höhere Traffic eine höhere Conversion Rate (Wandel von Usern in Kunden) und somit eine bessere Kaufrate. Als **netter Nebeneffekt** steigt zudem Deine Markenbekanntheit, die Brand Awareness. Somit werden mehr Nutzer auf Dich und Dein Produkt aufmerksam.

2. REAKTIONSSCHNELLE KONTROLLE

Ob Kampagnenstruktur, Anzeigentexte, Veränderungen der Keywords – Du kannst zu jedem Zeitpunkt **Anpassungen** vornehmen. Wenn Du beispielsweise merkst, dass ein Keyword nicht das gewünschte Resultat erzielt, kannst Du es einfach entfernen oder den **Klickpreis**, den Du maximal zu zahlen bereit bist, **neu festlegen**.

Ist ein Angebot, das Du bewirbst, bereits ausverkauft? Deaktiviere einfach die entsprechenden Ads. Du hast einen sehr viel kontrollierteren **Überblick** über Deine Marketing-Maßnahmen und kannst blitzschnell auf Änderungen reagieren. Das ist besonders dann relevant, wenn Deine Ads nicht so performen wie erhofft oder beispielsweise von saisonalen Schwankungen abhängen. Du kannst die Laufzeit und den **Zeitraum für Deine Anzeigen** somit selbst bestimmen.

3. ANALYSE DES MARKTPOTENZIALS

Natürlich kannst Du mithilfe von SEA auch herausfinden, wie ein mögliches Produkt bei Deinen potenziellen Kunden ankommt. Das sogenannte **Prototyping** betreibst Du, wenn Du herausfinden möchtest, ob ein geplantes Produkt tatsächlich **genügend Verkaufspotenzial** bietet. Du kannst anhand des Traffics und der Reaktionen auf der Landingpage (z.B. Anmeldungen für einen Newsletter) analysieren, wie groß die Nachfrage ist. Anhand dieser Grundlage kannst Du Dein Produkt vorab testen und das Marktpotenzial analysieren.

4. ZIELGRUPPENGENAUE ANSPRACHE

Mit der strategischen Suchmaschinenwerbung erreichst Du Deine gewünschte Zielgruppe zur richtigen Zeit am richtigen Ort. So kannst Du anhand demografischer und geografischer Merkmale **Deine Zielgruppe genau einordnen** und, wenn gewünscht, zu bestimmten Wochentagen oder Uhrzeiten ansprechen.

Wenn Du z.B. die Mittagskarte Deiner Pizzeria vermarkten willst, dann kannst Du folgende Kampagne ausrichten:

- alle
  Personen ab 30 Jahren
- im
  Umkreis von 5 Kilometern um Dein Restaurant
- wochentags
  von 12:00 – 15:00 Uhr
- zu
  spezifischen Keywords (z.B. mittagskarte pizzeria, pizzeria

mittagessen)

Außerdem kannst Du potenzielle Nutzer auch im sogenannten **Displaynetzwerk**, also auf anderen Websites, ansprechen.

Das Displaynetzwerk ist Bestandteil eines Netzwerkes aus Millionen Internetseiten. Die Anzeige wird **thematisch eingeordnet** und auf für relevant befundenen Webseiten geschaltet. Hierbei werden neben Textanzeigen auch andere **multimediale Formate** der Anzeigenschaltung wie Bilder oder Videos, z.B. am Anfang eines YouTube-Videos genutzt.

Die Möglichkeit der Werbeschaltung im Displaynetzwerk eignet sich für Dich, wenn Dein **Tagesbudget** noch nicht für die reinen Textanzeigen (Ads) aufgebraucht wurde. Durch die Werbeschaltung im Displaynetzwerk erreichst Du somit Deine Kunden überall auf ihrer „**Customer Journey**“ und präsentierst Inhalte, die zum jeweiligen Interesse passen. Google sowie sein Konkurrent Bing ermöglichen das Schalten von solchen Anzeigen (Google Ads, Bing Ads) im Displaynetzwerk.

Neben diesen Faktoren solltest Du zudem darauf achten, Deinen Usern alle relevanten Informationen zu vermitteln. Hilfreich sind außerdem klare CTA (Call-to-Actions) in der Anzeige, die einen direkten Bezug zum potenziellen Kunden haben, beispielsweise „Jetzt bestellen“ oder „Sichere Dir nur heute 15 % Rabatt“.

Du kannst Deine Anzeigen aber auch um die Mittagspause herum oder in einem bestimmten Ort schalten, um Deine relevante Zielgruppe zu erreichen.

5. MOBILOPTIMIERTE WERBUNG

Dass immer mehr **Suchanfragen von Smartphones & Co**. ausgehen, ist längst keine Überraschung mehr. Nutzer suchen heutzutage oftmals von unterwegs nach Dienstleistern in der Nähe oder tätigen einen Kauf über eine Webseite.

Das solltest Du im Hinterkopf haben und Deine SEA Strategie dementsprechend **mobilfreundlich** ausrichten. Darunter fällt zum Beispiel die schnelle Ladezeit Deiner Webseite. Der Nutzer möchte beim Öffnen einer mobilen Webseite **nicht lange warten**. Bereits nach wenigen Sekunden leidet die Aufmerksamkeit und er verlässt Deine Seite. Der User erinnert sich an diese negative Erfahrung, womit eine Rückkehr zu Deiner Webseite eher unwahrscheinlich ist.

Für das Suchmaschinenranking prüft Google mit seinem **Mobile First Index** ausschließlich die mobile Version von Webseiten. Mobil optimierte Seiten haben eine höhere Chance, **in den Top-Suchergebnissen** zu erscheinen.

Google Ads ermöglicht Dir auch, spezielle Kampagnen nur für mobile Endgeräte zu schalten. Der sichtbare Bereich der mobilen Suchergebnisseiten ist oftmals mit Werbeanzeigen gefüllt. Mit der richtigen SEA Strategie platzierst auch Du Deine Anzeigen im Sichtfeld Deiner Zielgruppe.

Auch hast Du die Wahl zwischen verschiedenen **Funktionen und Erweiterungen**. Beispielsweise kannst Du Anruf-Kampagnen erstellen und ermöglichst Usern so, Dich direkt über das Smartphone zu kontaktieren, ohne Deine Webseite besuchen zu müssen. Nutze die Standorterweiterung und zeige Usern neben Deiner Adresse auch die Entfernung zu Deinem Standort, Öffnungszeiten und vieles mehr.

6. VERBESSERTES GOOGLE RANKING UND MARKENBEKANNTHEIT

Wie Du bereits weißt, spielen verschiedene Faktoren im Online-Marketing zusammen und bedingen sich oft gegenseitig. Gerade wenn Du Deine **Suchmaschinenwerbung** mit optimalen SEO-Maßnahmen kombinierst, kann das eine positive Auswirkung auf das **organische Ranking** Deiner Webseite haben.

Während SEO darauf angelegt ist, Deiner Webseite langfristig mehr Sichtbarkeit zu verleihen, zielt SEA auf den kurzfristigen Erfolg ab. Wenn Du Deine Webseite oder Dein Produkt **kurzzeitig pushen** oder auf Umsatzeinbrüche reagieren willst, ist die bezahlte Anzeigenschaltung für Dich optimal. Empfehlenswert ist allerdings die langfristige Werbung und **starke Präsenz** im Netz. Die richtige Keyword-Analyse für SEO kannst Du als Grundlage für die Struktur Deiner SEA – Kampagne nutzen.

Kontinuierliche Textanpassungen sorgen zudem dafür, dass Du Deine organische Position halten oder, im besten Fall, steigern kannst. Nimmst Du nun noch SEA zur Hilfe und schaltest Werbeanzeigen, werden **mehr User auf Dich aufmerksam** und Deine Chance auf Neukundengewinnung wächst.

Netter Nebeneffekt: Durch ein **erfolgreiches Branding** können sogar die direkten Zugriffe auf Deine Webseite steigen. Nutzer erinnern sich an Dein Unternehmen und geben Deine Webseite direkt im Suchfeld ein, ehe sie lange im Word Wide Web recherchieren.

FAZIT

Suchmaschinenwerbung trägt also dazu bei, dass sich Kunden an Dich erinnern und ohne Umwege auf Dich zurückgreifen. Daneben eignet sich SEA aber auch hervorragend für die **Gewinnung neuer Kunden**. Du erzielst schnelle Ergebnisse und steigerst mit der richtigen Kombination von SEO und SEA nicht nur das Google Ranking Deiner Webseite – Du erreichst genau **Deine gewünschte Zielgruppe** und sprichst die User an, die für Dein Unternehmen wertvoll sind.

Achte für die ideale SEA Strategie auch darauf, dass Deine Webseite schnell lädt und zudem mobiloptimiert ist.

Suchmaschinenwerbung bietet Dir somit die Möglichkeit, zum richtigen Zeitpunkt im Kaufentscheidungsprozess Deiner potenziellen Kunden als **passendes Ergebnis** ausgespielt zu werden. User sparen Zeit bei der Google Suche und werden auf Deine Anzeige aufmerksam.

Falls Du Dich bis dato also noch nicht mit SEA beschäftigt hast, solltest Du das schleunigst nachholen. Denn besonders in Kombination mit einer strategischen Suchmaschinenoptimierung kannst Du **effizient und gezielt** Deine Reichweite steigern und die Konkurrenz hinter Dir lassen!

Wenn Dir noch etwas unklar ist, wende Dich gerne an uns oder hinterlasse uns einen Kommentar.

Kontakt aufnehmen