

# **Merkblatt**

## **Google Online Marketing Challenge 2015**

Luzern, Januar 2015  
Seite 1/2

### **Merkblatt zur Google Online Marketing Challenge 2015 für interessierte Unternehmen**

#### **Um was geht es?**

Die Google Challenge ermöglicht Studierenden im Rahmen des Studiums eine eigene Online Marketing-Kampagne für ein ausgewähltes Unternehmen zu gestalten und durchzuführen. Google stellt dabei jedem Team ein Kapital von voraussichtlich 250 Dollar zur Verfügung. Für die Unternehmen ist die Teilnahme kostenlos.

Hauptaufgabe der Studierenden ist es, mittels geeigneter Strategie und dem Online-Marketingtool **Google AdWords** (<http://adwords.google.com/>) innerhalb drei Wochen möglichst viele Interessenten auf die Website des zugeteilten Unternehmens zu bringen. Dazu müssen die Studierenden ein Strategiepapier erarbeiten, die Kampagne aufsetzen sowie durchführen und am Ende einen rund 10-seitigen Schlussreport bei Google einreichen.

Die Google Challenge wird einerseits von Google extern bewertet, zählt andererseits aber auch als Leistungsnachweis im Modul Online-Kommunikation.

#### **Wie profitiert mein Unternehmen davon?**

Sie können erste Erfahrungen mit Google AdWords sammeln, ohne dafür Werbemittel investieren zu müssen. Google AdWords bietet einem Unternehmen folgende Vorteile:

##### **1. Gezielte Anzeigenausrichtung**

Unternehmen können Ihre Werbung direkt potenziellen Kunden präsentieren, die bei Google suchen. Auch wenn die Webseiten bereits in den Suchergebnissen von Google zu finden sind, können Unternehmen mithilfe von AdWords gezielt neue Zielgruppen bei Google und im Google-Werbenetzwerk ansprechen.

##### **2. Bessere Kontrolle**

Unternehmen können Ihre Anzeigen und Ihr Budget verändern, bis sie die gewünschten Ergebnisse erhalten. Ausserdem haben sie die Möglichkeit, unter einer Vielzahl von Anzeigenformaten auszuwählen, und können Anzeigen auf bestimmte Sprachen und geografische Regionen ausrichten.

##### **3. Messbarer Nutzen**

Es gibt keine vorgeschriebenen Mindestausgaben oder Mindestlaufzeiten. Und mit der Preis-pro-Klick-Zahlungsoption entstehen nur Kosten, wenn Nutzer tatsächlich auf eine Anzeige klickt. Somit wird jeder eingesetzte Franken direkt in die Gewinnung neuer Kunden investiert.

#### **Was sind die Teilnahmebedingungen?**

Für die Teilnahme an der Google Challenge muss Ihr Unternehmen zwingend folgende Bedingungen erfüllen (unter Vorbehalt von Änderungen von Google):

- Das Unternehmen verfügt über eine eigene Website.
- Das Unternehmen hat in den vergangenen 6 Monaten nicht mit Google AdWords gearbeitet.

### **Zu was verpflichte ich mich, wenn ich an der Google Challenge teilnehme?**

Für ihr Unternehmen entstehen keine Kosten. Sie müssen bereit sein, dem Studententeam telefonisch oder persönlich einige Angaben über ihr Unternehmen zu machen und während der Kampagnendauer für Rückfragen zur Verfügung stehen. Ideal wäre, wenn Sie sich auch Zeit nehmen, Feedbacks zur gewählten Strategie zu geben. Die Arbeit wird von den Studententeams erledigt, gute Unterstützung kann die Kampagne und deren Erfolg erfahrungsgemäss jedoch sehr bereichern.

Zum Abschluss des Semesters präsentieren die Studierenden die Resultate der Google Challenge. Selbstverständlich sind Sie dazu herzlich eingeladen. Sie sind jedoch nicht verpflichtet, bei den Präsentationen anwesend zu sein. Wir freuen uns aber über alle anwesenden Vertreter von teilnehmenden Unternehmen.

### **Verpflichtet mich die Teilnahme mit Google zu arbeiten?**

Nein, es besteht keine Verpflichtung, weiter mit Google zu arbeiten. Allerdings wird Google im Anschluss an die Kampagne versuchen, ihr Unternehmen für den Einsatz von Google AdWords zu gewinnen. Eine weitere Zusammenarbeit ist jedoch freiwillig.

### **Welches sind die Eckdaten?**

Das Semester startet Mitte Februar. Die Studierendenteams haben bis Mitte Mai Zeit die Kampagne auszuarbeiten, während drei Wochen für Sie durchzuführen und einen entsprechenden Report zu erstellen. Weitere wichtige Daten sind:

- Anmeldung bis **spätestens 27. Januar 2015**
- Schlusspräsentationen Ende Mai 2015

### **Wie melde ich mein Unternehmen an?**

Melden Sie sich mit dem beiliegenden Formular bei uns an. Eva Moosbrugger nimmt Ihre Anmeldung gerne elektronisch (eva.moosbrugger@hslu.ch) entgegen.

Anschliessend werden wir prüfen, ob sich Ihr Unternehmen für die Teilnahme eignet und uns bei Ihnen melden. Falls Sie noch Fragen haben, melden Sie sich bitte bei Seraina Mohr, Leiterin CC Online Kommunikation, 041 228 99 52 oder seraina.mohr@hslu.ch.

### **Wie bereite ich mich optimal vor?**

Damit der Erfolg der AdWords-Kampagne bestmöglich gemessen werden kann, ist es von grossem Vorteil, wenn die teilnehmenden Unternehmen Google Analytics als Messinstrument installiert haben.

Unternehmen, welche Google Analytics noch nicht aktiviert und einen entsprechenden Code in der Unternehmens-Website integriert haben, finden im Internet unter <http://www.google.ch/analytics/> die entsprechenden Informationen.