

Google Ads für den Mittelstand

Viele Geschäftsführer und Marketingmanager stellen sich die Frage, ob Google Ads auch im Mittelstand sinnvoll einzusetzen sind – und vor allem, ob sich das rechnet.

Der Mittelstand kennt über 100 verschiedene Branchen vom Landschaftsgärtnerbetrieb über den Maschinenbauer bis zur Unternehmensberatung. Hinzukommen die zahlreichen Freiberufler (Rechtsanwälte, Ärzte, Berater).

Über 90 Prozent aller Anfragen im Internet erfolgen über Google. Täglich verarbeitet die Suchmaschine über drei Milliarden Suchvorgänge weltweit und durchsucht mehr als eine Milliarde Webseiten. Tendenz steigend.

Man kann hier definitiv von einer Marktmacht, sogar von Monopol sprechen.

Wie wollen Sie in dieser Menge an Suchanfragen gefunden werden?

Google hat gerade für den Mittelstand die Möglichkeit geschaffen, bei der Suche ganz nach oben zu kommen. Durch Google Ads. Eines vorweg: es lohnt sich auch für kleinere Betriebe, wenn „alles richtig“ gemacht wird. Wie das geht, zeigen wir Ihnen hier:

ZIELKUNDEN: Schneller und genauer erreichen Sie Ihre potentiellen Kunden nicht

Oft sind es tausende von potentiellen Kunden die erreicht werden sollen. Google Ads erreicht praktisch alle. Noch viel wichtiger: genau in dem Moment, wenn Ihr Interessent nach Ihrem Produkt sucht! Deshalb: präziser und schneller geht es nicht da die Zielgruppe glasklar erfasst werden kann.

INVESTITION: Mit kleinem Geld Ihre Zielkunden erreichen

Die Höhe der Investition für die sogenannten Klicks auf Ihre Werbeanzeigen bestimmen Sie selbst. Erfahrungsgemäß sollten dies aber mindestens € 300.-/Monat sein. Klar, je mehr Sie investieren, je mehr Anfragen bekommen Sie.

Lassen Sie mich hierzu kurz meine Denkweise darstellen:

Vorausgesetzt eine Werbeaktion bei Google Ads läuft gut, dann sollten/müssen Sie mehr Geld investieren, denn für jeden investierten Euro bekommen Sie entsprechend mehr Gewinn zurück. Somit sind die Klickkosten keine Kosten, sondern ein Hebel um den Gewinn zu erhöhen. Unsere Kunden geben zwischen € 300.- bis € 12.000.- je Monat für Google Ads aus. Und in jedem Fall lohnt es sich.

MESSBARKEIT: Der Schlüssel zum Erfolg

Das wichtigste Instrument bei der Google Ads Werbung ist die Messbarkeit. Sie sehen ganz genau, wofür Ihr Geld ausgegeben wurde und wo es die Erfolge erzielt hat. Hierzu wird ein sogenanntes Conversiontracking eingerichtet. Und nun macht das System richtig Freude: die Bereiche, in denen keine Gewinne/Aufträge für Sie erzielt werden, lassen wir liegen, die aber aus denen die Aufträge kommen, die werden erweitert. Die Kunst ist natürlich, diese Bereiche für Ihr Unternehmen erst einmal zu erkennen.

FLEXIBILITÄT: Wann immer und was immer und wo immer Sie verkaufen möchten

Jede Google Ads Werbeaktion lässt sich von „einer Minute“ bis „permanent“ beliebig lang aktivieren und zu jedem beliebigen Zeitpunkt wieder pausieren. Weihnachten, Urlaub, Saisonartikel, verderbliche Ware, Eintrittskarten etc. sind Beispiele.

Ebenso lassen sich die Regionen von Stadtteilen bis weltweit beliebig eingrenzen.

Jedes Produkt, jede Dienstleistung lässt sich bewerben.

WIE LASSEN SICH GOOGLE ADS NOCH EFFIZIENTER EINSETZEN?

Das ist die Frage, die uns stetig bewegt und wir haben Antworten!

Jeder Kunde ist mit seinen Produkten, seinem Markt und seinen Zielkunden individuell. Trotzdem gibt es grundsätzliche Erfolgsfaktoren, die man nicht bei jedem Kunde wieder neu erfinden muss. Z.B. das Ausschliessen von kostenfreien Anfragen und Anfragen, die sehr stark am Ziel vorbeigehen.

Im Ergebnis haben wir daraus die Google Ads Branchenlösungen geschaffen, die grundsätzliche Erfahrungen (positive und negative) von vorn herein mit einfließen lassen. Somit sind Sie viel schneller startklar und sparen auch viel Geld. Eine Übersicht der Google Ads Branchenlösungen finden Sie auf unserer Homepage www.ads-werbung.de/branchen.

HIER NUN EIN BEISPIEL FÜR DIE UMSETZUNG DER GOOGLE ADS BRANCHENLÖSUNG FÜR ZAHNÄRZTE:

Was sind Google Ads?

Google Ads sind Anzeigen, die auf der Suchmaschine Google gezeigt werden, wenn ein Interessent nach dem Thema Zahnärzte sucht. Klickt der Interessent auf Ihre Anzeige, wird er automatisch auf Ihre Homepage weitergeleitet und kann sich informieren und Sie kontaktieren.

Wo liegt der Vorteil von Google Ads für Zahnärzte?

a) Wenn jemand z.B. nach „Zahnärzte München“ sucht, werden ca. 19,8 Mio. Ergebnisse angeboten. Über 90% der Deutschen sehen sich nicht mehr als die erste Seite mit maximal 16 Ergebnissen an. Mit den Google Ads für Zahnärzte haben Sie eine sehr gute Chance auf diese erste Seite zu kommen.

b) In Deutschland gibt es ca. 50.400 Zahnärzte. Die Zahnärzte, die auf der ersten Seite von Google AdWords sind, bekommen die meisten Neukunden. In München gibt es ca. 7.100 Zahnärzte. Unsere Kunden sind alle auf der 1. Seite zu finden.

Worauf kommt es bei den Google Ads für Zahnärzte an?

Jeder Zahnarzt hat andere Schwerpunkte und Spezialwissen. Dieses gilt es exakt zu beschreiben, zu ordnen und mit fachlichen aber verständlichen Anzeigen darzustellen.

Wie wird es erreicht, dass die Google Ads für Zahnärzte auch auf der erste Seite erscheinen?

Durch das spezielle Know-how der Zahnärzte Branchenlösung, das aus Erfahrung entwickelt wurde plus die stetige Pflege des Google Ads Accounts. Ein Beispiel:

Sie geben im Monat € 300.- für die Klicks auf die Anzeigen aus. Ein Klick kostet z.B. € 1.-. Dann erhalten Sie 300 Klicks auf Ihre Anzeigen und somit 300 Zugriffe auf Ihre Homepage.

Sucht jetzt jemand z.B. nach „Zahnärzte Knochenbruch“ wird Ihre Anzeige auch geschaltet. Sie behandeln aber keinen Knochenbruch. Durch die kontinuierliche Pflege werden nach und nach alle „falschen“ Suchbegriffe ausgeschlossen, so dass Sie dann nur „wertvolle“ Interessenten bekommen. Weitere Beispiele sind die Kontrolle der Schlüsselwörter, die Beobachtung der Wettbewerber, die stetige Verbesserung der Anzeigen, die Anpassung an das Google Ads System selbst. Aber Sie interessiert nur eines: **Wie viele Interessenten melden sich bei mir?** Und das ist unsere Aufgabe!

Mehr Infos und Preise: <https://www.ads-werbung.de> anklicken)