

Fallbeispiel: Leadgenerierung mithilfe der AdWords-Kampagnenform „Gmail Sponsored Promotions“ (GSP)

Betreuende AdWords-Agentur: Smarketer
Kunde: crediro.de

Smarketer (www.smarketer.de), die Full-Service-AdWords-Agentur und der aktuelle Sieger der „Google Partner Grand Slam Challenge 2014“ erklärt anhand eines Fallbeispiels aus der Finanzbranche wie erfolgreich eine GSP-Kampagne verlaufen kann und welchen Nutzen diese neue AdWords-Kampagnenform bringt.

Kurzbeschreibung:

Zwischen dem 11. Mai und 11. Juni 2015 hat die Kreditvermittlungsplattform crediro.de zusätzlich zu den klassischen Google AdWords-Anzeigen eine Gmail Sponsored Promotions-Kampagne (GSP) geschaltet. Das Ziel bestand darin, mehr Leads zu generieren – dabei jedoch nicht den von crediro.de festgelegten Preis pro Lead in AdWords zu übersteigen.



Das Ergebnis: Innerhalb des festgelegten Zeitraums konnte die Anzahl an Gesamtleads – die sowohl aus der klassischen AdWords- als auch aus der GSP-Kampagne resultierten – um 106,17 Prozent gesteigert werden. Die Klicks auf Brand Keywords crediro.de und crediro haben um 33 Prozent zugenommen, im Bereich der Brand Conversions konnte eine Steigerung von 38 Prozent verzeichnet werden.

Somit wurde das AdWords-Budget um 114 Prozent erhöht, 48 Prozent entfielen dabei auf Gmail Sponsored Promotions. „Bei klassischen Google-Suchkampagnen gestaltet sich das Verhältnis zwischen Klickpreisen und den erzielten Reichweiten in der Regel antiproportional zueinander: Je mehr man an die maximale Reichweite kommen will, desto teurer werden die Klickpreise“, erklärt David Gabriel, Geschäftsführer und Inhaber von Smarketer. „So ist es bspw. bei einer Verdopplung des Traffics von einer Vervielfachung der Klickpreise auszugehen. Im Fall unseres Kunden crediro.de hat jedoch, durch eine gekonnte Kombination aus klassischen Google AdWords und Gmail Sponsored Promotions, eine annähernde Verdopplung des AdWords-Budgets zur Verdopplung der Leads geführt. Der Preis pro Lead-Abschluss ist insgesamt nur um vier Prozent gestiegen und war damit ein voller Erfolg.“

Weitere Vorteile:

Mithilfe von Gmail Sponsored Promotions konnten nicht nur potenzielle Kunden erreicht, sondern auch zusätzliche Nutzergruppen angesprochen werden, die nicht direkt auf der Suche nach Finanzierungslösungen waren. Die enorme Reichweite und die guten Interaktionsraten mit den Werbemitteln (Klickrate auf Anzeige, Klicks zur Website, Gmail-Speicherungen und Gmail-Weiterleitungen) gepaart mit der fein granularen Ausrichtung nach bestimmten Kriterien, wie z. B. spezifischen Keywords, dem Alter und dem Geschlecht, haben in vollem Umfang überzeugt.

Vergleicht man nur die effektiven Klicks, die zur Website von crediro.de geführt haben, mit der Anzahl der generierten Leads, so wurden sehr hohe Konversionsraten von elf bis 35 Prozent je nach Ausrichtung erzielt. Diese Zahlen belegen die ausgesprochen gute Performance von Gmail Sponsored Promotions im Vergleich zu reinen Suchkampagnen in AdWords – vor allem bei Dienstleistern für Endverbraucher wie crediro.de, bei denen in der Regel Konversionsraten von zehn Prozent möglich sind. Dies zeigt, dass GSP aufgrund des sehr guten Targetings mit den Konversionsraten von Personen, die Google aktiv für die Suche nach Dienstleistern verwenden, mithalten kann und diese sogar deutlich übertrifft.

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>