



# Kunden googlen

Google-AdWords sind ein interessantes Instrument zur Kundengewinnung. Auch Handwerksbetriebe können davon profitieren.

**G**oogle-AdWords gehören heute zu den effizientesten Möglichkeiten der Kundengewinnung. Der Erfolg, den man damit erzielen kann, verblüfft immer wieder viele Handwerker. AdWords sind die Anzeigen in der rechten Google-Spalte. Der größte Vorteil der AdWords liegt darin, dass sie von Nutzern wahrgenommen werden, die aktiv auf der Suche sind. Denn wer bei Google z.B. »Schreiner München« eingibt, hat in der Regel einen konkreten Bedarf, der gedeckt werden möchte.

Die Erfahrung zeigt, dass Handwerker die AdWords nutzen, bereits innerhalb eines Monats spürbar mehr Anfragen über ihre Website generieren. Außerdem zeigt sich immer wieder, dass der so genannte CPL (cost per lead), also die Kosten pro Anfrage, bei AdWords deutlich niedriger ist als bei anderen

Werbemaßnahmen. Einige wesentliche Aspekte, die zu beachten sind:

**Suchbegriffe.** Sie legen selbst fest, zu welchen Suchbegriffen Sie gefunden



»Bei Google-Adwords zahlt man nur, wenn auch jemand auf die Anzeige klickt.«

Daniel Dirkes

werden möchten und zu welchen nicht. **Klickpreise.** Bei AdWords zahlen Sie nur, wenn auch jemand auf Ihre Anzeige klickt. Sie bestimmen einen Klickpreis,

den Sie maximal zu zahlen bereit sind, wenn ein User auf Ihre Anzeige klickt. Die Klickpreise sind im Handwerk (noch) recht niedrig. Schon ab 10 Cent können Sie in einigen Branchen gut platziert sein. Die Klickpreise unterscheiden sich aber von Region zu Region. Pauschal kann man sagen, dass in Großstädten die Preise (aufgrund der Konkurrenzsituation) höher sind.

**Einzugsgebiet.** Sie bestimmen selbst, in welchem Gebiet Ihre Anzeigen geschaltet werden sollen. Als regionaler Dienstleister können Sie z.B. festlegen, dass Ihre Anzeigen in Ihrer Stadt + 100 km Umkreis geschaltet werden.

**Erstellung.** Die Erstellung Ihrer AdWords-Kampagnen können Sie theoretisch selbst vornehmen. Unter <http://adwords.google.de> kann sich jeder kostenlos anmelden. In der Praxis kann es aber durchaus Sinn machen, einen Fachmann zu Rate zu ziehen.

## Worauf ist zu achten?

Mitentscheidend für den Erfolg Ihrer AdWords ist die Auswahl geeigneter Suchbegriffe. Wählen Sie nicht so viele wie möglich, nehmen Sie lieber weniger und achten auf gute Qualität. Lassen Sie sich nur zu Ihren direkten Leistungen finden. Ein Tischler, der sich zum Begriff »Haus bauen« finden lässt, weil er meint, dass ein Häuslebauer ja auch einen Tischler braucht, wird keinen Erfolg haben und nur unnötig Budget verbrennen.

Idealerweise schalten Sie zu jeder Gruppe von Suchbegriffen individuelle Anzeigen. Google druckt jedes Wort, das in der Suchanfrage und Ihrer Anzeige vorkommt fett. Und das führt dazu, dass Ihre Klickrate deutlich steigt, denn das menschliche Gehirn nimmt die fettgedruckten Worte schneller wahr. Sorgen Sie dafür, dass der Suchbegriff in Ihrer Anzeige immer ein- bis zweimal vorkommt. Ebenfalls sinnvoll ist die Platzierung von Handlungsaufforderungen wie »Jetzt Angebot einholen!« oder »Sichern Sie sich jetzt X«.

Mit einer guten Website und dem Einsatz von AdWords können Sie die Anfragen übers Internet vervielfachen – und das bereits mit kleinem Budget.

Daniel Dirkes, Artland Marketing  
[www.artland-marketing.de](http://www.artland-marketing.de)