

AdWords

www.markenwebseite.de Landingpage der Kampagne – Bereich Onlinegebrauchtwagenbörsen, Deutschland



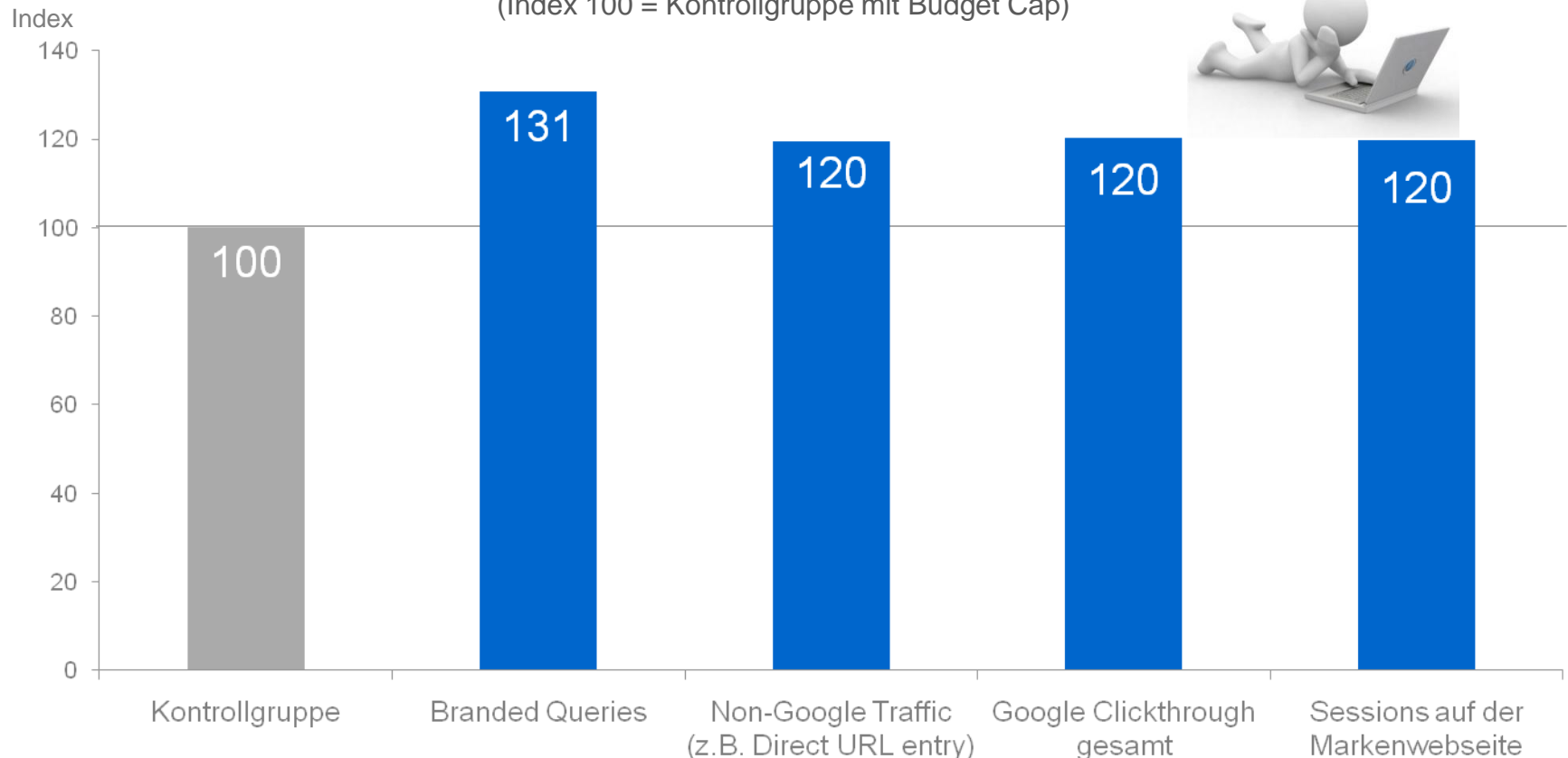
Steigerung der Markenrelevanz durch AdWords



- AdWords Experiment: Auswirkung erhöhter AdWords Impressions durch Aufhebung des Budget Caps bei einer Live-Kampagne im GfK WEP
- Steigerung des Website-Traffics durch mehr Präsenz im Relevant Set

Indikatoren für die Markenpräsenz im Relevant Set

(Index 100 = Kontrollgruppe mit Budget Cap)



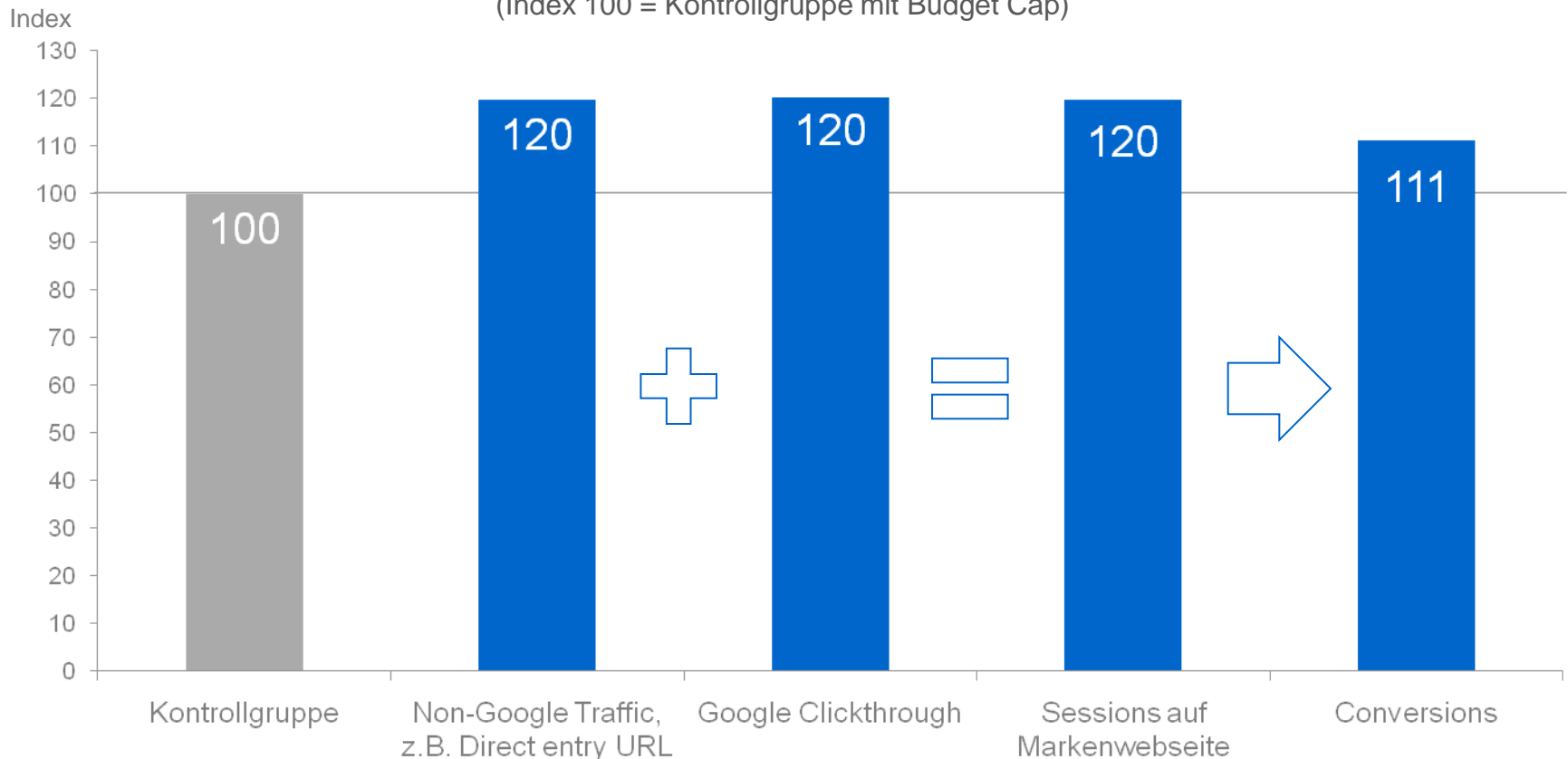
Mehr Traffic = mehr Conversions



- Die erhöhte Sichtbarkeit auf AdWords steigert den Traffic auf der Markenwebseite direkt und indirekt und resultiert letztlich in einer Steigerung der Conversions

Erfolgsindikatoren für die Marke

(Index 100 = Kontrollgruppe mit Budget Cap)



Mehr Traffic = mehr Conversions (Nettobasis)



- Erhöhte Sichtbarkeit auf AdWords steigert den Traffic auf der Markenwebseite direkt und indirekt, resultiert letztlich in einem Anstieg der Conversions
- Allerdings kommen nur über Google zusätzliche Personen auf die Webseite

Erfolgsindikatoren für die Marke

(Index 100 = Kontrollgruppe mit Budget Cap)

