

*Techniktipp*

*Ronald Paul,*  
CEO der Online-  
marketing-Agentur  
**Quisma**

■ [www.quisma.com](http://www.quisma.com)

### *Wenn bezahlte Klicks seltener gesucht werden*

Laut aktuellen Zahlen von Comscore stiegen die Suchanfragen in den USA im Verlauf der vergangenen zwei Jahre um 68 Prozent an, während die bezahlten Klicks nur um 18 Prozent zunahmen. Der Grund: Einerseits arbeiten die Suchmaschinen immer exakter, um dem Nutzer relevante Anzeigen auszuliefern. Andererseits lernen auch die User dazu und stellen längere und präzisere Suchanfragen. Deshalb gilt es, die SEM-Kampagnen auf die neue Situation abzustimmen. Hier einige Praxis-Tipps:

#### **1. Geben Sie spezifische Antworten!**

Eine anspruchsvolle Kampagnenstruktur, die neben einfachen generischen Keywords auch viele Long-Tail-Keywords in den passenden Keywordoptionen enthält, ist hier die Grundlage für ein Suchergebnis, das dem User eine maximale Relevanz bietet.

#### **2. Nehmen Sie Mehrwort-Suchen auf!**

Durch Erfahrungswerte und technische Möglichkeiten können fehlende Wortkombinationen ausgemacht werden. Zum einen sind die Anzeigen aufgrund des hohen Qualitätsfaktors dann besonders passend zu den jeweiligen Suchanfragen, und zum anderen sind diese Klicks in der Regel günstiger als bei generischen Keywords.

#### **3. Nutzen Sie Technologie!**

Ohne technologischen Einsatz kann kein perfekter Überblick über Tausende von Keywords und Texten behalten werden. Nur die Mischung aus technologischem Einsatz und manueller Feinarbeit durch den betreuenden Account-Manager ist der Schlüssel für ein erfolgreiches Suchmaschinenmarketing.

#### **4. Bilden Sie kleinere Cluster!**

Je feiner die Angebote und Produkte in der Kampagne geclustert werden, desto feiner kann auch die SEM-Aussteuerung vorgenommen werden. Der Erfolg der feinen Abstimmung lässt sich für jeden User daran erkennen, dass er zu seiner Anfrage auch eine für ihn relevante Anzeige erhalten wird.

#### **5. Seien Sie fleißig – und bleiben Sie es!**

Eine erfolgreiche Searchkampagne ist kein Selbstläufer und bedarf einer sehr intensiven Betreuung. Nur wer die Kampagnen täglich im Fokus behält und mithilfe fortschrittlicher Technologie kontinuierlich optimiert, sorgt für den maximalen Kampagnenerfolg für den Kunden.