

Hybrid-Strategie aus SEO und SEA stärkt Neukundengeschäft

Modernes Suchmaschinen-Marketing setzt gleichzeitig auf Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und auf bezahlte Keywordanzeigen (SEA) . Nur so kann eine maximale Sichtbarkeit und Reichweite in Google und Bing erzeugt werden, die sich rechnet. Dabei ist es wichtig bestimmte Reihenfolgen, Gewichtungen und Budgetentscheidungen zu treffen, die die individuelle Situation eines Unternehmens am Markt berücksichtigt. Neben dem Preis- und Konkurrenzdruck, der Gewinnmarge spielt auch die Innovationskraft des Unternehmens sowie eine aktuelle Webpräsenz eine bedeutende Rolle.

Ohne Strategie und einer ausgefeilten Planung der Targeting-Maßnahmen verlieren Unternehmen sonst unnötig Zeit, Search-Traffic und vor allem Marketingbudget. Um den Überblick zu behalten, können Unternehmen die Expertise von clickraum nutzen. Etwa wie sich effektiv Spitzenränge erreichen lassen und die Sichtbarkeit als Ganzes erhöht werden kann .Dafür ist es notwendig nicht nur das Suchvolumen, sondern auch die sog. "SERP Layout Ergebnisse" genauer zu betrachten. Hierzu gibt die SEM-Agentur nahe Frankfurt am Main die nötige Beratung und führt die SEO- und SEA-Maßnahmen in enger Abstimmung mit dem Webmaster bzw. der betreuenden Webagentur aus.

Oktober 2021 | Langen bei Frankfurt M., clickraum GmbH

- Pressemitteilung -

Das von Google praktizierte Nullsummenspiel zwingt Unternehmen bei der Generierung von Suchinteressenten strategisch vorzugehen und pragmatische Lösungen zu finden. Denn natürliche Suchtreffer und bezahlte Anzeigen liefern sich einen dauernden Wettstreit auf der ersten Suchergebnisseite. Das ist dort, wo über 95 Prozent des gesamten Suchmaschinen-Traffics (organische+ bezahlte Klicks) generiert werden. "Gewinnen die Ads bei der Klickrate hinzu , verlieren die Suchtreffer an Kraft und umgekehrt", sagt Tim Krebs, Geschäftsführer von clickraum. Durch die technischen Layout-Änderungen der Suchergebnisseiten (SERPs) u.a. mit Rich Features, Knowledge Panel sowie der Personalisierung sieht jede Suchergbnisseite anders aus. Zusätzlich führt Google von Zeit zur Zeit unangekündigte Layout-Tests durch, die ebenfalls Klickraten deutlich verändern können. Alleine die Präsenz von Google Ads reduziert die Klickrate der organischen Suchtreffer um 10 Prozentpunkte, das Knowledge-Panel sogar um 12 Prozentpunkte wie eine Studie von Sistrix aus dem Jahr 2020 ergab.

Organische Suchtreffer und Klickraten

"Für die SEO-Arbeit ist es enorm wichtig die Zusammenhänge zu verstehen und in die Planung einfließen zu lassen - vor allem dann, wenn das Marketingbudget schmal ist", so Krebs. Denn bei SEO liegen Wirkung und Wirkungslosigkeit sehr dicht zusammen. Alleine unter den ersten zehn organischen Suchtreffern variieren die Klickraten zwischen **28,5% bis 2,5%**. Der meiste Traffic auf der ersten Suchergebnisseite wird zwischen den Suchpositionen 1 bis 5 erzielt. Dort werden **75% aller Klicks** generiert. Auf die Plätze 6 bis 10 entfallen dagegen nur 13% der Klicks. Den Rest von 12% verbuchen Google Ads, Featured Snippets und andere Formate auf sich. Die tatsächliche Klickrate liegt bei SEA allerdings niedriger, da sich die Impressionen für ein Keyword auf die Anzahl aller Werbekunden aufteilen.

Ab wo wirkungsvolles SEO beginnt

Wichtig in der SERP-Betrachtung ist immer, wann die Suchmaschinen-Optimierung unter Wirtschaftlichkeitsaspekten beginnen, fortgesetzt oder eingestellt werden soll. Schließlich sind die Hebelwirkungen beim Besucherwachstum unter den ersten fünf Positionen enorm und reichen vom 0,5-fachen bis zum 4-fachen Traffic. Kurz und knapp kann man sagen, dass wirkungsvolles SEO ab Position 5 beginnt und dann besondere Anstrengungen erfordert, um in die besonders klickstarke Top-3 zu gelangen. Dabei ist es ratsam in Etappenzielen zu denken statt gleich nach dem Pokal greifen zu wollen.

Eine Tabelle der Zuwachsraten nach Suchtreffer-Position kann von der Website downgeloadet werden und hilft die zu erwartenden Traffic-Steigerung zu beziffern.

Google Ads schließt Lücken in der organischen Sichtbarkeit

Aber auch die Hinwendung zu mehr Google Ads ist sinnvoll, z.B. dann wenn die Suchmaschinenoptimierung eines Keywords trotz intensiver Bemühungen nach 2-8 Monaten keinen Aufstieg verzeichnet, sprich unterhalb der Schwelle zur ersten Suchergebnisseite bleibt. So kann mit Google Ads wenigstens ein kleinerer Teil des Suchmaschinen-Traffics auf optimierte Landingpages gelotst werden. "Dies trägt in der Regel immer noch mehr zum Neukundengeschäft bei als organische Suchtreffer auf der zweiten bzw. dritten Suchergebnisseite", so Krebs. Denn dort halten sich bekanntlich so gut wie gar keine Interessenten auf.

Keywords

Google SEO, Suchranking verbessern, Suchmaschinen-Optimierung, SEO-Agentur, SEO-Frankfurt, SEO-Darmstadt, taktisches SEO, Keyword, SEO-Klickraten, Google Ads, SERP, Suchtreffer, SEA-Klickrate, SEO vs. SEA, Suchmaschinen-Traffic, Suchmaschinen-Ranking

Mehr Informationen unter:

<https://www.clickraum.de/online-marketing-frankfurt>

clickraum GmbH

SEO · SEA · PPC · Social Media

Wilhelm-Umbach-Str. 14

63225 Langen (bei Frankfurt /Main)

Die clickraum GmbH bei Frankfurt/M. ist Spezialist für SEO, Inbound- und Performance Marketing. Clickraum macht aus Interessenten meßbare Conversions mit Hilfe von Ranking- und Sichtbarkeitsoptimierung in Google, Bing und Sozialen Netzwerken. Mit eigen-schöpferischen Dialogmitteln, Contents und technischen Anpassungen auf Corporate Websites werden zielgerichtet Sichtkontakte und natürliche Besucher in der Google Suche aufgebaut. Zu den Kunden der 2009 gegründeten Full-Service-Agentur zählen Unternehmen von klein bis groß, die erklärungsbedürftige Produkte oder Dienstleistungen für B2B- und B2C-Kunden anbieten. Branchenschwerpunkte, der zwischen Frankfurt und Darmstadt niedergelassenen Agentur bilden ICT-Unternehmen, Anwalts- und Steuerkanzleien, Immobilienmakler, Handwerk & Industrie sowie Kliniken und Arztpraxen.