

Starthilfe und Unternehmensförderung

ANZEIGE



CNC Fräsen



Gehäuse



Montage

BAISCH MECHANIK

Thomas Baisch Mechanik
Robert-Bosch-Straße 13
72827 Wannweil
Tel.: 07121 / 30 00 24
Fax: 07121 / 30 00 25
info@baisch-mechanik.de
www.baisch-mechanik.de

www.neckaralb.de

IHK-Terminkalender für Existenzgründer Juli, August und September 2010

Existenzgründungs-Gruppenberatung (Basisinformationen)	07.07.2010 IHK-Zentrale Reutlingen, Hindenburgstraße 54 72762 Reutlingen
Existenzgründungs-Gruppenberatung (Basisinformationen)	28.07.2010 IHK-Akademie Albstadt, Goethestraße 98, 72461 Albstadt-Tailfingen
Existenzgründungs-Gruppenberatung (Basisinformationen)	11.08.2010 IHK-Zentrale Reutlingen, Hindenburgstraße 54 72762 Reutlingen
Existenzgründungs-Gruppenberatung (Basisinformationen)	01.09.2010 IHK-Zentrale Reutlingen, Hindenburgstraße 54 72762 Reutlingen
Existenzgründungs-Gruppenberatung (Basisinformationen)	22.09.2010 IHK-Akademie Albstadt, Goethestraße 98, 72461 Albstadt-Tailfingen
Ansprechpartnerin Bereich Starthilfe und Unternehmensförderung, Ute Brandner, IHK Reutlingen, Telefon: 071 21/2 01-1 67	

„Mittelstand Spezial“

Kampagnen mit Google Adwords

Wie man „Google Adwords“ für die eigene Vermarktung einsetzen kann, erläuterte Internet-Experte Prof. Eduard Heindl, Chef der Tübinger Heindl Internet AG, bei seinen IHK-Vortrag.

Google Adwords sind Werbeeinblendungen, die passend zu bestimmten Suchbegriffen geschaltet werden. Kosten entstehen nur, wenn die Anzeige angeklickt wird. Was sich einfach anhört, muss gut geplant sein, machte Heindl deutlich. Schritt für Schritt erläuterte er die Erstellung einer „Google Adwords“-Kampagne von der Eröffnung des Google Kontos bis hin zum Start der Kampagne.

Keywords zum Erfolg

Als Schlüssel zum Erfolg wertet Heindl den Anzeigentext. Der zur Verfügung stehende Platz sollte optimal genutzt und die Überschrift gut gewählt werden. Die Erstellung mehrerer Anzeigentexte sei dabei sinnvoll. Eine ganz wichtige Rolle kommt den Keywords zu, die im Anzeigentext verwendet werden. Sie sollten möglichst spezifisch sein, um die Zielgruppe tatsächlich zu erreichen. Es mache Sinn, möglichst viele Keywords zu nutzen. Das bringt die Kampagne näher an die Zielgruppe. Und Keywords, die nicht das Ziel erreichen, lassen sich aussortieren. Das Keywordtool von Google ist dabei hilfreich.

Festlegen des Budgets

Kritischer Punkt der Kampagnengestaltung ist die Festlegung des Budgets. Hier empfiehlt der Internetexperte: ein Tageslimit festzusetzen, eher zu kleine Beträge für Keywords

anzusetzen, erfolgreiche Keywords höher zu bezahlen, nicht mehr zu zahlen als Nettoertrag durch das Keyword hereinkommt und das Budget regelmäßig anzupassen. Abschließend riet der Experte, die so genannte Conversion genau zu beobachten. Dabei geht es um den Umsatz pro vermitteltem Besucher oder die tatsächliche Zahl von Anmeldungen zum Newsletter. Außerdem können, so Heindl, alle

Kampagnen tagesaktuell gestartet und gestoppt werden – das hilft, wenn man tagesaktuell werben will.

IHK-Service

Fragen zur Veranstaltungsreihe „Mittelstand Spezial“ beantwortet Regina Stracke vom IHK-Bereich Starthilfe und Unternehmensförderung unter Telefon: 071 21/2 01-138 oder per E-Mail: stracke@reutlingen.ihk.de. Die Veranstaltung „Google Adwords“ wird im Herbst wiederholt. ■



Erfolgreich mit Google Adwords. Professor Eduard Heindl gab Tipps und Tricks für gelungene Kampagnen

Foto: IHK