

A close-up photograph of a light pink ceramic mug with a handle, resting on a pink book. The book's spine is visible, featuring the word 'KNOWLEDGE' in bold, black, uppercase letters. The background is softly blurred, showing a wooden chair and a window with light coming through. The overall color palette is warm and monochromatic, dominated by shades of pink and light brown.

KNOWLEDGE

Bildungsmarketing in der digitalen Welt
Augsburg, 19.10.2022

Philipp Gebhart



- Digital Native / Nerd
- Papa & Ehemann
- Online Marketing Manager
- Selbstständig
- Kaffeeliebhaber

Agenda

- **Online Marketing Mix**
- **Braucht man SEA?**
- **Brauch man SEO?**
- **Google Ads**
- **Messen, messen, messen**

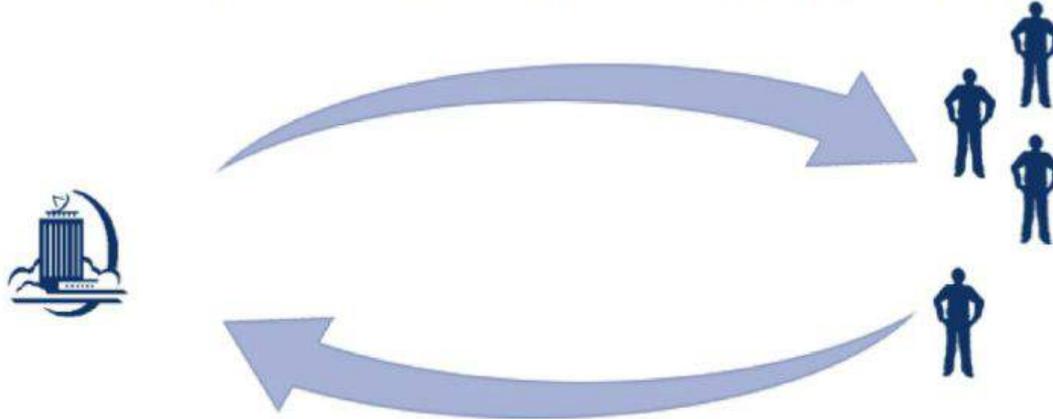


Online Marketing Mix

Wer sucht, der findet

Klassisches Marketing

Unternehmen sind aktiv auf der Suche nach Kunden für Produkte und Dienstleistungen (z.B. via Direktmarketing, Anzeigenwerbung etc.)



Suchmaschinenmarketing

Der Kunde ist aktiv auf der Suche nach Anbietern, die ein konkretes Angebot für sein Bedürfnis haben

Wer sucht, der findet

 SEM
Suchmaschinenmarketing

 SEO
Suchmaschinenoptimierung

 SEA
Suchmaschinenwerbung

Was passiert in 60 Sekunden im Netz?

2021 *This Is What Happens In An Internet Minute*




5,478,107,361
 Internet Users in the world


1,992,340,403
 Total number of Websites


151,512,441,766
 Emails sent today


4,871,250,138
 Google searches today


4,752,510
 Blog posts written today
 watch all


466,504,458
 Tweets sent today

Braucht man Suchmaschinenwerbung SEA?

Google fortbildung online marketing

Alle Bücher News Bilder Videos Mehr Suchfilter

Ungefähr 5.890.000 Ergebnisse (0,58 Sekunden)

Anzeige - <https://education.omr.com/marketing/fortbildung> -
OMR Academy - Deine Marketing-Weiterbildung
 Lerne jetzt 10 Wochen lang **digital** & onlineanhang von den Experten der Branche!
Online Campus. Jederzeit **online** abrufbar, 24 am Arbeitsplatz oder von...
 Karriere bei uns - Die FAQ - Über uns - Pressebereich - Kontaktieren Sie uns.

Anzeige - <https://www.daniel-gremm.de/online/marketing/managerikh> -
Online Marketing Manager IHK - LiveOnline Lehrgang, 14.-18.11
 Für Einsteiger: 1.299 €, **Online Marketing** Lehrgang mit IHK-Zertifikat, Bildungsurlaub
 Themen u.a. Social-Media, SEO, SCA, Google Analytics, Newsletter, Konzeption, Strategie,
 PDF-Download, Newsletter - Kontakt zum Trainer

Anzeige - <https://www.121lead.de/> 089 4 16125590 -
Online Marketing Fortbildung - 2-Tages Crashkurs
 Du kennst bis 14 Tage vor Termin kostenlos von deiner Buchung zurücktreten (bitz anmelden)
 Mit staatlicher Förderung | Online Marketing-Experten | Agenda & Inhalte | Unser Team
 9 Luise-Ullrich-Straße 25, München - Heute geöffnet | 08.00-18.00 Uhr -

Anzeige - <https://www.redditforbusiness.com/performance/marketing> -
Digital marketing with Reddit - Your audience is on Reddit.
 Reddit Ads are effective, no matter your budget or objectives. Sign up today! Redditors are 48% more likely to trust a brand that advertised on Reddit. 688 Monthly Unique Views.

<https://akademie.muenchen-ikh.de/online-marketing/> -
Online Marketing | IHK Akademie München
 Im Bereich Online Marketing, Social Media und E-Commerce bieten wir eine Vielzahl von
 Weiterbildungen an. Co. einklages Seminar, Weiterbildung mit...
 Schwerpunkt-Themen Online... Gesamtprogramm Online...

Ähnliche Fragen

Welche Weiterbildung Online Marketing?

Wie viel verdient man als Online Marketing Manager?

Welche Berufe gibt es im Online Marketing?

Was ist der Unterschied zwischen Marketing und Online Marketing?

Feedback geben

<https://www.kursfinder.de/> - Marketing & Werbung -
Online Marketing Seminare - kursfinder.de
 Sie suchen nach einer Weiterbildung im Bereich Online Marketing? Finden Sie Ihre!

Bezahlter Bereich

Unbezahlter Bereich ?

12:51 google.com

Google

fortbildung online marketing

Alle Bücher News Bilder Videos Maps

Gesponsert

[manager-institut.de](http://www.manager-institut.de)
Online-Marketing Seminar - 2-Tage Intensiv Seminar
 Internetauftritt effizient und kostenoptimiert. Sichern Sie sich jetzt einen Platz! 10116 Bewertungen mit Bestnote 1.2, Top Dozent, 1aKursraum, praxisnah, bundesweit, ISO9001, 1 x im Monat, Online Kurs im Lockdown.

Gesponsert

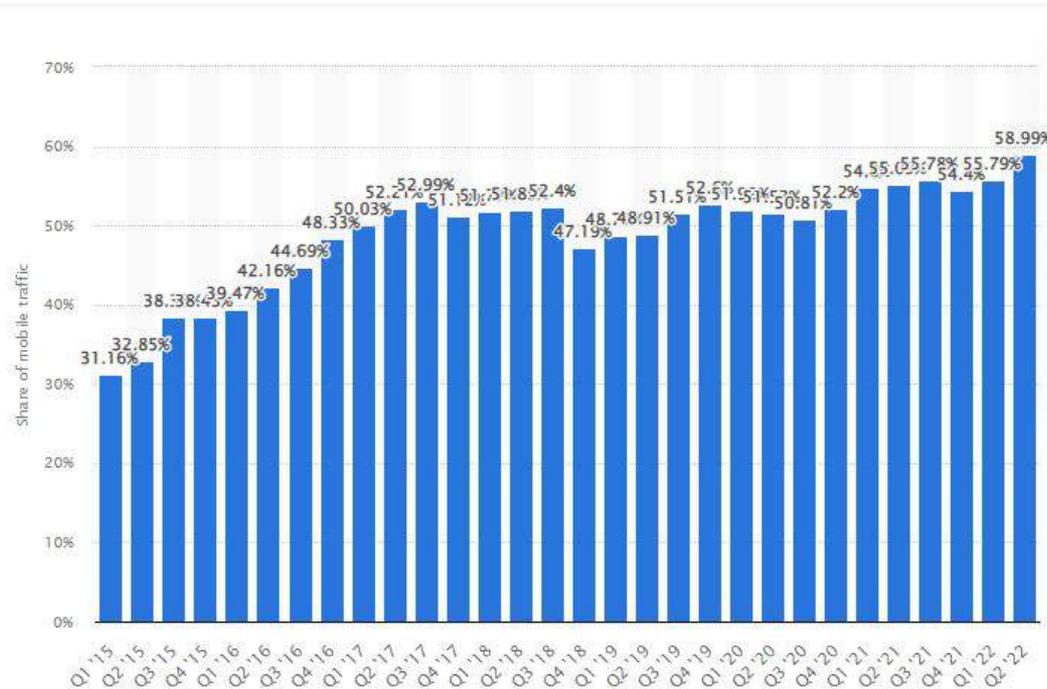
[daniel-gremm.de](https://www.daniel-gremm.de/online/marketing/)
Online Marketing Manager IHK - LiveOnline Lehrgang, 14.-18.11
 Für Einsteiger, 1.299 €, Online Marketing Lehrgang mit IHK-Zertifikat, Bildungsurlaub, Themen u.a. Social...

Gesponsert

ILS

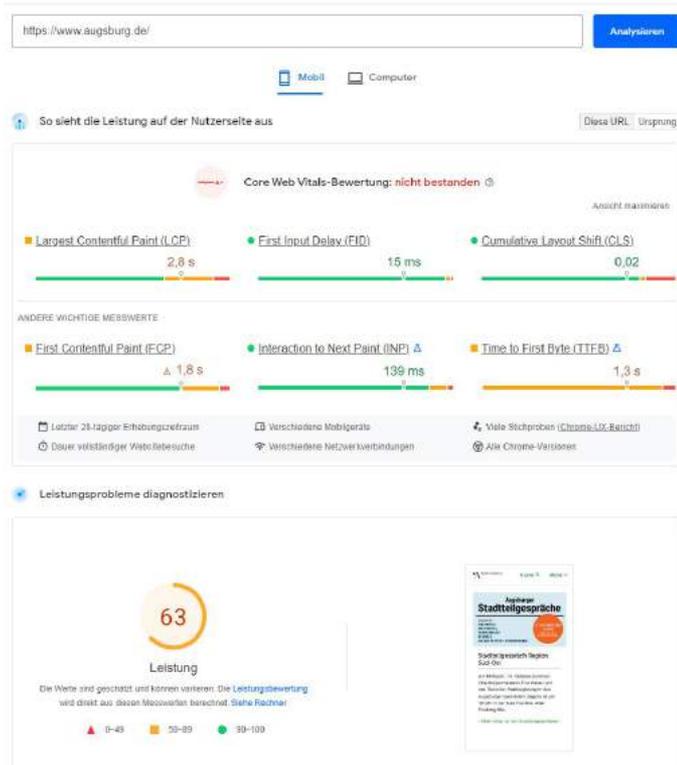
Braucht man Suchmaschinenwerbung SEA?

Mobile Zugriffe auf Websites weltweit von Q1 2015 bis Q2 2022



Quelle: statista.com

Braucht man Suchmaschinenoptimierung SEO?



Google macht Schluss mit Desktop Crawls – seit **März 2021** wird das Mobile First Indexing für alle Webseiten zum Standard.

- Websites müssen daher für alle Endgeräte optimiert sein - Stichwort “Responsive Webdesign”
- Gleiche Inhalte auf allen Devices
- Mobile Ladezeiten optimieren

→ SEO ist heutzutage auch relativ viel Technik

→ gutes SEO wirkt sich positiv auf SEA aus

Test: <https://pagespeed.web.dev/?hl=DE>



Google Ads

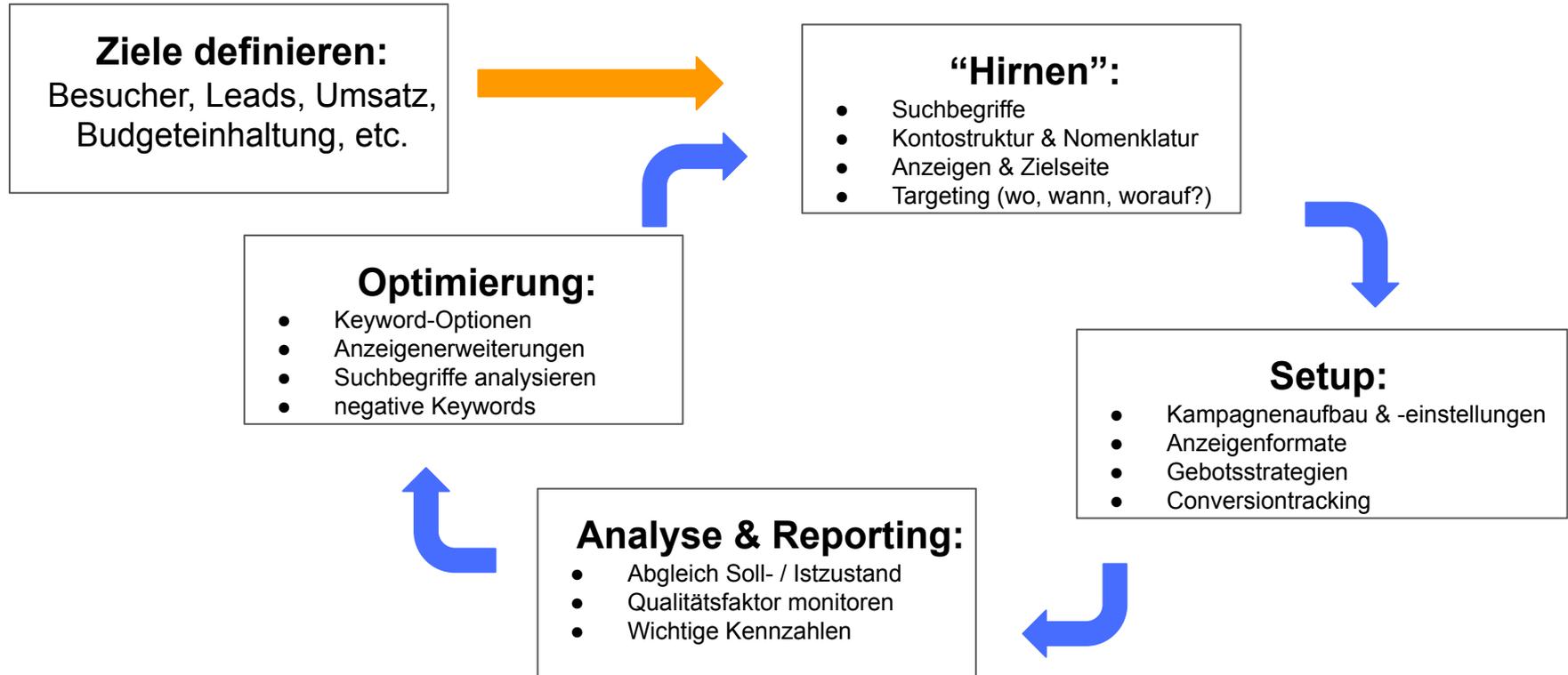
Google Ads Kampagnentypen

- Google Suchnetzwerk
- Google Displaynetzwerk
- Google Shopping
- Video Anzeigen
- App Anzeigen
- Smarte Anzeigen
- Discovery Anzeigen

Wählen Sie einen Kampagnentyp aus ?

<p>Suchen</p>  <p>Textanzeigen für Nutzer schalten, die an Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung interessiert sind</p>	<p>Display</p>  <p>Verschiedene Arten von Anzeigen im Web schalten</p>	<p>Shopping</p>  <p>Mit Shopping-Anzeigen für Produkte werben</p>	<p>Video</p>  <p>Zuschauer auf YouTube und im Web erreichen und ansprechen</p>
<p>App</p>  <p>Intensivierte App-Werbung in allen Google-Werbenetzwerken</p>	<p>Smart</p>  <p>Mit Anzeigen, die bei Google und im Web automatisch bereitgestellt werden, Geschäftsziele erreichen</p>	<p>Discovery</p>  <p>Anzeigen unter anderem auf YouTube, in Gmail und in Discover schalten</p>	

Ziele und der weg dorthin





Keywords / Suchbegriffe

Suchintention verstehen

“Golf”



Suchintention verstehen

“Anhänger kaufen”



Keywordrecherche & -tools

Wichtig bei der Keywordrecherche ist es die Sprache des Nutzer zu “treffen”. Neben den offensichtlichen Begriffen, gilt es hier die sprachlichen Feinheiten zu finden.

- Google Keyword Tool https://ads.google.com/intl/de_de/home/tools/keyword-planner/
- Google Suggest Tool
<https://keywordtool.io/google-suggest>
- Answer the public
<https://answerthepublic.com/>
- Google Trends
<https://trends.google.de/trends/?geo=DE>



Konto- & Kampagnenstruktur

Konto- & Kampagnenstruktur

Google Ads Konto

- Nutzerverwaltung
- Zahlungseinstellungen
- Benachrichtigungseinstellungen

Kampagne 1

- Budgeteinstellungen
- Gebotsstrategie
- Kampagnentyp (Suche, Display, etc.)
- Targeting (Region, Sprache)
- Werbezeiten

Tipp:

Oftmals bietet die Navigation der Website eine gute Grundlage für die Google Ads Kampagnenstruktur!

Kampagne 2

Anzeigengruppe 1.1

- Keywords & -optionen
- Anzeigentexte & -variationen

Anzeigengruppe 1.2

Anzeigengruppe 2.1

Anzeigengruppe 2.2

Kampagneneinstellungen

● Aktiviert Status: Aktiv Typ: Suchnetzwerk Budget: 25,00 € pro Tag Optimierungsfaktor: 96 %  [Detaillierte Informationen](#) ▾

- Übersicht
- Empfehlungen
- Anzeigengruppen
- Anzeigen und Erweiterungen
- Landingpages
- Keywords
- Zielgruppen
- Demografische Merkmale
- Einstellungen**
- + Mehr

Kampagnenname	Bildungsportal	^
ABBRECHEN SPEICHERN		
Kampagnenstatus	● Aktiviert	▾
Zielvorhaben	Leads	▾
Werbenetzwerke	Google Suchnetzwerk, Suchnetzwerk-Partner	▾
Standorte	Deutschland (Land)	▾
Sprachen	Deutsch	▾
Budget	25,00 €/Tag	▾
Gebote	Conversions maximieren	▾
Start- und Enddatum	Startdatum: 8. Juli 2019 Enddatum: Nicht festgelegt	▾

Regiotargeting

● Aktiviert Status: Aktiv Typ: Suchnetzwerk Budget: 25,00 € pro Tag Optimierungsfaktor: 96 % [Detaillierte Informationen](#)

Standorte

Benutzerdefiniert 1. Apr bis 14. Sep 2020

Standort **Umkreis**

Ortsname, Adresse oder Koordinaten eingeben 20 km

Zielregionen (1) Reichweite ⓘ ✕

20 km im Umkreis von Aichach Umkreis - ✕

[Weniger](#)
 Standorte
Standorte
 Ausgeschlossen



Anzeigen

Anzeigentexte schreiben

Anzeigen müssen **relevant** zur Suchintention des Nutzer sein, mit **Fakten** überzeugen und am besten eine Handlungsaufforderung (“**Call to Action**”) enthalten.

6 Regeln für Anzeigen:

- Vorab den USP klar definieren
- “Roter Faden” zwischen Suchbegriffe → Anzeige → Landingpage
- AIDA-Konzept beachten
- 3 Anzeigen pro Anzeigengruppe (2 erweiterte Ads + 1 Responsive Text Ad)
- Nutzen Sie alle (sinnvollen) Anzeigenerweiterungen
- Mobile Nutzer im Blick haben (Anruferweiterung, spezielle Sitelinks, etc.)

Anzeigentexte schreiben im Detail

Anzeigentitel

- Relevanz: Den wichtigen Suchbegriff in den Titel aufnehmen
- Wichtige Informationen zuerst
- USP nennen

Anzeigentexte

- Keywords einbinden
- Call to Action
- Konkret sein (Preis, Rabatt, verfügbare Tage)
- Transaktionsverstärker nennen: “unverbindlich, Rabatt, nur noch heute”

Angezeigte URL (muss nicht wirklich erreichbar sein)

- Keyword platzieren

Anzeigen Desktop

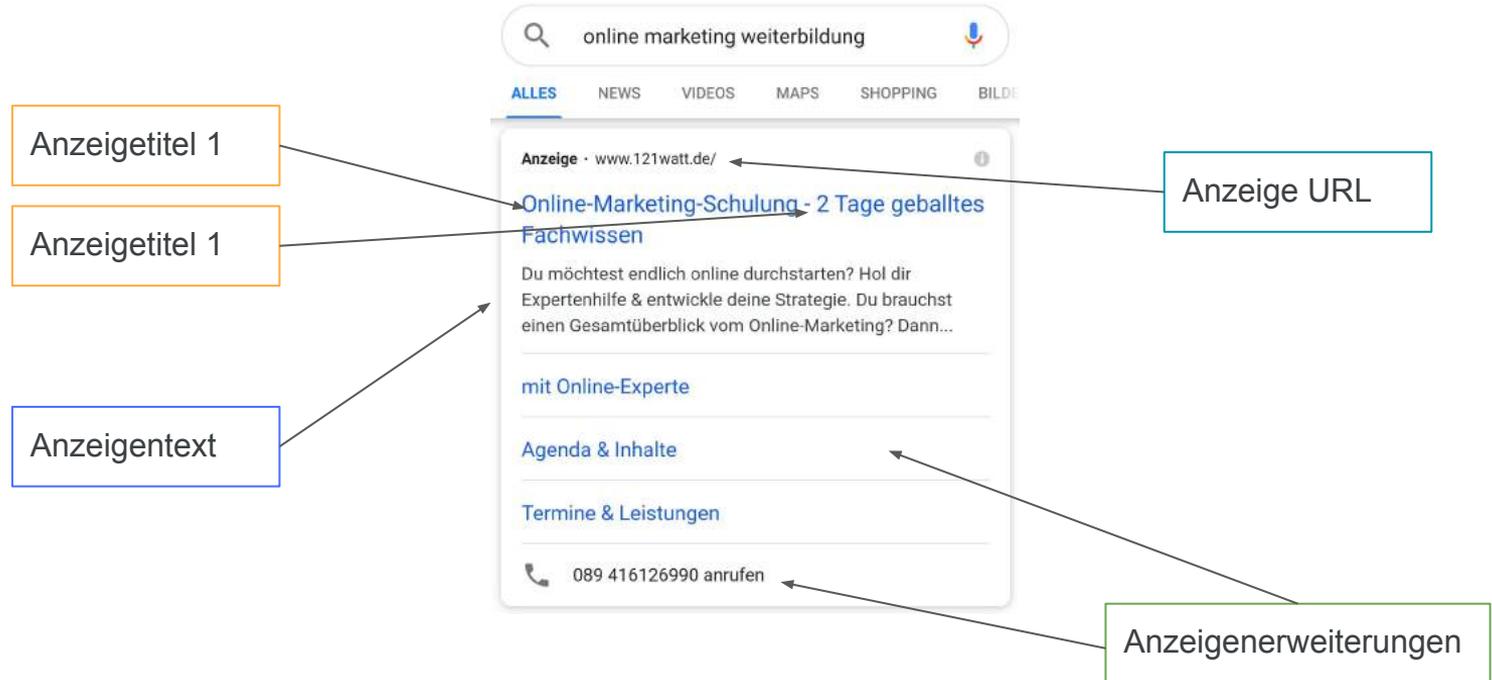
The image shows a search engine results page for the query "online marketing weiterbildung". The search bar at the top contains the text "online marketing weiterbildung" and includes a search icon, a microphone icon, and a close icon. Below the search bar, there are navigation options: "Alle", "News", "Videos", "Maps", "Shopping", and "Mehr". To the right, there are links for "Einstellungen" and "Suchfilter".

The search results show "Ungefähr 39.200.000 Ergebnisse (0,91 Sekunden)". The first result is an advertisement from "www.akademie-marketing.com/online-marketing/münchen" with the phone number "0800 08001850". The ad title is "Online Marketingwirt Studium - Weiterbildung in 7 Monaten". The ad text describes a "Berufsbegleitendes & praxisnahes Marketing Studium. Jetzt anmelden für Oktober 2020. Hochschulzertifikat mit 30 ECTS-Punkten. Nur 5.900€, 0% Finanzierung möglich." Below the main ad, there are two additional sections: "Certified Product Manager" and "Online-Marketingwirt".

Callouts on the left side of the image identify the following elements:

- Anzeigetitel 1**: Points to the first instance of the ad title "Online Marketingwirt Studium - Weiterbildung in 7 Monaten".
- Anzeigetitel 1**: Points to the second instance of the ad title "Online Marketingwirt Studium - Weiterbildung in 7 Monaten".
- Anzeigentext**: Points to the main ad text "Berufsbegleitendes & praxisnahes Marketing Studium. Jetzt anmelden für Oktober 2020. Hochschulzertifikat mit 30 ECTS-Punkten. Nur 5.900€, 0% Finanzierung möglich.".
- Anzeige URL**: Points to the URL "www.akademie-marketing.com/online-marketing/münchen".
- Anzeigenerweiterungen**: Points to the two additional sections: "Certified Product Manager" and "Online-Marketingwirt".

Anzeigen Mobilgerät



Anzeigen Werberichtlinien

Einige Beispiele, was nicht oder nur eingeschränkt erlaubt ist:

- **Inhalte nur für Erwachsene**

“Jetzt die blaue Spaßpille für Männer testen”

- **Bewerbung von Finanzprodukten**

Hier gelten länderspezifische rechtliche Bedingungen

- **Redaktionelle Anforderungen**

A L L E \$ B I L L I G, UnSeR Produkt ist das BESTE!!!!!!!

- **Technische Anforderungen**

Websites in denen der “Zurück”-Button deaktiviert ist

<https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=de>

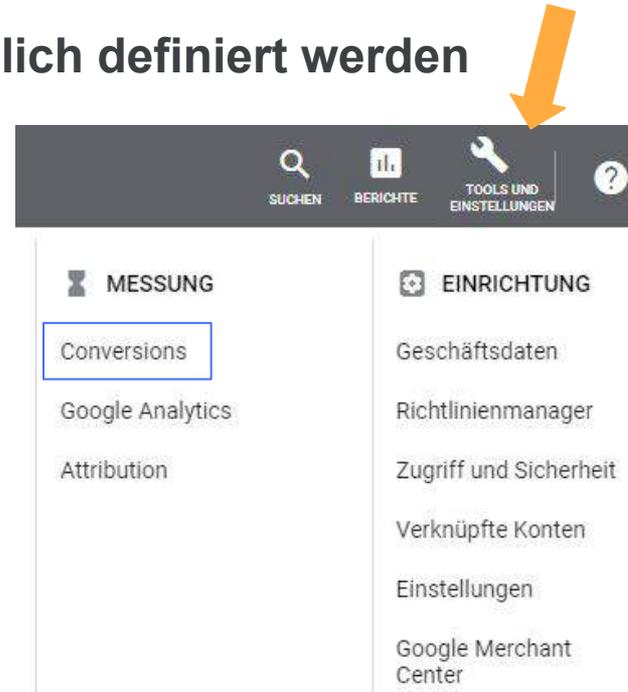
Werbung messbar machen



Conversion (Zielhandlung)

Eine Conversion kann ganz unterschiedlich definiert werden

- Lead (meist eine Kontaktanfrage)
- Sale (Verkauf)
- Download (z.B. ein Whitepaper)
- Newsletteranmeldung
- Time on site
- Scrolltiefe
- Klick auf Anzeigen (Affiliatelinks)
- etc.



Conversion Einstellungen / Tag Einrichtung

Für die technische Integration kann das Conversion Pixel auf der Website oder über den Google Tag Manager eingebunden werden.

Hier ist oftmals die Unterstützung durch die IT erforderlich.

Conversion-Name	Kontaktanfrage
Kategorie	Lead-Formular senden
Wert	Keinen Wert verwenden
Quelle	Website
<small>Bearbeiten nicht möglich</small>	
Zählmethode	Jede Conversion
Conversion-Tracking-Zeitraum für Klicks	60 Tage
Tracking-Zeitraum für View-through Conversions	30 Tage
In "Conversions" einbeziehen	Ja
Attributionsmodell	Positionsbasiert

[EINSTELLUNGEN BEARBEITEN](#)

Tag-Einrichtung ^

Wählen Sie aus, wie Sie das Tag einfügen möchten

Tag selbst einfügen

Tag per E-Mail senden

Google Tag Manager verwenden

Conversion Einstellungen / Tag Einrichtung

Für die technische Integration kann das Conversion Pixel auf der Website oder über den Google Tag Manager eingebunden werden.

Hier ist oftmals die Unterstützung durch die IT erforderlich.

Conversion-Name	Kontaktanfrage
Kategorie	Lead-Formular senden
Wert	Keinen Wert verwenden
Quelle	Website
<small>Bearbeiten nicht möglich</small>	
Zählmethode	Jede Conversion
Conversion-Tracking-Zeitraum für Klicks	60 Tage
Tracking-Zeitraum für View-through Conversions	30 Tage
In "Conversions" einbeziehen	Ja
Attributionsmodell	Positionsbasiert

[EINSTELLUNGEN BEARBEITEN](#)

Tag-Einrichtung ^

Wählen Sie aus, wie Sie das Tag einfügen möchten

Tag selbst einfügen

Tag per E-Mail senden

Google Tag Manager verwenden

Kosten pro Conversion

Mit Hilfe des Conversiontrackings können die Adspendings bewertet und ggf. nachgesteuert werden. Die Metrik Kosten / Conversion zeigt auf, wie viel für eine Zielhandlung ausgegeben wurde.

Anzeigengruppe	Status	Conversions	Kosten/Conv.	Impr.	↓ Klicks	CTR	Kosten
Brand	Aktiv	341,83	11,08 €	50.619	23.658	46,74 %	3.789,28 €



Fragen

