



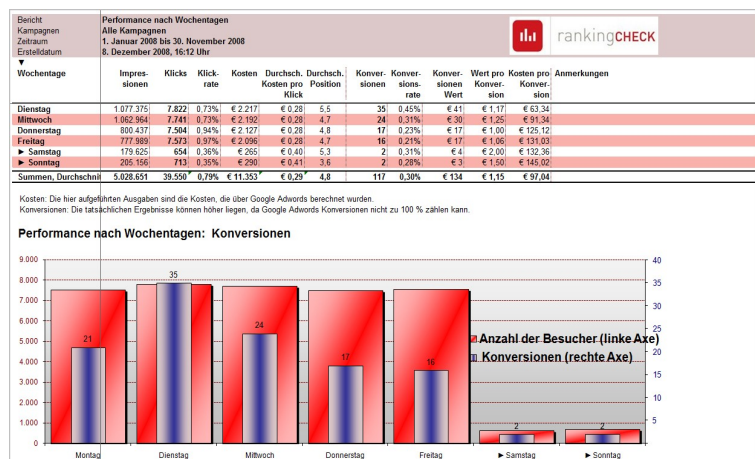
Personalisierte Reportings zur besseren Kommunikation zwischen Kunden & Agentur

Maßgebend für eine gute Optimierung ist das regelmäßige Reporting. Die Evaluierung der Kontenperformance verläuft bislang über das regelmäßige Abrufen von Berichten aus dem Adwords-Berichte-Center. Dabei ist es nicht möglich, mehrere Ebenen gleichzeitig einzusehen. Die Systeminterne Vergleichsanalyse ist unzureichend für die Auswertung der Interferenzen einzelner Parameter. Zudem kommunizieren Kunden und Kontenbetreuer Strategien und Ziele nicht immer auf Basis identischer Berichte, da einzelne Berichte mit divergierenden Parametern abgerufen werden.

Wir haben lange Zeit mit der Zusendung von monatlichen Google-Berichten an Kunden versucht, die gemeinsame Kommunikationsbasis zu bilden. Die vermittelten Daten auf Kampagnenebene sind unserer Meinung nach aber nicht wirklich ausreichend. Sie gewährleiten keinen ausreichend detaillierten Einblick.

Ab Februar 2009 arbeiten wir mit einem eigenen **Reporting System, das personalisiert auf jedes Kundenkonto angepasst werden kann.** Das Reporting ruft Adwords-Daten über die API Schnittstelle ab und fügt diese in eigens programmierte Templates ein. Daten können synchron abgefragt und eingefügt werden.

In den Auswertungen sind **Top- & Flop -Keywords oder Anzeigentexte direkt markiert.** Vergleiche mit Vormonaten sind ebenfalls auf einem Blick möglich. Und es ist sogar erkennbar, **wie sich die Konversionen auf die einzelne Wochentage verteilt haben.** Unzureichende Google Berichte gehören damit der Vergangenheit an.



Wo wenden wir das neue Reporting an?

Da die Anwendung des personalisierten Reportings recht aufwendig ist, haben wir einen internen Kriterienkatalog angelegt, nachdem wir die Kunden auswählen, bei denen das System angewendet werden kann. **Bei Fragen wenden Sie sich an Ihren Ansprechpartner!**

Searchmetrics: Professionelle Suchbegriff- & Ranking Analyse

Stellen Sie sich vor, Sie könnten **Ihre Domains, Keywords und Mitbewerber problemlos überwachen**. Das geht! Searchmetrics ist der führende Anbieter von integrierten Search Analytics Lösungen. Die Searchmetrics Suite **erkennt und verfolgt, welche Positionen Ihre Seiten zu welchen Suchbegriffen und Kombinationen in den Ergebnislisten der wichtigsten Suchmaschinen haben** und warum bestimmte Positionen besonders gut oder besonders schlecht sind. Darüberhinaus weist es auch das **Trafficpotenzial von Suchbegriffen** aus und gibt an, welche **Keywords an der Schwelle zur einer SERPS-Position auf Seite 1 stehen**. Es fragt auch zurückliegende Perioden ab und verfügt über eine **komplette Backlinkanalyse** mit Hilfe einer eigenen Crawlertechnologie. Dieses Wissen ermöglicht Ihnen unter anderem die Identifikation und Belegung aller für Sie relevanten und Erfolg versprechenden Schlüsselworte.

Die Applikation steht **ohne Implementierungsaufwand, zu jeder Zeit und praktisch an jedem Ort zur Verfügung**. Namhafte Referenzkunden wie ZEIT, ProSieben, ImmoWelt, buecher.de, bild.de oder golem.de belegen den hohen Nutzwert dieser Software-Suite. Professionelle Suchmaschinenoptimierung ist ohne die **Searchmetrics Suite** heute praktisch nur noch schwer möglich.

rankingCHECK arbeitet schon mit der Analyse Suite und kann Ihnen als Partneragentur von Searchmetrics Vergünstigungen für Ihre Anwendung verschaffen. Die Searchmetrics Suite gibt es in **drei Ausführungen. Das Basispaket deckt 10 Domains und 100 Keywords und kann für etwas über 1000,- € gebucht werden.**

Benefits von Search Analytics

- Effizienzsteigerung von Online Marketingstrategien
- Transparente Wettbewerbsbeobachtung
- Budgetentlastende Analysen
- Dramatische Reduktion des laufenden Aufwands zur Gewinnung von SEO & SEM Daten
- Automatisierung regelmäßiger Reportings
- Umfassendes Controllinginstrument für SEO & SEM Projekte

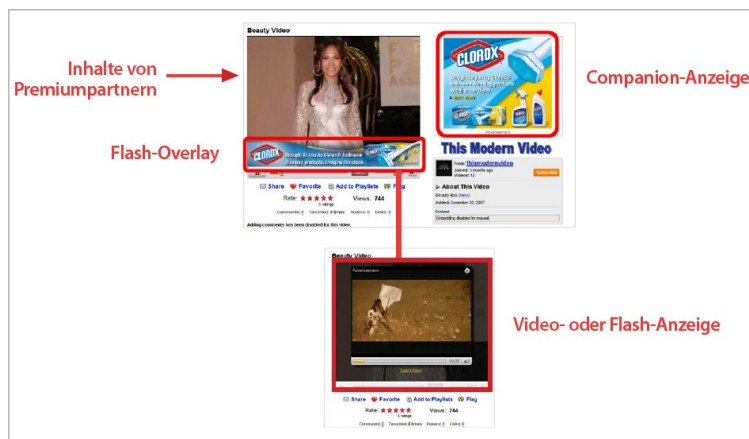


Wenn auch Sie nicht auf **Searchmetrics** verzichten möchten, wenden Sie sich an Ihren Ansprechpartner bei rankingCHECK. Dieser informiert Sie gerne im Detail über alle Module und Ausführungen der Searchmetrics Analyse und kümmert sich auch um die Vermittlung und die Vergünstigung. **Weiter Informationen finden Sie auf der Homepage www.searchmetrics.com.**

YouTube - InVideo Ads

www.YouTube.com, www.Clipfish.de und www.MyVideo.de haben in den letzten 2 Jahren ununterbrochen an Popularität gewonnen. Nach einer Studie von Advertising.com konsumiert die Hälfte der Online-Nutzer regelmäßig Online-Videos. Alleine **YouTube Deutschland verbuchte im Jahresrückblick Anfang 2008 ganze 7,9 Millionen Unique User, eine 45%ige Wachstumsrate zu den Daten im Vorjahr.** Damit ist die Reichweite von YouTube.de genauso groß wie die von Clipfish.de und Myvideo.de zusammen. **Tendenz steigend!**

Für Werbetreibende ergeben sich daraus völlig neue Möglichkeiten. YouTube bietet seit Kurzem auch für deutsche Adwords-Kunden, die Möglichkeit, über das System mit **InVideo Ads zu werben.** Diese Werbemaßnahme wird in den Vereinigten Staaten schon seit über einem halben Jahr für **Produkteinführungen und Branding** eingesetzt und verbucht große Erfolge.



Was sind InVideo Ads?

InVideo Ads sind animierte Flash Overlays, die nach 15 Sekunden im Hauptvideo, das sich ein User ansieht, erscheinen. Die Overlays können auch ausschließlich aus reinem Text bestehen. Sollte der User die InVideo-Anzeige nicht anklicken, wird sie nach ca. 10 Sekunden wieder ausgeblendet. Bei

Anklicken allerdings spielt sich ein Werbevideo ab und das eigentliche Hauptvideo verbleibt im pausierten Zustand. Nach Beendigung des Werbevideos läuft das Hauptvideo automatisch weiter. **Gleichzeitig wird rechts von dem Videofenster ein 300 x 250 großer Banner (Companion-Anzeige=Begleitanzeige) des Produkts eingeblendet, welches das Branding verstärkt und dem User weitere Informationen vermittelt.**

Mit der **Nutzung einer Click-Through-URL, die optional verwendet werden kann,** wird der User durch den Klick auf die InVideo-Anzeige auf eine gewünschte Zielseite geleitet. Auch durch den Klick auf die Companion-Anzeige gelangt der User auf die entsprechende Zielseite.

Worin bestehen die Vorteile?

Im Verhältnis zu Bannern oder Pop-Ups erreichen InVideo Ads wesentlich höhere Klickraten. Mit InVideo Ads erreichen Sie Ihre Zielgruppe einfach und schnell, indem Sie das Buchen der die Placements beispielsweise mit bestimmten Inhalten kombinieren oder mit den soziodemografischen Merkmalen des Zielpublikums versehen. **Gezahlt wird pro Klick, nicht für die reine Einblendung!**

Adwords-Konten müssen für die Nutzung von InVideo Ads manuell freigeschaltet werden. Wenn Sie sich dafür interessieren, sprechen Sie bitte Ihren Kundenberater an. **Sie würden dann zu den ersten Werbekunden in Deutschland für InVideo Ads gehören!**