

Interview mit David Gabriel

Gründer und Inhaber der Full-Service-AdWords-Agentur Smarketer

Mit dem Sieg bei der ersten „Google Grand Slam Challenge 2014“ sind Sie in die Liga der deutschen Top-Anbieter für Suchmaschinenwerbung aufgestiegen. Was ist Ihr Erfolgsrezept?

Unser Erfolgsrezept lautet, wie auch unser Firmenslogan: „Smart people, smart technology, smart prices“. Denn bei uns trifft Leidenschaft für Suchmaschinenwerbung auf fundiertes Know-how sowie eine serviceorientierte und transparente Arbeitsweise. Bei Smarketer werden Sie durch zertifizierte Google AdWords-Profis *persönlich* beraten. Wir bieten keine Pauschalverträge, sondern kundenspezifische Lösungen, wie z. B. Performance-basierte Abrechnungen, bei denen die Kunden für generierte Leads oder für den über Google AdWords erreichten Umsatz bezahlen. Und wir sind innovativ – so wie unser neuestes Produkt „Rent a Smarketer“, eine Art Personalleasing in Pay-Per-Klick-/AdWords-Werbung, mit welcher wir Marketingverantwortliche vor Ort in AdWords unterstützen.



Smarketer hat sich vom Generalisten im Bereich Online-Marketing zum Spezialisten entwickelt, der ein breites Spektrum an Beratungsleistungen im Bereich Google AdWords bietet. Warum dieser Fokus?

AdWords als Werbeform bietet Marketingverantwortlichen hervorragende Möglichkeiten, um ihre Zielgruppen auf eine kreative, effektive und vielfältige Weise anzusprechen und zu erreichen. Diese Möglichkeiten resultieren aus dem großen Portfolio von Google Adwords. Denn die Internetnutzer recherchieren Informationen und Produkte über die Google Suche, schauen Videos auf YouTube oder rufen ihre E-Mails via Gmail ab. Um unseren Kunden zu helfen, dieses enorme Werbepotenzial optimal zu nutzen, bieten wir umfassende, mehrsprachige AdWords-Beratung in allen Google-relevanten Bereichen, d. h. Google Suche, Google Shopping, Google Display Netzwerk, Mobil, Remarketing, Gmail Sponsored Promotions, App-Marketing und YouTube. AdWords selbst ist bereits so vielfältig, dass wir für jeden AdWords-Kanal Spezialisten ausbilden. Noch weitere Online-Marketing-Instrumente zu betreuen ist aus unserer Sicht nicht mehr marktgerecht.

Warum sollen Unternehmen in Google AdWords investieren?

In Deutschland ist Google mit einem Marktanteil von 97 Prozent die meistgenutzte Suchmaschine. Eine zielgerichtete Positionierung bei Google ist daher für den Online-, aber auch für den stationären Handel inzwischen überlebenswichtig. Mit AdWords bietet Google Unternehmen ein effektives und reichweitenstarkes Tool zur Kundenbindung, Neukundengewinnung, Umsatzsteigerung und Leadgenerierung.

Für wen ist Google AdWords besonders spannend?

Beim Online-Marketing kommt man in Deutschland an Google AdWords grundsätzlich nicht vorbei. Hersteller, Händler, Dienstleister und Filialisten: Jeder, der im Internet seine Bekanntheit und seinen Umsatz steigern möchte, sollte Google AdWords einsetzen. Was

viele nicht wissen: Mit den Google-Anzeigen kann man hervorragend das eigene Geschäftsmodell testen. Bringen AdWords-Kampagnen keine beachtliche Resonanz, heißt es, dass das USP – das Alleinstellungsmerkmal – noch nicht scharf genug ist. Denn AdWords-Werbung für Unternehmen mit Standard-Geschäftsmodellen rentiert sich nicht. Das heißt: AdWords bieten das ultimative Tool, um das Unternehmen auf Erfolg auszurichten.

Was ist die Ihrer Meinung nach derzeit spannendste Entwicklung im Bereich AdWords?

Das ist zum einen Gmail Sponsored Promotions, kurz GSP. Diese neue AdWords-Kampagnenform ermöglicht Online-Marketern in Google-Mail-Postfächern Anzeigen zu schalten. Angesichts der 900 Millionen aktiven Gmail-User weltweit ist das Werbepotenzial hier riesig. So können Werbetreibende über das gewohnte AdWords-Interface enorme Reichweiten erzielen und ein noch präziseres Targeting betreiben. GSP rundet die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von AdWords wunderbar ab. Da dieses Werbetool derzeit in Deutschland noch relativ wenig genutzt wird, kostet der Traffic hier nur wenige Cent. Im Bereich AdWords sehe ich aber noch einen weiteren Trend – Stichwort: Targeting und Retargeting. Beim Retargeting werden Besucher einer Webseite markiert. Surfen diese nun im Internet, wird ihnen gezielt Werbung angeboten, um sie immer wieder auf die Webseite zurück zu führen. Und mittlerweile ist das Retargeting über alle Kampagnentypen verfügbar, das Targeting zwischen neuen und vergangenen Besuchern wird immer besser. Die Möglichkeiten und Potenziale der Zielgruppenansprache mithilfe von AdWords sind also enorm: Die neuen Besucher werden über Google Search gewonnen, über Retargeting in der Suche (Remarketing Lists for Search Ads) und ebenfalls im Google Display Netzwerk (GDN-Retargeting) erneut angesprochen.

Lassen Sie uns am Ende einen Ausblick in die Zukunft wagen: Wo sehen Sie die wichtigsten Trends im Online-Marketing?

Aus meiner Sicht zeichnen sich derzeit zwei Entwicklungen beim Online-Marketing besonders stark ab: Der erste Trend ist das Cross-Device-Tracking. Da das Internet heute über viele verschiedene Endgeräte wie Smartphone, Desktop oder Tablet genutzt wird, wird die Erfassung der Multi-Device-Customer-Journey immer wichtiger. Der zweite Trend sind die Micro Moments und die Voice Search: „Micro Moments“, in denen Kunden spontan zum mobilen Gerät greifen, um nach Produkten oder Informationen zu suchen, nehmen ständig zu und werden sich in Zukunft zu einem Umsatzbooster entwickeln. Mobile Optimierung von Websites, Mikro-Sites und Landing-Pages bspw. über responsive und reactive Design sowie die Bereitstellung vom richtigen Content, um den User immer dort abzuholen, wo er sich gerade befindet, werden daher der Schlüssel zum Erfolg sein. In diesem Zusammenhang wird auch die Voice Search an Bedeutung gewinnen: Online-Marketer, die ihre SEA-Kampagnen auf Sprachsteuerung bzw. die Sprachsuche erweitern und relevanten, semantisch passenden und perfekt aufbereiteten Webcontent bereitstellen, werden sich langfristig Wettbewerbsvorteile sichern.

Über Smarketer

Smarketer gehört zu den führenden zertifizierten Full-Service AdWords-Agenturen in der DACH-Region. Das inhabergeführte Unternehmen bietet umfassende, mehrsprachige AdWords-Beratung in den folgenden Bereichen: Google Suche, Google Shopping, Google Display Netzwerk, Mobil, Remarketing und YouTube. Auch SEM-Schulungen und das Personalleasing „Rent a Smarketer“ gehören zum Firmenportfolio. Der Erfolg und die Kompetenz von Smarketer wurden mit dem Gewinn des Wettbewerbs „Google Grand Slam 2014“ geehrt, bei welchem das Unternehmen den höchsten Neukundenumsatz mit Google AdWords erzielen und sich gegen 2.000 Online-Marketing-Agenturen in der DACH-Region durchsetzen konnte. Smarketer wurde 2011 von dem Geschäftsführer und Inhaber David Gabriel in Berlin gegründet und beschäftigt aktuell 31 Mitarbeiter. Mehr Informationen unter <http://www.smarketer.de>

Pressekontakt:

Smarketer GmbH
Lisa Schäperklaus
Alte Jakobstraße 83/84
10179 Berlin
Tel.: +49 30 577 00 810
l.schaeperklaus@smarketer.de
<http://www.smarketer.de>