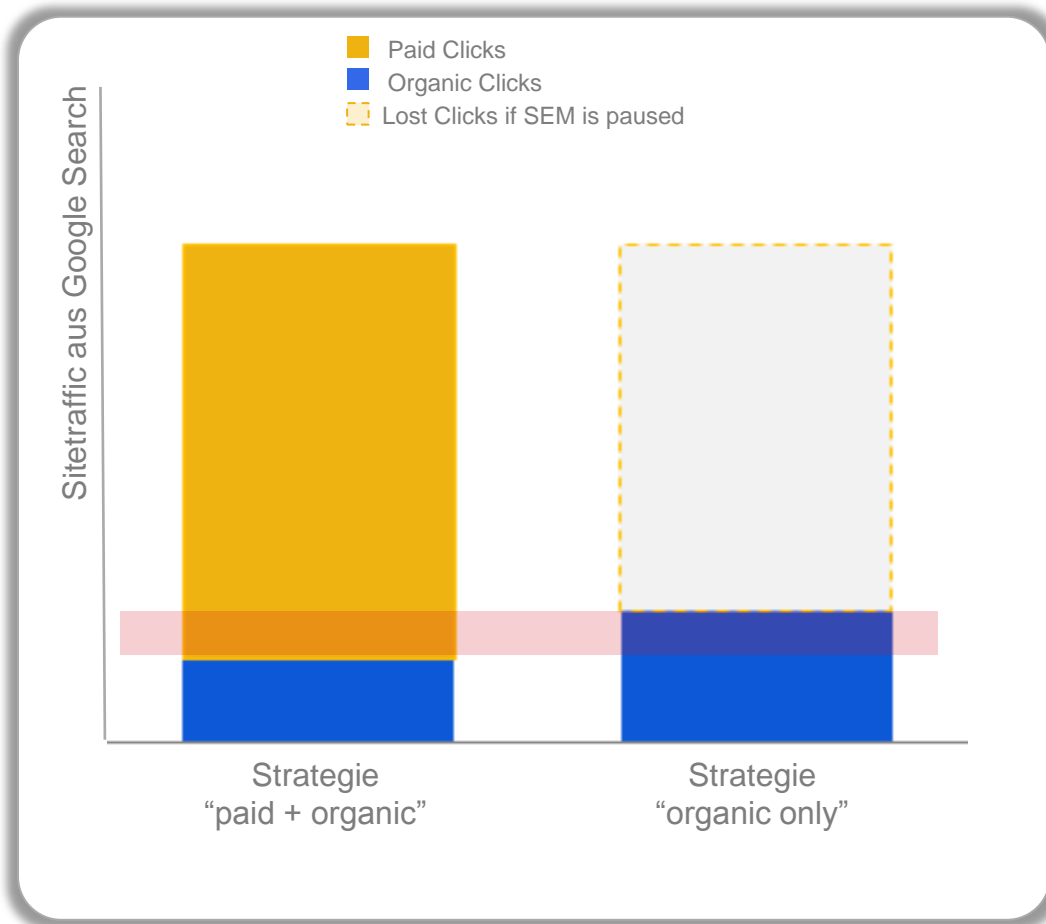


AdWords sichert zusätzlichen Traffic



- Ohne SEM kommt es nur zu einem leichten Anstieg organischer Klicks, 89% der paid clicks gehen jedoch verloren.



Ein Verzicht auf paid search führt also zu massivem Trafficverlust.

Organic traffic kann den Wegfall von paid traffic nicht kompensieren.

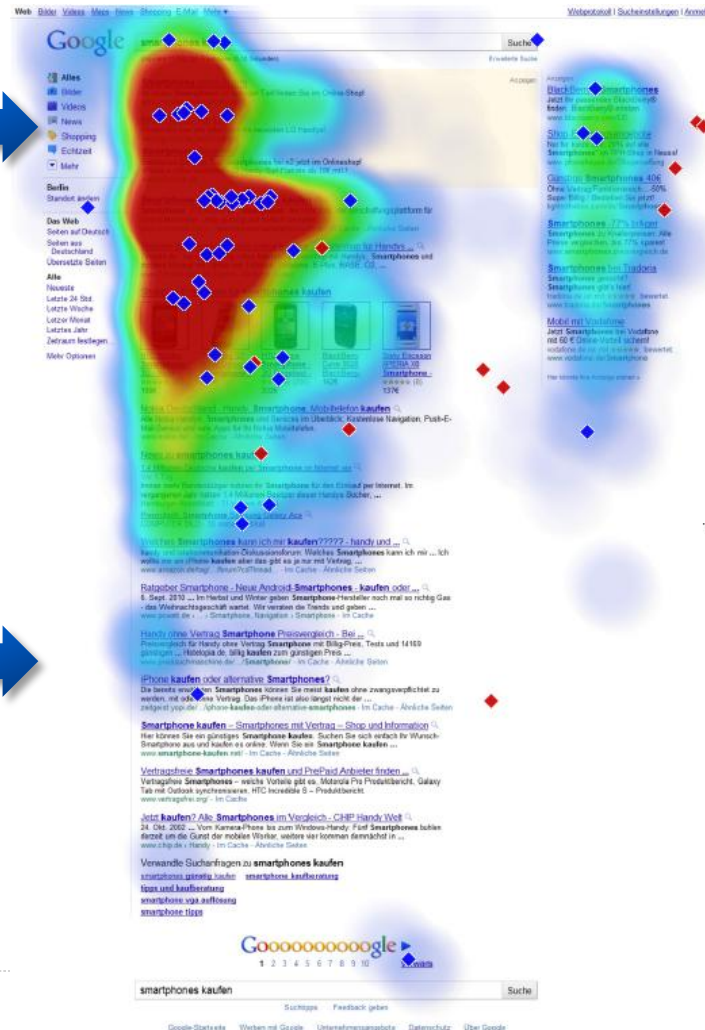
Betrachtung einer Suchergebnisseite

- Ein Grund: im Betrachtungsfokus liegen die Anzeigen in der Top Position, Anzeigen oben rechts und nur relativ wenige organische Suchergebnisse

Starker Fokus auf den Top Sponsored Ergebnissen



Kaum Fokus auf organischen Ergebnissen „below the fold“

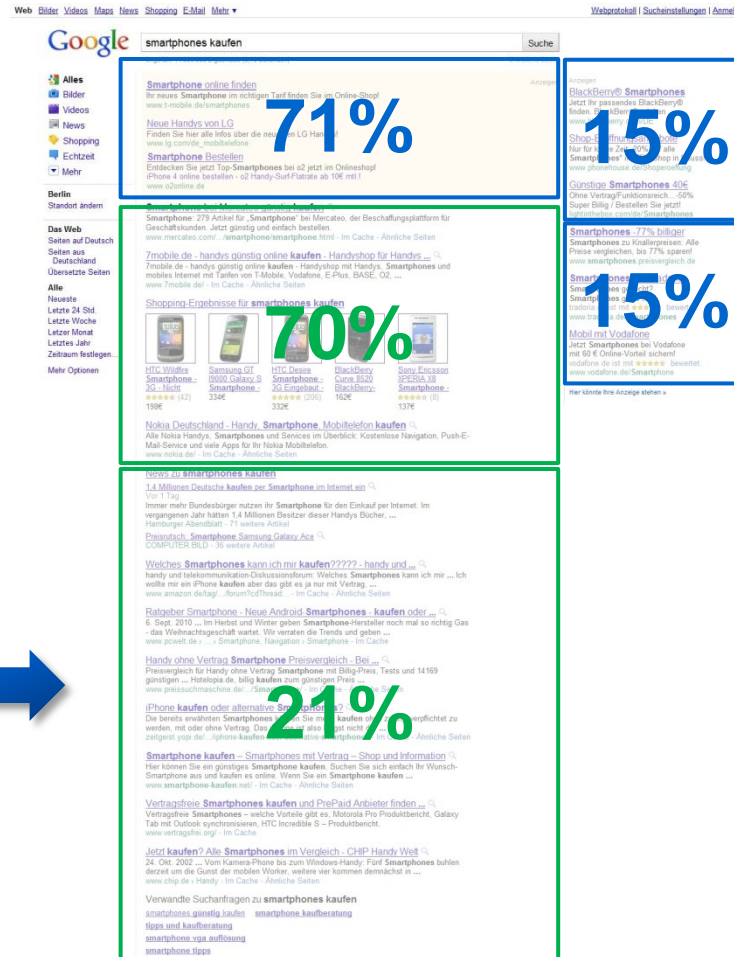


Rechte Seite wird intensiver betrachtet, als organische Ergebnisse „below the fold“



Verteilung der Aufmerksamkeit

- Auf der stationären Suchergebnisseite schauen 71% der Besucher auf die Top 3 AdWords Anzeigen – weitere 30% auf die seitlichen Anzeigen.



Nur 21% der Aufmerksamkeit entfällt auf einfache organische Ergebnisse



Verteilung der Aufmerksamkeitsdauer

- Die Top Sponsored Ergebnisse werden durchschnittlich 2,5 Sekunden betrachtet – organische Ergebnisse weiter unten gerade einmal 0,2 sek.

