

## PRESSEMITTEILUNG

### Die 10 teuersten Fehler bei der Optimierung von SEM-Kampagnen

#### ***Bis zu 50 Prozent Conversion-Steigerung möglich / Adwords-Kunden „verschenken“ ihr Budget / intelliAd gibt 20 Optimierungstipps auf Facebook***

München, 11. Februar 2010 – Nahezu alle SEM-Kampagnen bergen immenses Optimierungspotenzial, haben die Experten der Bid-Management-Software intelliAd ermittelt. „Aus Erfahrung wissen wir, dass durch die Vermeidung von Optimierungsfehlern eine Steigerung der Verkäufe oder Leads um bis zu 50 Prozent möglich ist – und das bei konstanten Google-Kosten. Das kann schon mal einem entgangenen Umsatz von 30.000 bis 40.000 Euro pro Monat für einen mittelgroßen Google-Kunden entsprechen“, schätzt Wolfhart Fröhlich, CEO der intelliAd Media GmbH.

Um SEM-Managern eine Checkliste an die Hand zu geben, wo noch verborgenes Potenzial brachliegt, hat intelliAd jetzt eine Liste der 10 häufigsten und auch teuersten Fehler bei der Optimierung von SEM-Kampagnen zusammengestellt.

Die meisten Fehler werden zum einen bei der Struktur (Gebote, Adtexte oder Keywords), zum anderen bei der Performance-Bewertung gemacht.

1. Unregelmäßige Auswertung und Regelung der Gebote führen zu falschen Rückschlüssen bei der Performanceeinschätzung und Gebotsoptimierung.
2. Zu große, inhomogene Anzeigengruppen mit vielen Keywords für wenige Anzeigentexte führen tendenziell zu einer niedrigen Klickrate, einem schlechten QualityScore und damit langfristig zu höheren CPCs.
3. Die Landingpages passen nicht zum Anzeigentext. Das führt zu schlechten Conversion-Rates.
4. Zu wenige, zu breit angelegte Kampagnen (etwa teure Produkte und Zubehör in einer Kampagne) führen bei der üblichen Betrachtung der Performance auf Kampagnenebene zu verwaschenen, falschen Schlüssen.
5. Ein zu stark limitiertes oder zu früh aufgebrauchtes Tagesbudget widerspricht dem Performance-Gedanken des SEM.
6. Pauschales Einbuchen von Keywords auf „Broadmatch“ und die Missachtung der tatsächlichen Suchanfragen führen zum Einkauf von nicht performantem Traffic.
7. Die Missachtung von Conversion-Ketten und nachlaufenden Conversions verhindert eine valide Bewertung von Keywords.
8. SEM-Manager richten sich fälschlicherweise nach einem pauschalen oder auch veralteten CPO, statt den ROI als Zielgröße zu verwenden.
9. Brand-Effekte werden falsch bewertet und Klicks auf die Marke zu teuer eingekauft.

10.Placements innerhalb des Content-Netzwerkes werden entweder gar nicht analysiert oder nicht systematisch optimiert.

Analog zu den gängigsten Fehlern startet das Unternehmen auf [Facebook eine 4-Wochen-Serie mit täglich einem Optimierungstipp](#). „Wer alle Tipps beherzigt, kann in einem Monat deutlich mehr aus seinem SEM-Budget machen“, verspricht Fröhlich.

intelliAd ist Anbieter einer Software zur Kampagnen-Verwaltung und zum automatischen Gebotsmanagement von Suchmaschinenmarketing-Kampagnen (SEM).

## **Links:**

Zu den Optimierungstipps auf Facebook: <http://www.facebook.com/intelliAd>

## **Über intelliAd:**

Die intelliAd Media GmbH ist ein unabhängiger Technologie-Anbieter mit Sitz in München. intelliAd ist eine Bid-Management-Software zur Optimierung und Verwaltung von Suchmaschinenmarketing-Kampagnen (SEM). Mit intelliAd können Werbungtreibende und Agenturen die Effizienz ihrer Kampagnen um bis zu 30 Prozent steigern. Dabei legt jeder Kunde seine individuelle Bietstrategie fest und kann zwischen einem halb- oder vollautomatischen Gebots-Management wählen. [www.intelliad.de](http://www.intelliad.de)

## **Pressekontakt:**

[Frau Wenk +++ PR & Marketing für die digitale Welt](#)

Andrea Wenk

Tel.: 040 4321 86 50

E-Mail: [intelliad@frauwenk.de](mailto:intelliad@frauwenk.de)