

Wie kommt der Konsument auf die Website?

Seit kurzem sind die AdWords Search Funnels auch für Schweizer AdWords Accounts voll zugänglich. Diese Erweiterung im AdWords Account zeigt, welche (bezahlten) Keywords eine Conversion (Interaktion des Website Besuchers) assistiert haben. Jetzt ist es für die Werbetreibenden möglich, die Wege zu einer Conversion zu sehen und den effektiven Wert von Keywords besser zu beurteilen.

Bevor es zu einer Interaktion (Offertanfrage, Bestellung) kommt, kann der Konsument mehrere Websites konsultieren, die er zum grössten Teil über die Suchmaschinen findet. Die AdWords Search Funnels zeigen sämtliche (bezahlten) Assist Keywords, die der Konsument bis zu einer Conversion aufgerufen und geklickt hat. Sie dokumentieren auch populäre Keyword-Ketten, die zu einer Conversion geführt haben. Die AdWords Search Funnels sind nur zu sehen, wenn das Conversion Tracking im AdWords Account eingerichtet ist. Ein Google-Video informiert detailliert über das neue Instrument: www.youtube.com/watch?v=Wwj5W0UzAlo

Welchen Nutzen bringen die Search Funnels

Bisher hat das AdWords Conversion Tracking die Conversion dem Keyword zugeordnet, das zuletzt angeklickt wurde. Was zu falschen Rückschlüssen führen konnte: Bei der Kampagnenoptimierung wurden Assist Keywords deaktiviert, die selber keine Conversion generierten. Damit wurden möglicherweise wichtige Such- und Informationspfade unterbrochen. Jetzt sind die Assist Keywords bekannt. Damit

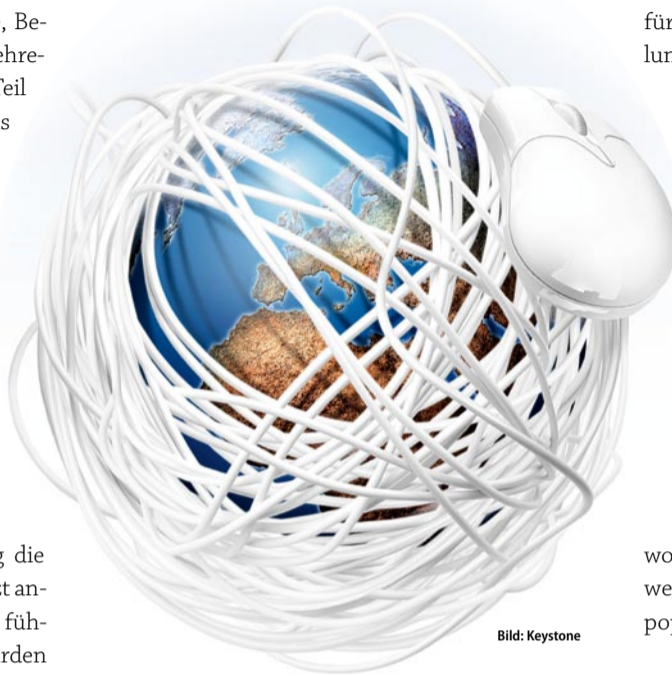


Bild: Keystone

wird es möglich, die AdWords Budgets noch zielgenauer einzusetzen und so den ROI weiter zu optimieren. Voraussetzung für fundierte Rückschlüsse

für die Kampagnenoptimierung ist allerdings ein Volumen von 500 Conversion und mehr pro Monat.

Organische Keywords sind nicht eingeschlossen

Leider werden die organischen Assist Keywords nicht in den Search Funnels angezeigt, die während des Conversion-Prozesses verwendet wurden. Somit ist die Aussagekraft der Search Funnels eingeschränkt, weil die Erfahrung zeigt, dass die Suchmaschinenbenutzer die organischen Suchresultate gegenüber den AdWords bevorzugen. Die Praxisrelevanz der Search Funnels würde durch die Erweiterung um die organischen Assist Keywords massiv erhöht.

Schade ist auch, dass nicht die exakten Keywords und individuellen Keyword-Ketten angezeigt werden, sondern lediglich Keyword-Gruppen und populäre Keyword-Ketten.

Alles in allem liefern uns die Search Funnels wichtige neue Erkenntnisse für die Optimierung von AdWords-Kampagnen.

Imre Sinka

dotpulse Webagentur AG, www.dotpulse.ch



Dreimal ausgezeichnet!

Das Kundenmagazin «energy forum» der Strommarke 1to1 energy und deren 140 Energiepartner, darunter die BKW FMB Energie AG, erhält seinen Platz in der Hall of Fame. Das Corporate Publishing House Infel AG freut sich auf weitere Top-Publikationen.



infel
• kommuniziert