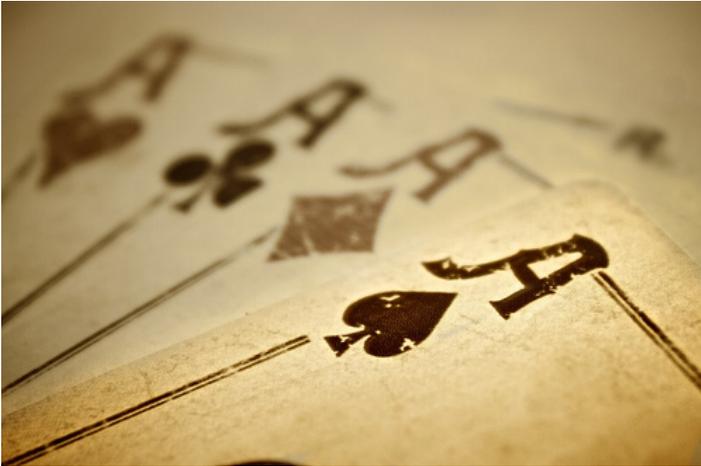


STUDIEN ZEIGEN: GOOGLE ADWORDS RENTIERT SICH



Veröffentlicht am 5. Februar 2013 von Annette

Wenn die Konkurrenz im Web zu groß ist, um mit professioneller Suchmaschinenoptimierung allein optimale Ergebnisse zu erzielen [...]



Wenn die Konkurrenz im Web zu groß ist, um mit professioneller Suchmaschinenoptimierung allein optimale Ergebnisse zu erzielen, haben Internetdienstleister häufig noch ein Ass im Ärmel: Suchmaschinenmarketing. Mit bezahlten **Google Adwords** Anzeigen kann man sich auch in stark umkämpften Branchen auf Platz 1 der Ergebnislisten katapultieren. Dass sich diese Werbeform lohnt, beweisen jetzt Studien aus den USA.

Für **jeden Dollar**, den US-amerikanische Händler im Weihnachtsgeschäft 2012 für bezahlte Suchergebnisse ausgaben, erhielten sie **5,84 US-Dollar** an Einnahmen zurück, ermittelte der Technologieanbieter **Kenshoo**. Nicht nur die **Konversionsrate** wurde durch Adwords-Anzeigen erhöht, sondern auch der **Wert des Warenkorbs** steigerte sich um drei Prozent.

Eine andere **Studie von Google** kommt zu dem Ergebnis, dass durch Adwords **50% mehr Klicks** auf eine Webseite generiert werden konnten. Ein besonders interessantes Ergebnis dieser Studie ist auch, dass **die besten Klickraten** von Webseiten erreicht wurden, die eine **Top-Position in den normalen Suchergebnissen und eine Adwords-Anzeige** hatten. Es lohnt sich also, **gleichwertig in Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenmarketing zu investieren**, um beste Ergebnisse zu erzielen. "Doppelte" Einträge im Ranking durch normale und bezahlte Positionen sind offenbar nur von Vorteil.

Thumbnail Image: [Ace Up My Sleeve](#) von [KE Designs](#) via [CC BY-SA 2.0](#)