

SEA im B2B

15 Hacks in 15 Minuten

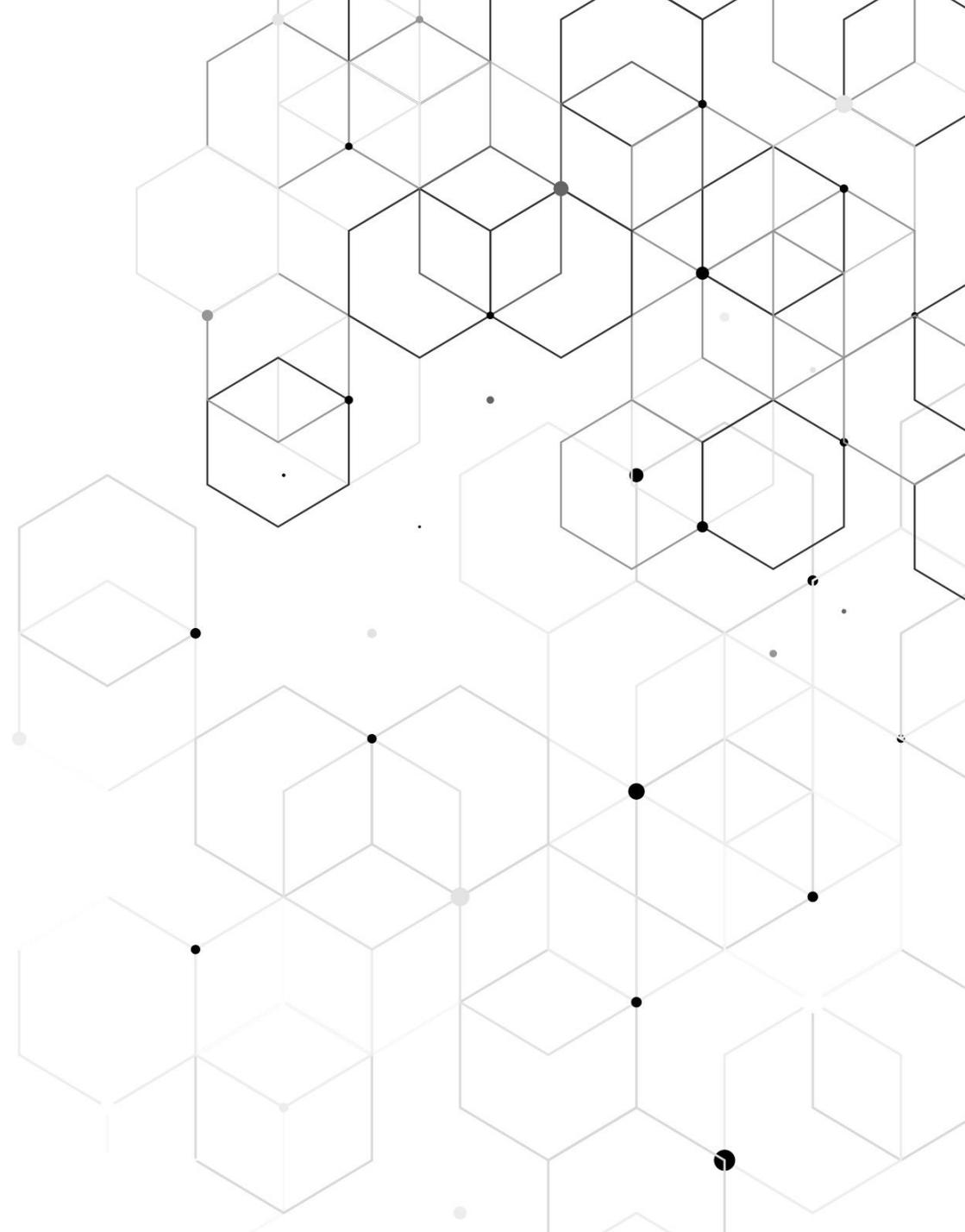
Helen Hanselmann, SEM Boutique



**Strategie &
Vorbereitung**

**Externe Faktoren
& Zielgruppe**

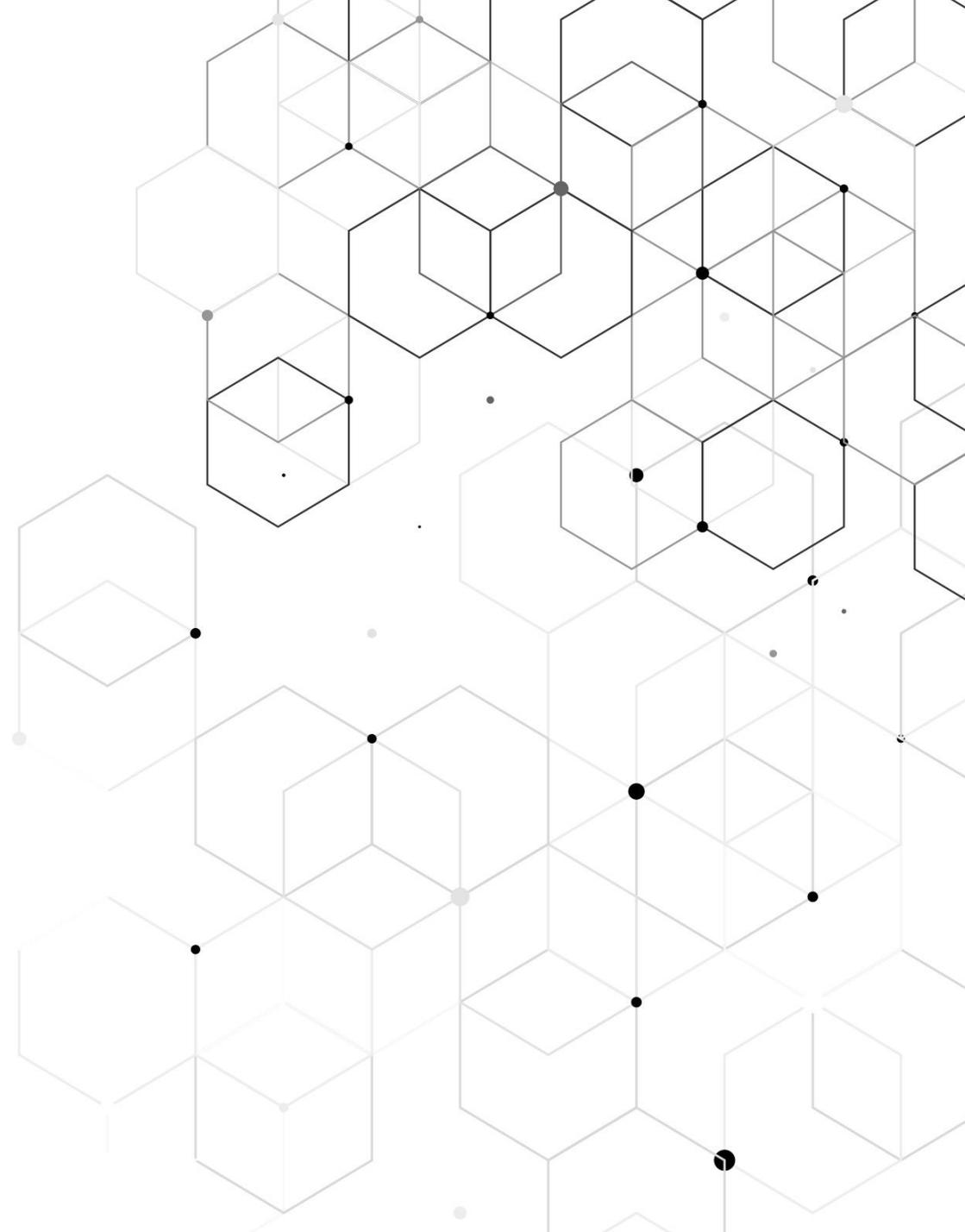
**Optimierung &
Wachstum**



**Strategie &
Vorbereitung**

**Externe Faktoren
& Zielgruppe**

**Optimierung &
Wachstum**





1

**Kennen Sie
Ihre Ziele?**

Zielsetzung



Branding?



Conversions?



**Umsatz-
steigerung?**

Warum OKRs Ihr Leben leichter machen

Objective 1:

Kosten im Vergleich zum Vorjahr senken

Objective 2:

Umsatzwachstum generieren

Objective 3:

Account Management vereinfachen

Warum OKRs Ihr Leben leichter machen

Objective 1:

Kosten im Vergleich zum Vorjahr senken

Key Result 01-1

15% niedrigere CPCs bei 75% der Kampagnen

Key Result 01-2

CPL des gesamten Accounts (generisch) < 25€

Objective 2:

Umsatzwachstum generieren

Key Result 02-1

Produktportfolio wird komplett beworben

Key Result 02-2

Impression Share der Topseller-Kampagnen > 80%

Objective 3:

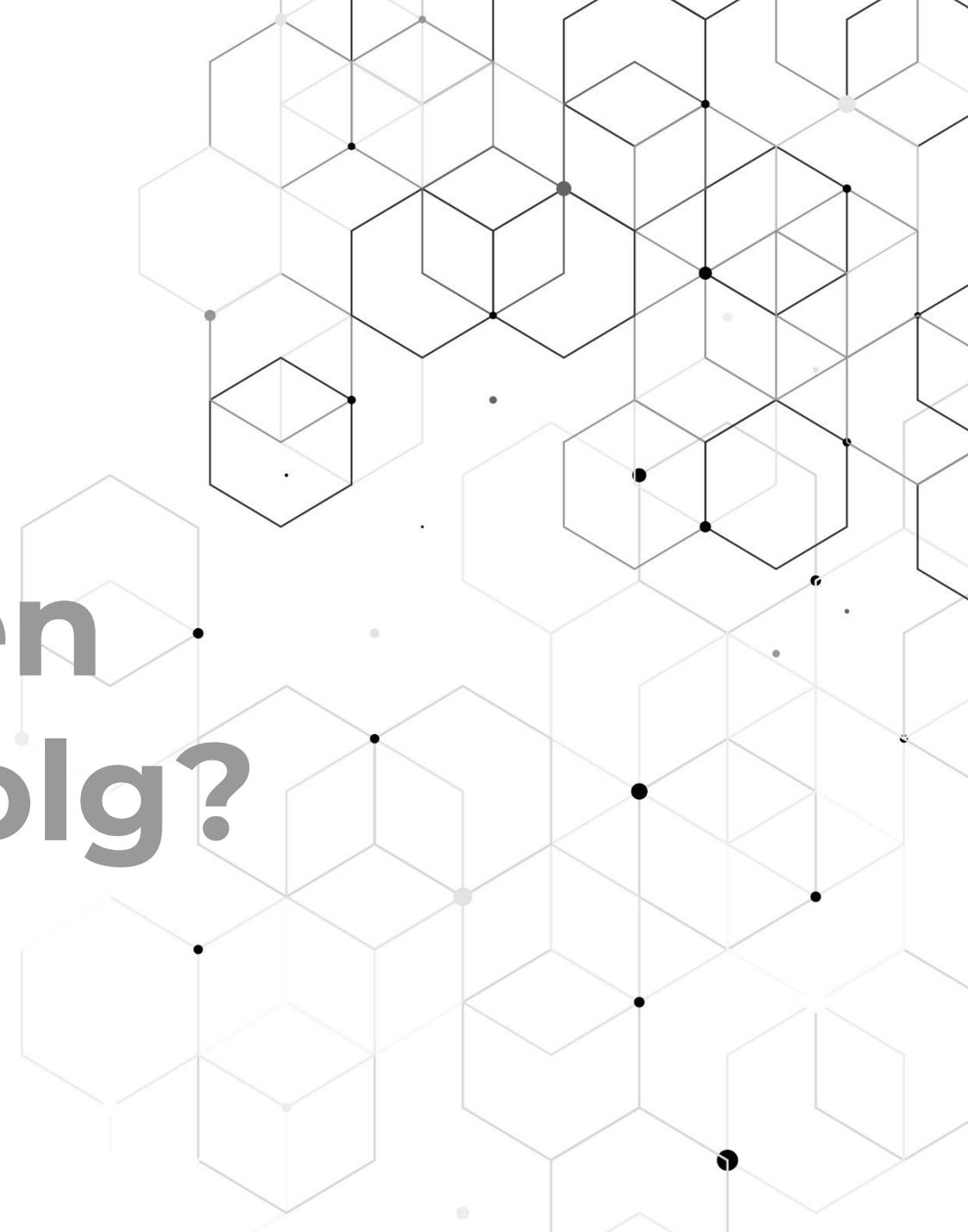
Account Management vereinfachen

Key Result 03-1

25% weniger Zeitaufwand für Account Management

Key Result 03-2

40% weniger Zeitaufwand für wöchentliche & monatliche Reportings



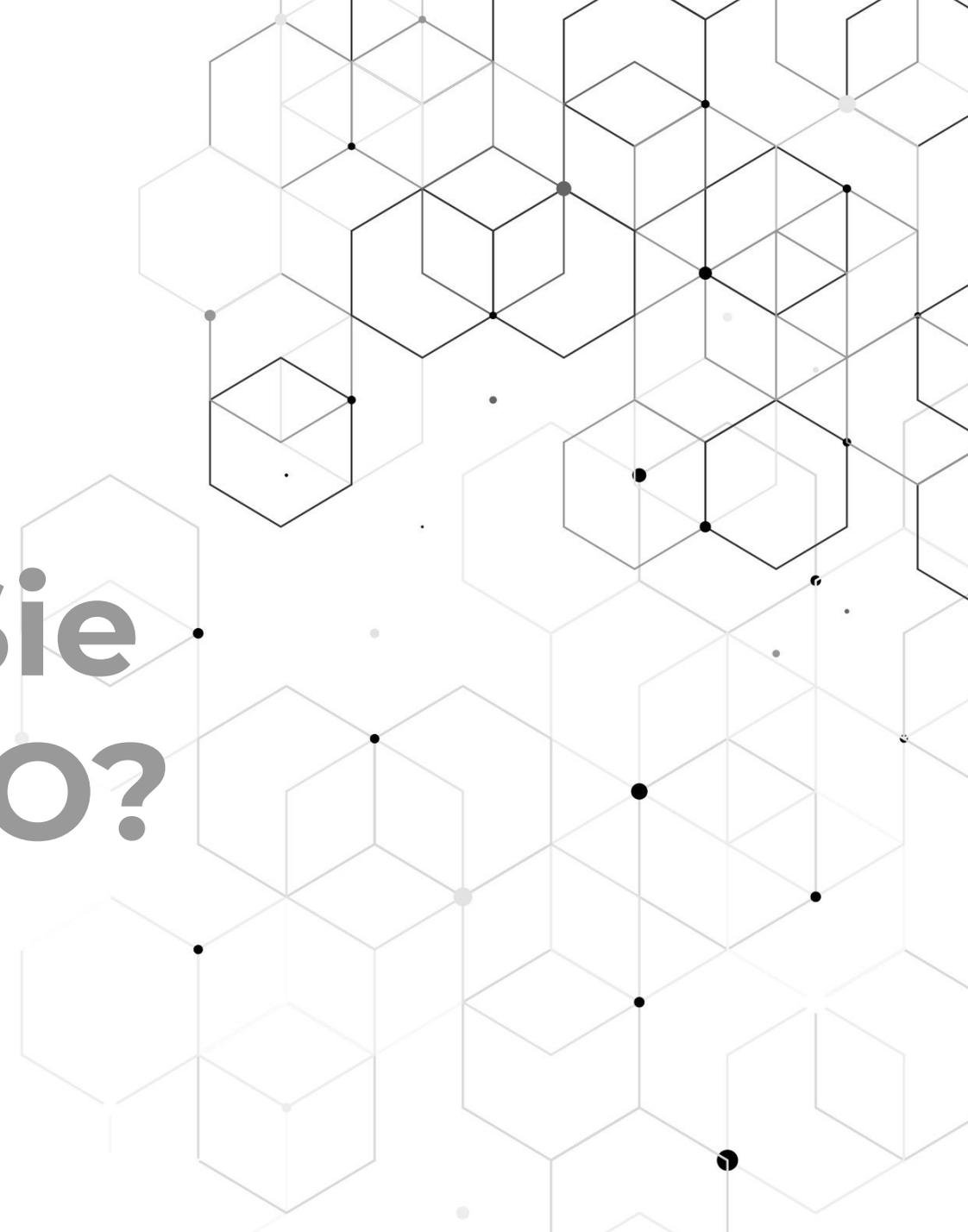
2

**Wie messen
Sie Ihren Erfolg?**

Conversions

... auch Leads sind ein messbarer Erfolg





3

Brauchen Sie
SEA und SEO?

Google Ads Bericht zur bezahlten und organischen Suche

...Synergien der Kanäle messen & nutzen

Beispiel: Suchbegriff "sea audit":

The screenshot shows the Google Ads reporting interface for a campaign named "Bezahlt und organisch". The report is filtered by the search term "sea audit". The table compares performance between paid and organic search results. A magnifying glass highlights the CTR values for both search types.

Suchbegriff	Suchergebnistyp	Klicks	Impressionen	CTR	Organische Einträge	Organische Klicks	Organische Klicks/Suchanfrage	Organische Einträge/Suchanfrage	Organische durchschnittliche Position	Kombinierte Klicks/Suchanfrage
sea audit	Beide sind erschienen.	26	235	11,06 %	283	0	0,00	1,20	5,81	0,13
sea audit	Nur die Anzeige ist erschienen.	4	57	7,02 %	0	0	0,00	0,00	0,00	0,07

✓ Verknüpfung mit der Search Console

✓ Bericht in Google Ads



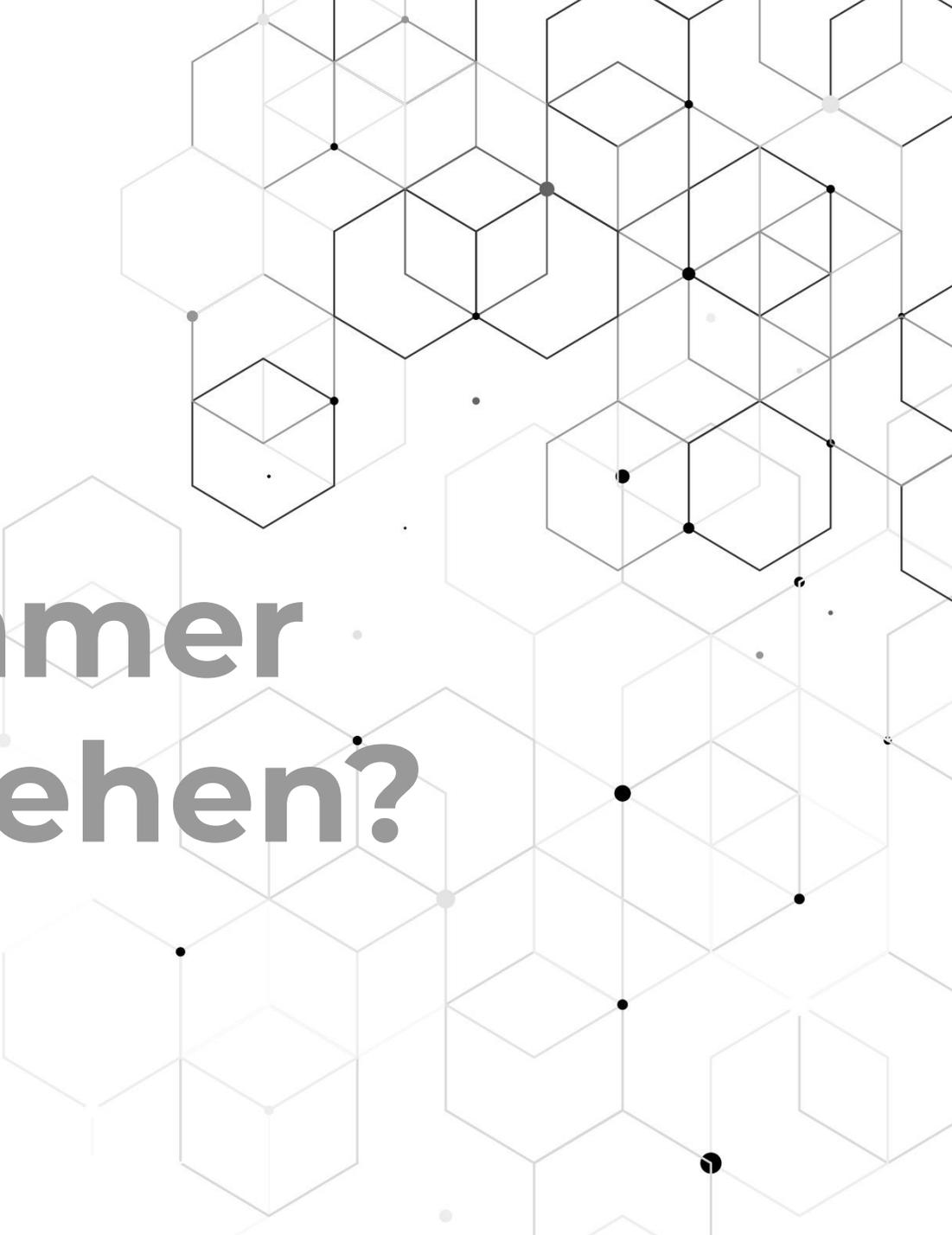
4

**Was ist Ihre
Conversion wert?**

Vom CPL zum echten Wert

... Qualifizieren der Micro-Conversions & Leads





5

**Müssen Sie immer
auf Position 1 stehen?**

Obere Positionen

... warum es sich lohnen kann, auf den oberen Positionen zu erscheinen

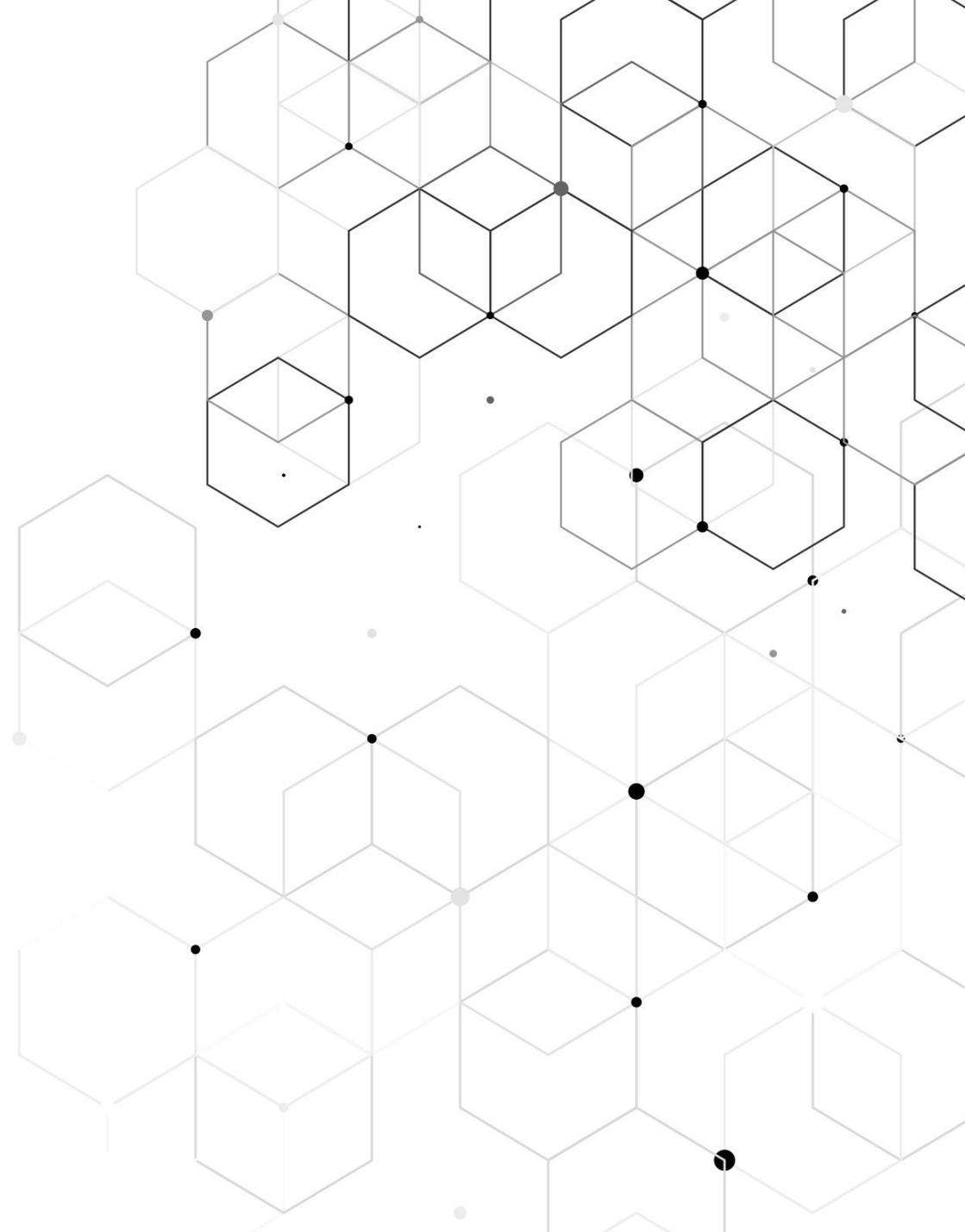
Es kommt auf Ihre OKRs an!

- ✓ Awareness vs. Effizienz
- ✓ Wahrnehmung im Markt
- ✓ Monitoring & Reporting

**Strategie &
Vorbereitung**

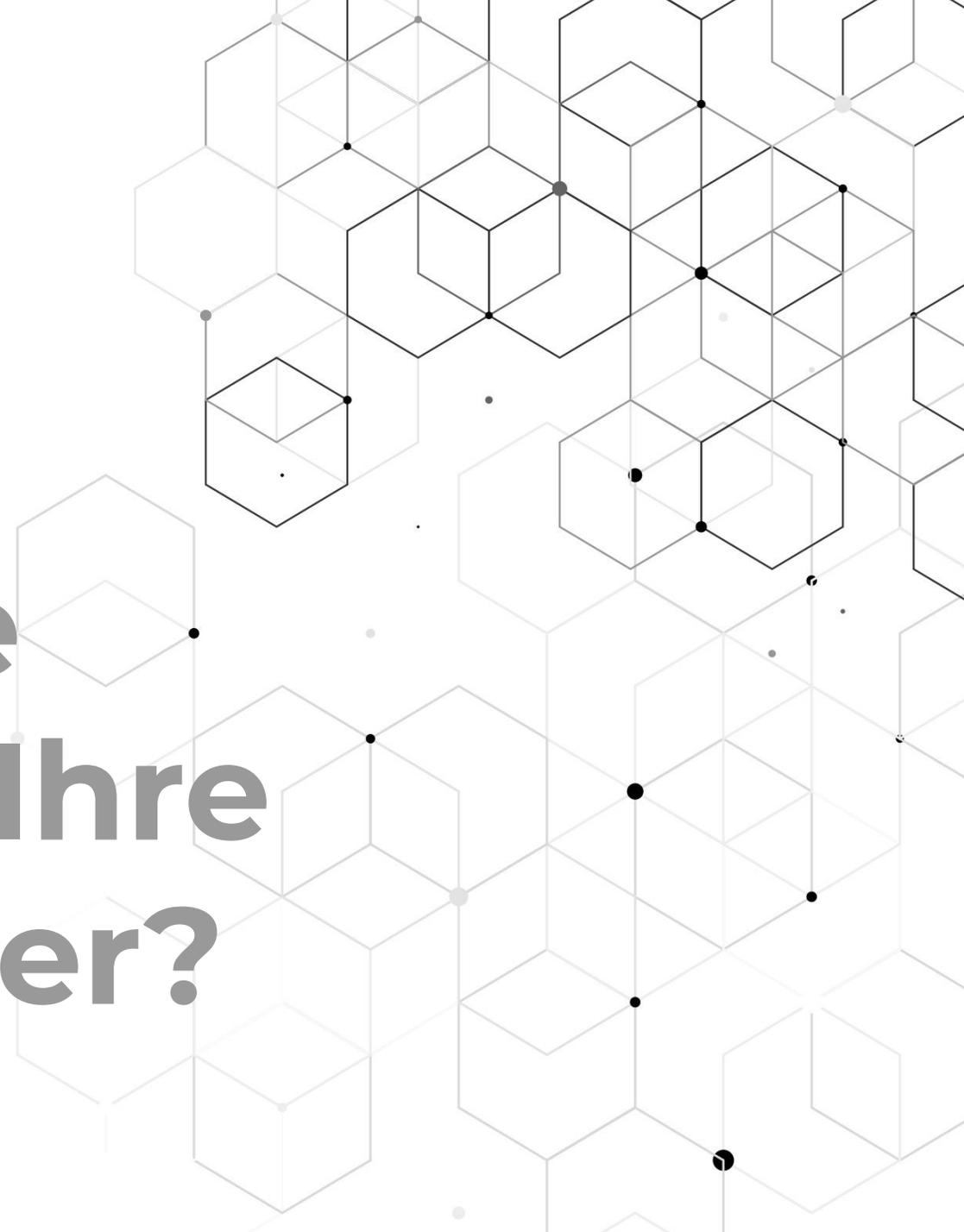
**Externe Faktoren
& Zielgruppe**

**Optimierung &
Wachstum**



6

**Haben Sie
Wissen über Ihre
Wettbewerber?**

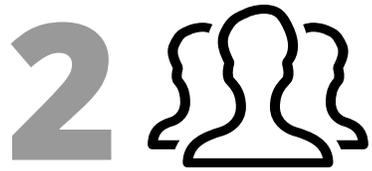


Benutzerdefinierte Zielgruppen in Google Ads

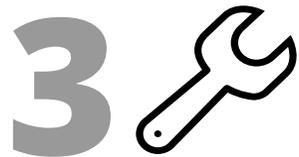
...wie Sie von Ihren Wettbewerbern profitieren können



Wettbewerberanalyse



Erstellen der Zielgruppe



Ausrichten der Kampagnen

Neue benutzerdefinierte Zielgruppe mit gemeinsamer Absicht

Sie können eine Zielgruppe mit Nutzern erstellen, die aktiv nach Produkten oder Dienstleistungen suchen

Bei Anzeigen, in denen eine Ausrichtung auf Zielgruppen erfolgt, sind die [Richtlinien für personalisierte Werbung](#) einzuhalten. Im Fall sensibler Keywords werden nur kontextbezogene oder möglicherweise gar keine Anzeigen ausgeliefert. Alle Kampagnen unterliegen den Google Ads-Werberichtlinien und müssen frei von unangemessenen Inhalten sein. [Weitere Informationen](#)

Name der Zielgruppe

Wettbewerber

Nutzer einschließen anhand ihrer:

Keywords für Kaufbereitschaft ▾

Geben Sie Keywords und URLs ein, die einen Bezug zu den Produkten und Dienstleistungen haben, nach denen diese Zielgruppe aktiv sucht. [Weitere Informationen](#)

Ähnliche Keywords und URLs

www.fedex.com/corporate (URL) ✕

www.ups.de/business-service (URL) ✕

www.gls.com/professional (URL) ✕



7

**Wie vermeiden
Sie irrelevanten
B2C Traffic?**

Abgrenzung zu B2C

... Anzeigen nutzen, um die richtige Zielgruppe anzusprechen

The image shows two screenshots of Google search results. The left screenshot is for the search term '3-d drucker' and features an advertisement for 'Professioneller 3-D-Druck | Angebot anfragen | stratasys.com'. The ad text includes 'Finden Sie die optimale 3-D-Drucklösung für Ihr Unternehmen. 30 Jahre Erfahrung. Kostenloses Whitepaper. Rapid Prototyping. Kundendienst. Maßgeschneiderte Lösungen. Kontakt zu unserem Team. Weltweit Service. Innovativer 3D Druck.' Below the main text are two highlighted boxes: '3D-Druckanwendungen' (Lösungen und Anwendungen in der 3d Druck Welt.) and 'FDM Druck' (Präzisionsdruck mit der F123 Serie Mehr Informationen online.). The right screenshot is for the search term 'kaffeemaschine' and features two advertisements. The first is for 'Professionelle Kaffeemaschinen | Jetzt online mieten' from 'www.coffee-perfect.de/' with the text 'Wir bieten Ihnen individuelle Lösungen mit vielen Extras an. Flexible Vertragsmodelle. Kaffee auf Knopfdruck. Full-Service am Standort. große Kaffee-Vielfalt. Gastronomiequalität. Unser Webshop · Gerätelinie Kaffee · Service & Komfort · Kaffeewissen · Gerätelinie Wasser'. The second is for 'Kaffeemaschine für Ihr Unternehmen | kaffee-partner.de' from 'www.kaffee-partner.de/kaffeeautomat' with the text 'Profitieren Sie von unserer persönlichen Betreuung. Jetzt individuelles Angebot anfordern!'.

“Exklusiv für
Gewerbetreibende”

“Professionell”

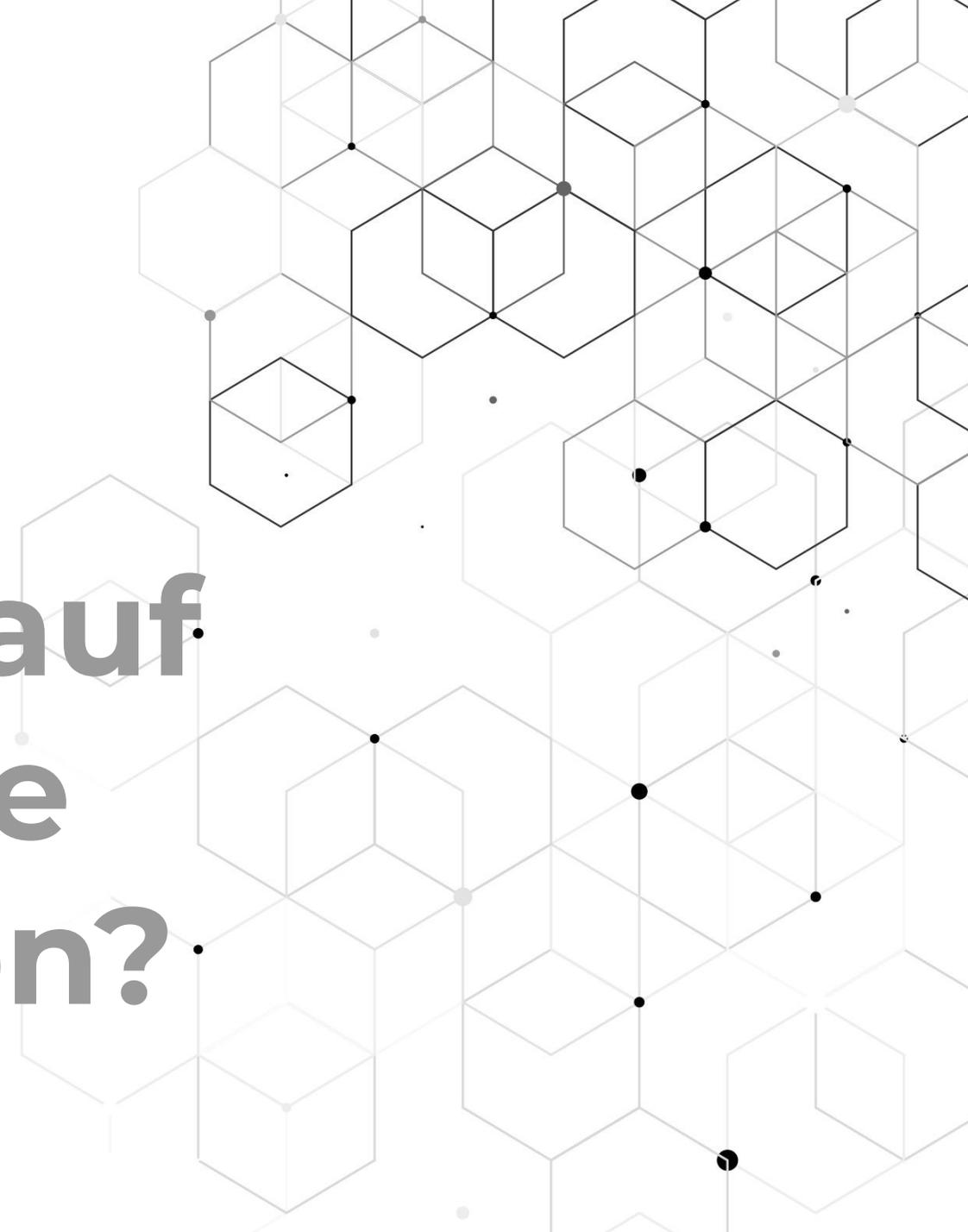
“Für Ihr
Unternehmen”

Fachbegriffe!

Zielgruppen-Ausschlüsse

... nutzen, um B2C Traffic zu filtern





8

**Müssen Sie auf
Ihre eigene
Marke bieten?**

Eigene Marke bewerben

... warum es vorteilhaft sein kann, auf die eigene Marke zu bieten

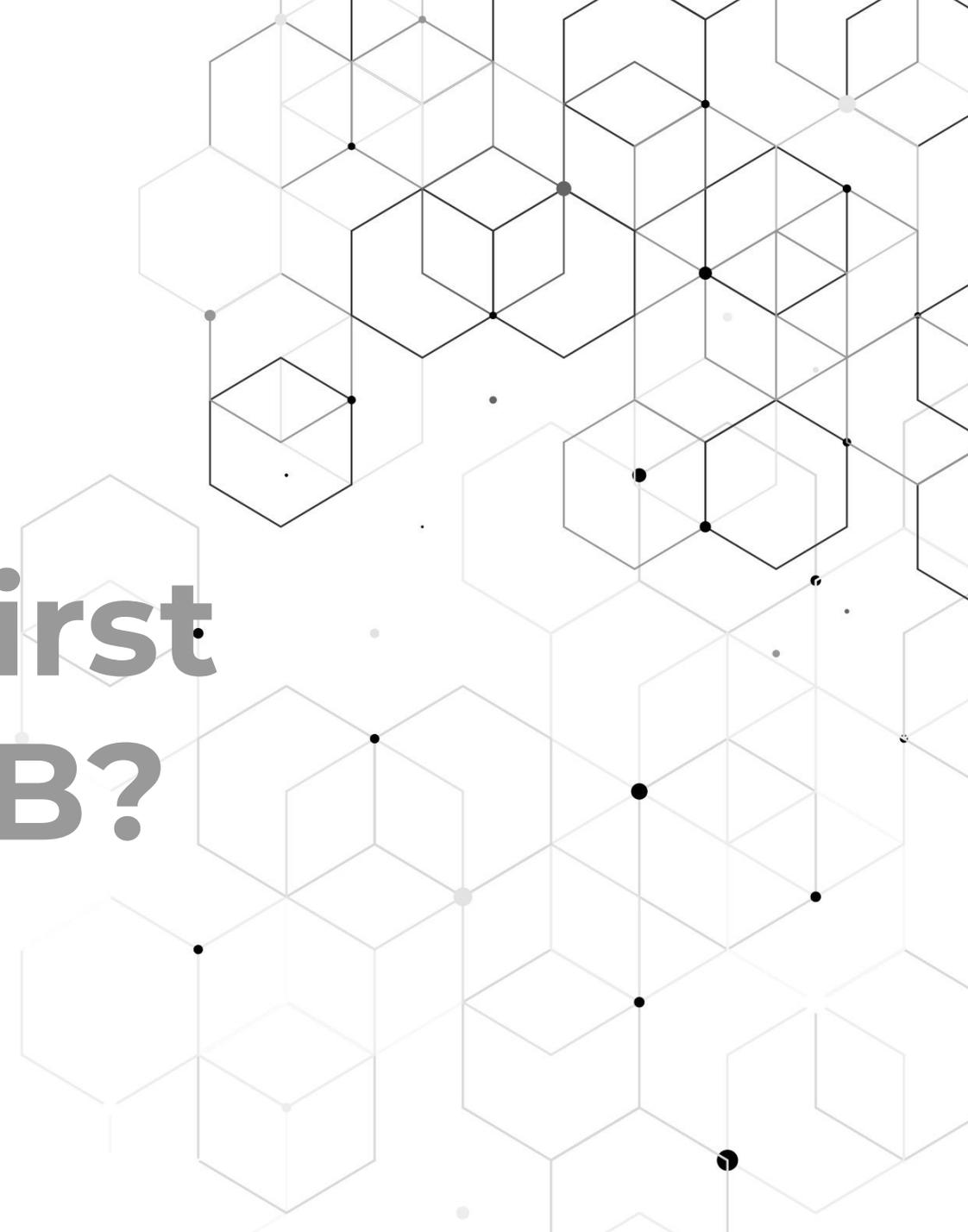
The image displays two screenshots of Google search results. The left screenshot shows a search for 'hubspot' with approximately 23,000,000 results. The right screenshot shows a search for 'productsup' with approximately 815,000 results. Both screenshots highlight various search results, including advertisements and organic search results.

Google Search Results for 'hubspot':

- Ungefähr 23.000.000 Ergebnisse (0,73 Sekunden)
- Freshworks CRM vs The Others | Simple UI & Easy To Use**
[Anzeige](#) www.freshworks.com/hubspot-crm-vs-freshsales
Your Sales Force Needs A Better CRM. Try Freshsales For Free; Upgrade As You Grow. AI-Based Lead Scoring, Integrated Phone, Email Management And More. Start Trial! A Product by Freshworks. Scalable. Cloud-Based. Free 24/7 Support.
Sprout - Free - 0,00 \$ - Inbuilt Phone & Email - Mehr
- Free Plan Unlimited Users**
Free for Small Teams.
Upgrade as you Grow.
- Why Freshsales?**
Packed with Enterprise Level Features at Affordable Price.
- Sehen Sie Marketo in Aktion | Marketo Marketing Software**
[Anzeige](#) de.marketo.com/
Sehen Sie, wie Sie Leads erfassen, pflegen und bewerten, um Ihr Verkaufsteam zu stärken. Verbessern Sie Ihren Umsatz durch die Marketing-Automation-Software von Marketo. Zur Demo. Real Time Personalization. Increase Valuable Leads. Expert Level Support.
Digital Advertising · Account Based Marketing · Request A Demo · Contact Us
- HubSpot für Ihren Sales-Erfolg | Jetzt Live-Demo vereinbaren**
[Anzeige](#) www.more-fire.com/hubspot 0221 58478700
Wir zeigen Ihnen, wie Sie HubSpot aufbauen, optimieren und das Maximum rausholen.
- Free Isn't Always Free | Pipedrive™ Rated #1 CRM 2019**
[Anzeige](#) www.pipedrive.com/
No Data or Feature Limits. No Sudden Price Hikes. Try Pipedrive™ Free Today.

Google Search Results for 'productsup':

- Ungefähr 815.000 Ergebnisse (0,36 Sekunden)
- Wer schlau ist, nutzt: | ChannelPilot | ChannelPilot.de**
[Anzeige](#) www.channelpilot.de/ 040 46898890
Bringen Sie die Produkte Ihres Webshops auf über 2000 Online-Kanäle weltweit.
Dienstleistungen: Feed Engine, Marktplatzanbindung, Marktpreisanalyse, Dynamic Pricing, PLA Handling.
- Dynamic Pricing**
Preise gemäß Ihren Zielen
dynamisch anpassen lassen
- Google Shopping**
Optimale Produktfeed-Übermittlung
an Google



9

**Gilt Mobile first
auch für B2B?**

Mobile first

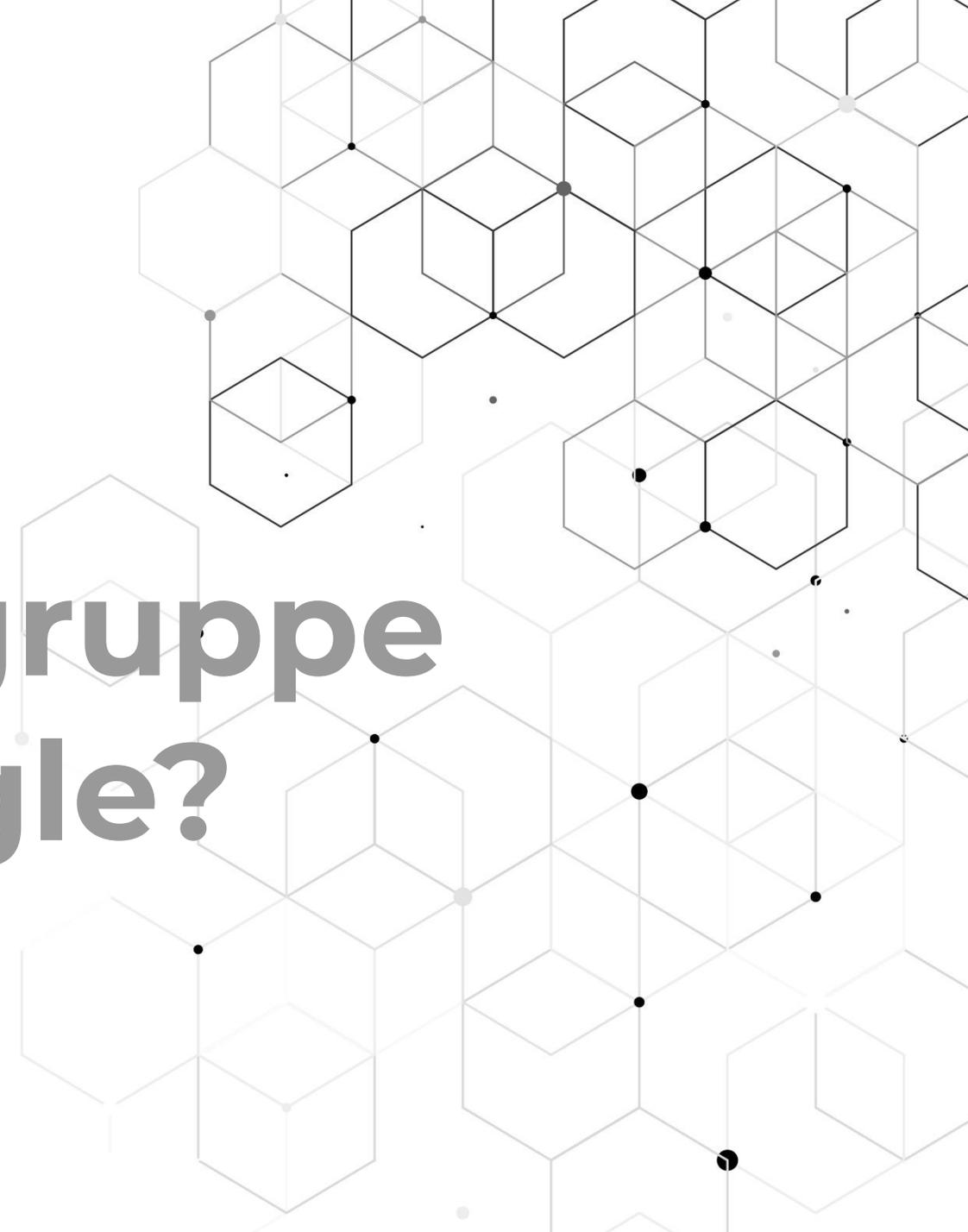
... wissen, wo Ihre Zielgruppe unterwegs ist



Über die **mobile Nutzererfahrung** werden durchschnittlich **mehr als 40 % des Umsatzes** in führenden B2B-Organisationen generiert oder gefördert.

Quelle: Google

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/de-de/insights/markteinblicke/wandel-und-wachstum-des-b2b-geschaefts-durch-mobilgeraete/>



10

**Sucht Ihre Zielgruppe
nur auf Google?**

Beyond Google

... z.B. Microsoft Advertising



Bing Reach



2 billion
monthly searches in EMEA



400 million
monthly searches in DE



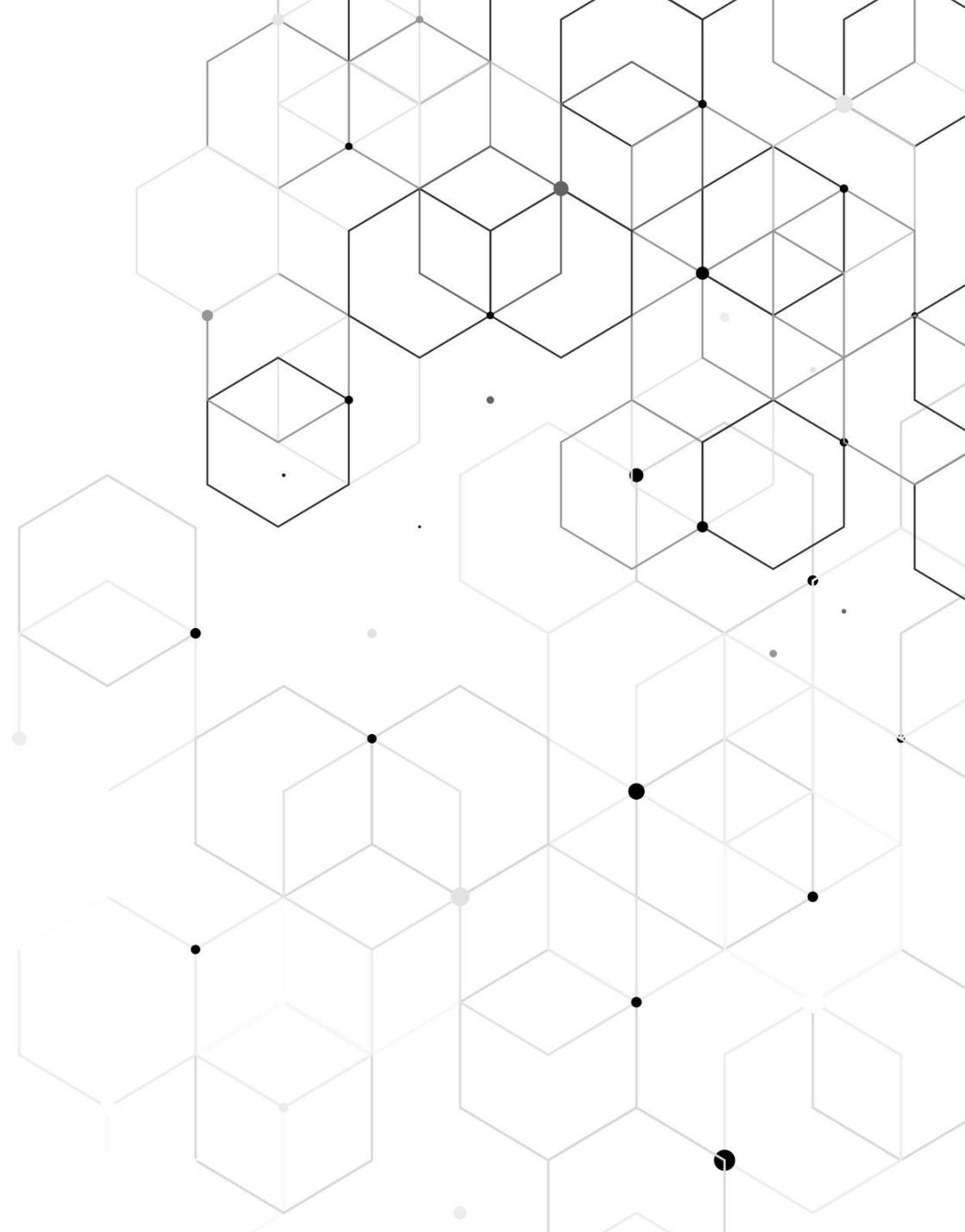
25%
PC market share in DE

Quelle: Microsoft-Advertising-Network-Pitch-Deck

**Strategie &
Vorbereitung**

**Externe Faktoren
& Zielgruppe**

**Optimierung &
Wachstum**





11

**Ihr Produkt
kann nur offline
erworben werden?**

Offline Conversions

... wie nachgelagerte Conversions Google Ads noch profitabler machen



Voraussetzung: Google Click ID (GCLID) im CRM erfassen

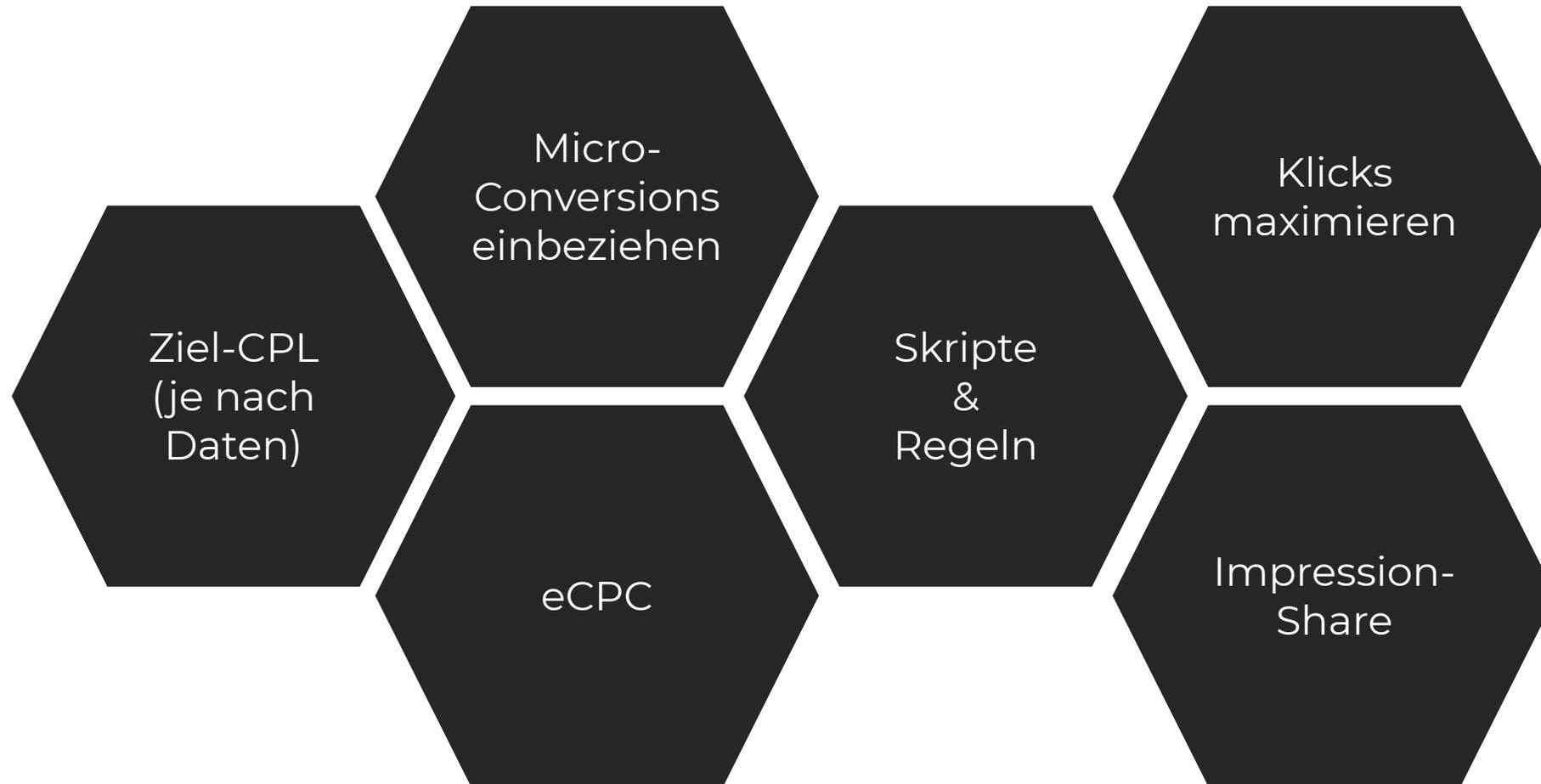


12

**Wie können Sie
Automatisierung
nutzen?**

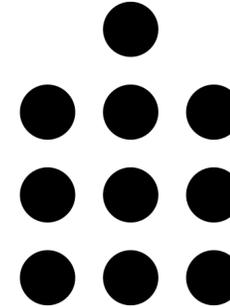
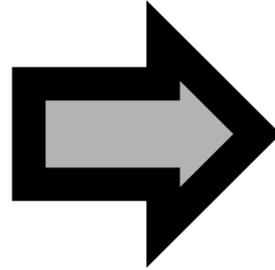
Automatisierung

... wie man Automatisierung auch bei geringen Datenmengen nutzen kann



Automatisierung

... automatisierte Kampagnenerstellung auf Basis eines Feeds in Search Ads 360

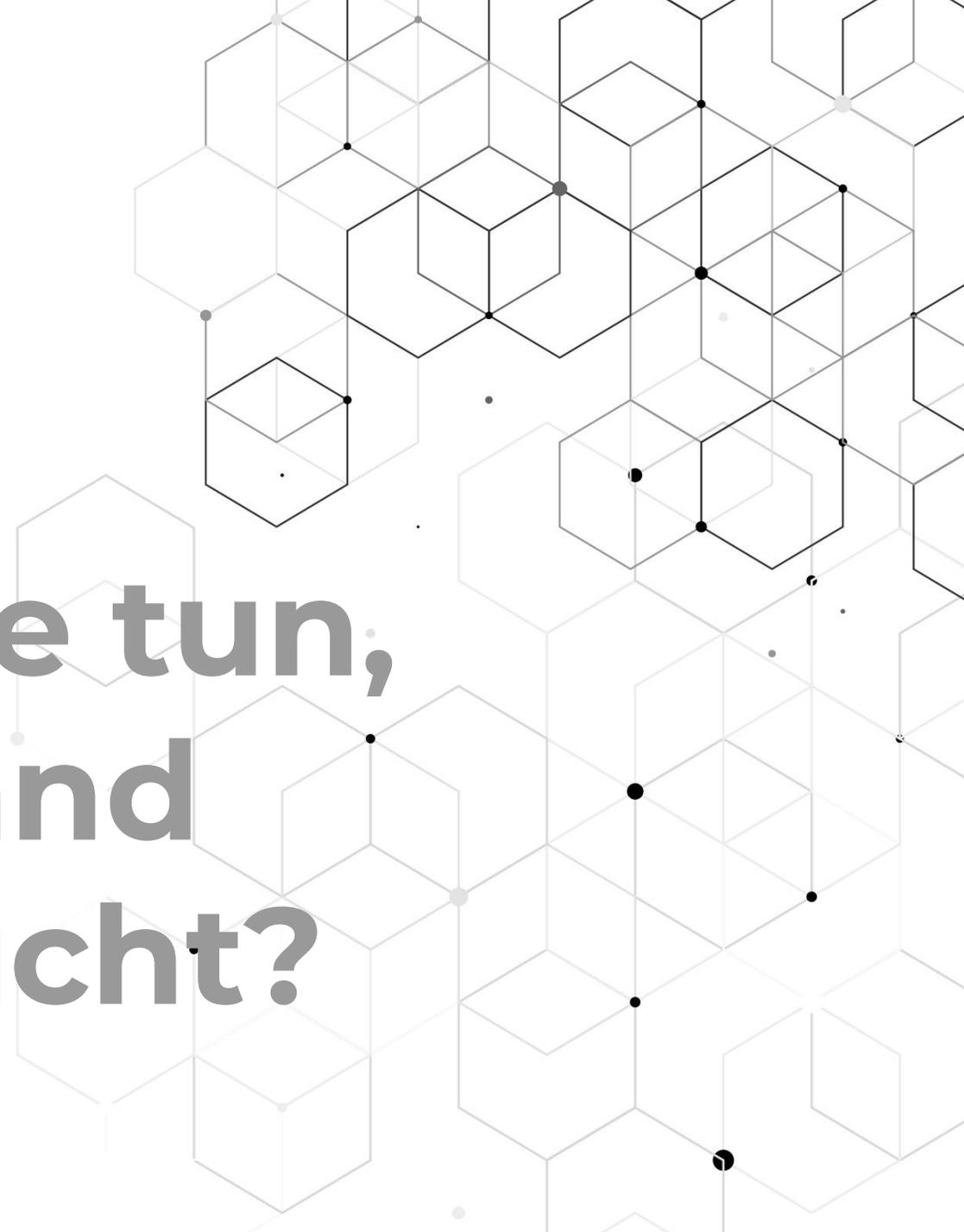


Kategorie
Marke
Produkt
Seriennummer
Größe

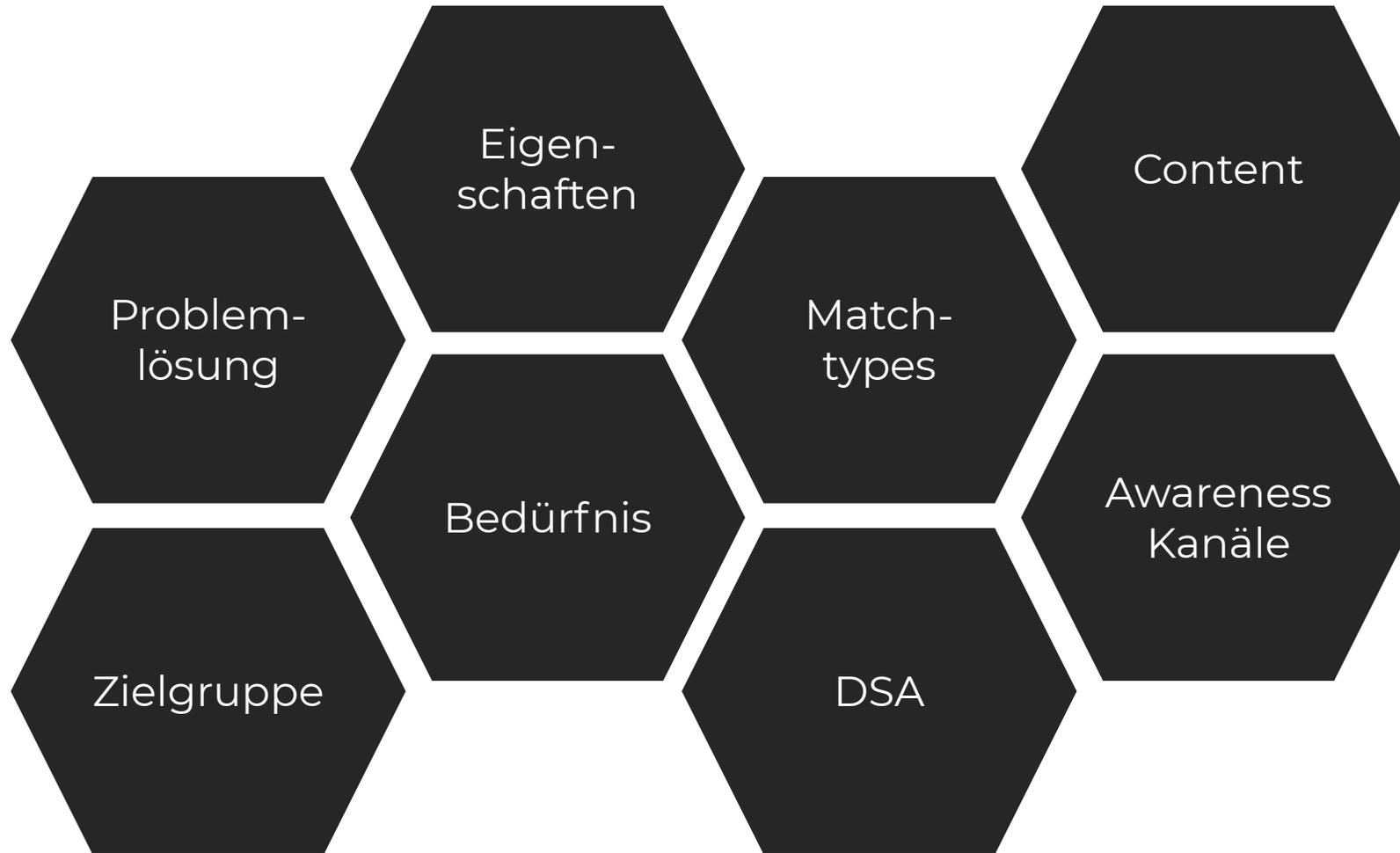
Kampagnen
Anzeigengruppen
Keywords
Anzeigen
Sitelinks

13

**Was können Sie tun,
wenn niemand
nach Ihnen sucht?**

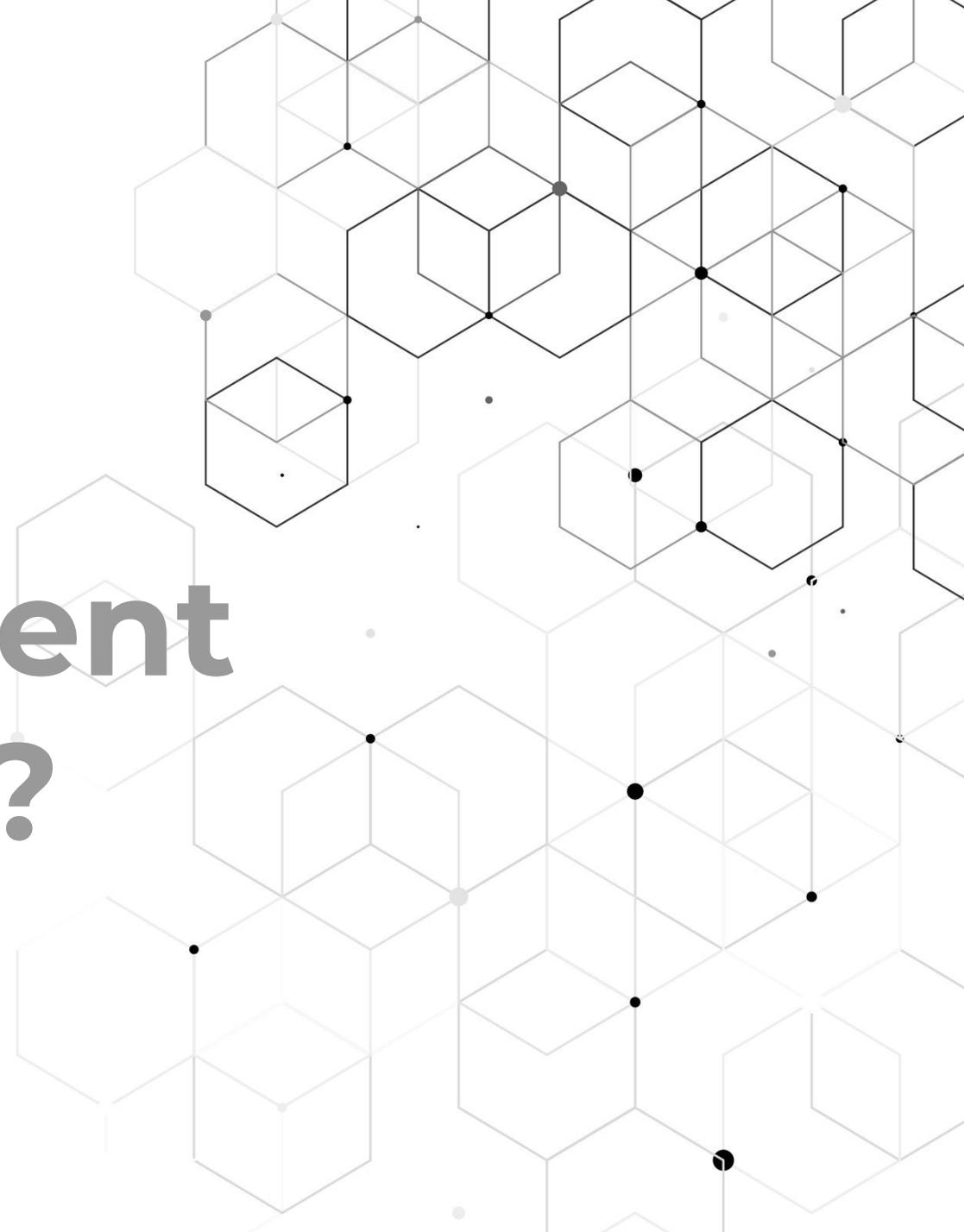


Umgang mit wenig Suchvolumen



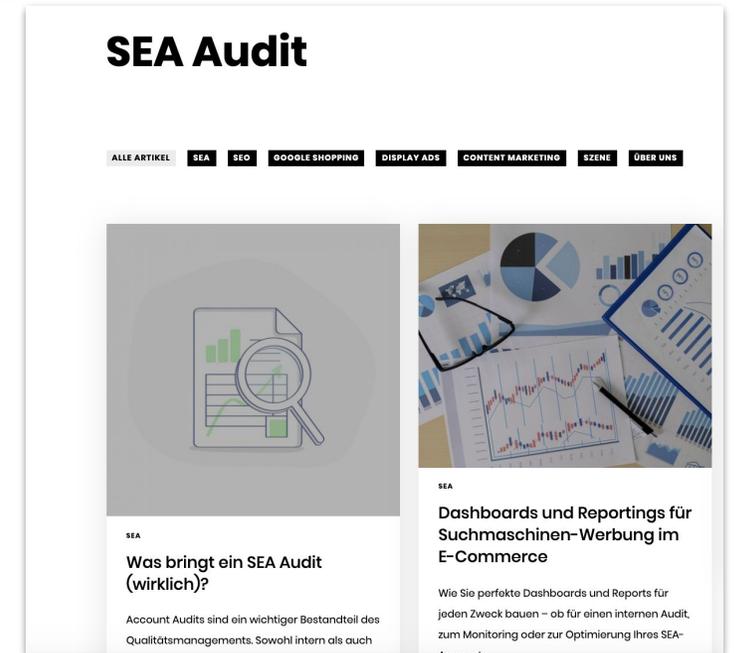
14

**Warum Content
bewerben?**



Content bewerben

... Magazinartikel & Blogposts





15

**Ein neues Google
Feature für B2B?**

Formular-Erweiterung

... direkte Möglichkeit für Formular-Leads

Lead-Formular erstellen

Anzeigentitel
Kostenlose Audit-Checkliste 27/30

Unternehmensname
SEM Boutique GmbH 17/25

Beschreibung
Die SEM Boutique Account Audit Checkliste mit über 90 Prüf
Die SEM Boutique Account Audit Checkliste mit über 90 Prüf 190/200

Um welche Informationen möchten Sie bitten?

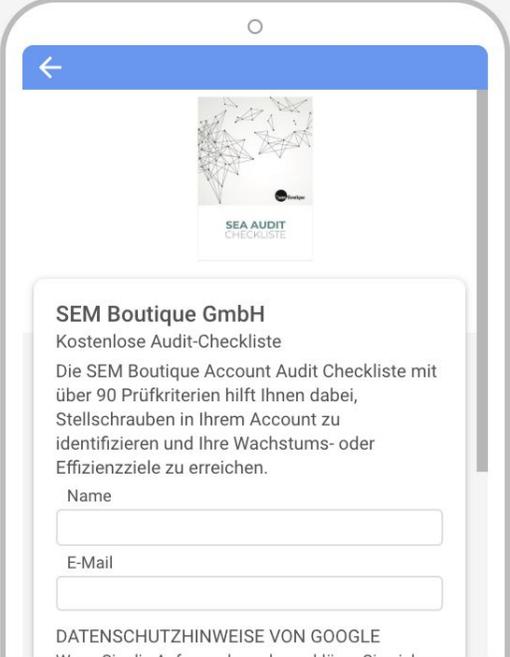
Wenn Sie die abgefragten Informationen nach dem Speichern der Kampagne ändern möchten, müssen Sie ein neues Formular erstellen

- Name
- E-Mail
- Telefonnummer
- Postleitzahl

URL der Datenschutzerklärung ?
<https://www.sem-boutique.de/datenschutz/>

Hintergrundbild ?





Status des Lead-Formulars

[ERWEITERUNG](#) | [LEAD-FORMULAR](#) | [BESTÄTIGUNG DER FORMULARSENDUNG](#)

Die Anzeige enthält eventuell nicht immer den gesamten Text. Möglicherweise wird er bei einigen Formaten auch gekürzt. [Weitere Informationen](#)



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**

Haben Sie Fragen?



Helen Hanselmann

Senior Online Marketing Manager

helen.hanselmann@sem-boutique.de

