

Wer sucht, der findet

Das mag eine Redensart sein, wer sucht, der findet. Im Internet stellt sich aber die Frage: Was wird gesucht? Und wer wird zuerst gefunden? Die Erfahrung zeigt, dass auch für KMU die Möglichkeit besteht, mittels suchmaschinenoptimierten Seiten sowie mit Google Ads Top-Positionen zu erreichen.

Wer sucht, der googelt. Aber es ärgert, wenn der andere zuerst ist. Wie kann ich ihn überflügeln?

Ivan Storchi: Google ist bestrebt, den Suchenden die relevantesten Ergebnisse zu präsentieren. Wer gesuchte Informationen interessant, umfassend und attraktiv anbietet, hat gute Chancen auf die vorderen Plätze. Kurz: Man muss genau die Information liefern, die gesucht wird.

Mit der Website unter meinem Firmennamen bin ich doch relativ gut aufgestellt...

Ja, wenn man davon ausgeht, dass die Kundinnen und Kunden den Firmennamen kennen und danach suchen, ist man schnell gut positioniert. Vielfach sind auf den oberen Positionen Google Ads (Online-Anzeigen) oder das Local Pack (Ortsinformationen) zu finden und erst dann erscheint der erste Suchtreffer. Ich empfehle den «Google My Business»-Eintrag, um nach oben zu kommen.

Was muss ich machen, damit ich auch unter anderen Suchbegriffen gefunden werde?

Am wichtigsten ist zu überlegen, mit welchen Produkten oder Dienstleistungen man in Business erfolgreich ist, und zu erkennen, mit welchen Begriffen danach gesucht wird. Basierend auf einer Analyse des Suchvolumens und des Konkurrenz-



Ivan Storchi, zertifizierter Google Ads Spezialist bei der Webtech AG, hat in den letzten Jahren unzählige Kampagnen konzipiert und umgesetzt. Sein Know-how und seine Erfahrung mit Online-Marketing garantieren optimale Ergebnisse.

drucks lässt sich die erfolgversprechendste Strategie festlegen.

Hat ein KMU jemals eine Chance auf eine Top-Position?

Ja, aber um für gewisse Suchbegriffe auf die Top-Position zu kommen, sind Google Ads unumgänglich. Diese lassen sich zielgruppengenaue nach Region, Alter, Geschlecht aussteuern.

Was kosten Google Ads?

Ein Klick kann wenige Rappen kosten, für gefragte Begriffe sind Klickkosten von 2 bis 7 Franken üblich. Mit fixen Tagesbudgets ist es möglich, auch mit kleineren Beträgen einzusteigen und den Erfolg dieser Werbeform zu testen. Ein Vorteil: Online lässt sich auswerten, was der eingesetzte Werbefranken bewirkt.

Webtech ist Google Partner.

Wie gehe ich vor, wenn ich meine Internet-Präsenz verbessern will?

Wir beschäftigen uns seit Jahren mit Online-Marketing und Google Ads, was auch unser Google-Partner-Zertifikat bestätigt. Kontaktieren Sie uns unverbindlich. Gerne hören wir Ihre Vorstellung an und unterstützen Sie bei der Umsetzung zielgerichteter Massnahmen.

5 Gründe, warum sich Google Ads lohnen

- Google Ads erreichen Personen dort, wo sie Informationen suchen
- Ihr Angebot erscheint sofort in Top-Position
- Sie legen fest, in welcher Region ihre Anzeige erscheint
- Sie zahlen nur, wenn auf Ihre Werbung geklickt wird
- Auch kleine Budgets erzielen Wirkung

Mehr Infos unter www.webtech.ch/ads

#webtech
online werbeagentur

Gitschenstrasse 9
6460 Altdorf
041 874 30 30
mail@webtech.ch
www.webtech.ch