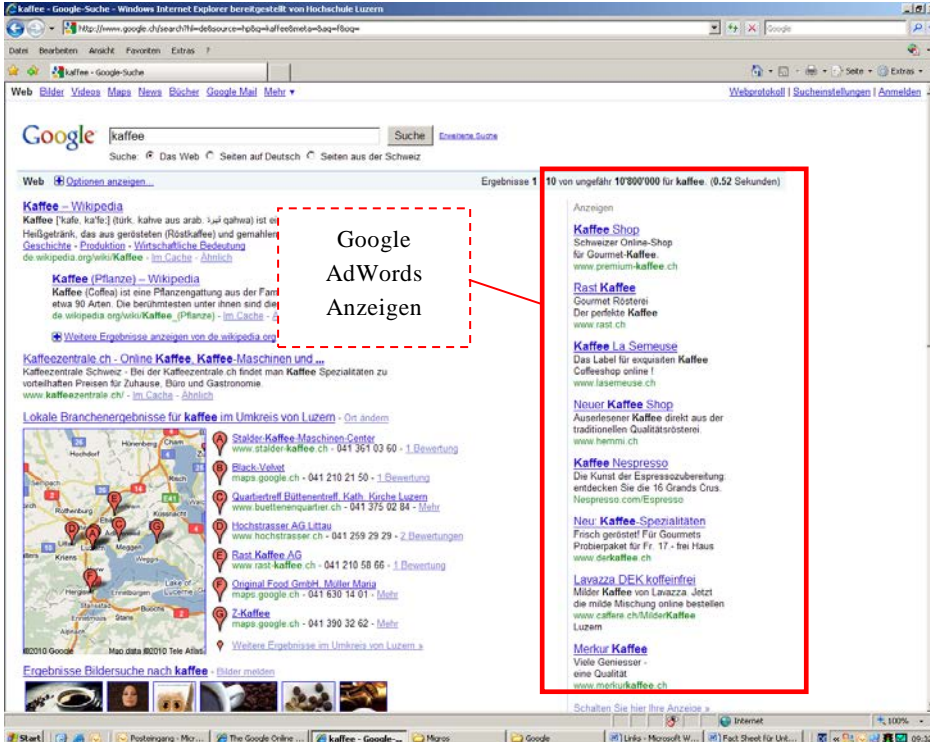


Fact Sheet für Unternehmen zur Google Online Marketing Challenge 2016

Wissenswertes zur Google Online Marketing Challenge 2016

<p>Google AdWords</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Google AdWords sind die am Rand des Google-Suchmaschinenfensters aufgeführten Anzeigen. Sie werden abhängig von gewählten Suchwörtern (Keywords) eingeblendet. Der Werbende definiert eine kleine Anzeige mit Suchwörtern bei denen die Anzeige erscheinen soll. Interessierte Personen gelangen durch das Anklicken der Anzeige auf die Website des entsprechenden Unternehmens. Die Anzeige selber verursacht noch keine Kosten. Erst wenn eine interessierte Person auf die Anzeige klickt und somit auf die Website des werbenden Unternehmens gelangt, entstehen Kosten. 
<p>CPC (Cost per Click)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Für jeden Klick einer interessierten Person auf die Anzeige bezahlt das Unternehmen. Mit der Kennzahl CPC (Cost Per Click) definiert das Unternehmen einen Maximalbetrag, den es für einen Klick zu bezahlen bereit ist. Je höher der festgelegte Betrag umso besser ist die Position der Anzeige auf der Suchmaschinen-Website.
<p>Tagesbudget</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Da man nie weiss, wie viele Klicks an einem Tag anfallen werden und somit der zu bezahlende Betrag schnell mal ansteigen könnte, hat das Unternehmen die Möglichkeit ein maximales Tagesbudget zu definieren. Wird dieser Betrag erreicht, werden für den Rest des Tages keine Anzeigen mehr geschaltet und es entstehen keine zusätzlichen Kosten.

Keywords	<ul style="list-style-type: none">• Die Keywords bestimmen, wann eine Anzeige erscheinen soll. Sie werden vorgängig vom werbenden Unternehmen festgelegt. Und wenn irgendeine Person im Internet nach einem dieser Wörter sucht erscheint die Anzeige auf der Suchmaschinenwebsite.
Ad Rank	<ul style="list-style-type: none">• Der AdRank gibt die Position an, auf welcher eine Anzeige im Rahmen der Suchmaschinenseite erscheint. Er hängt von der Qualität der Keywords und der Anzeige selber ab aber auch davon, wie viel ein Unternehmen pro Klick zu bezahlen bereit ist.
CTR (click-through rate)	<ul style="list-style-type: none">• Die CTR (click-through rate) ist das Verhältnis zwischen der Anzahl Klicks und der Menge wie häufig eine Anzeige auf der Suchmaschinenseite geschaltet wird. Würde jedes Mal wenn die Anzeige auf der Website erscheint jemanden draufklicken, dann wäre die CTR 100%. Dies ist jedoch fast unmöglich. <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;">$\text{CTR} = \text{„Anzahl Klicks“} / \text{„Menge wie häufig Anzeige geschaltet wurde“} \times 100$</div>
Weitere Informationen	<ul style="list-style-type: none">• Zusätzliche Informationen zur Google Challenge oder allgemein zu Google AdWords dürfen Sie der Website oder dem Google Challenge Student Guide entnehmen:<ul style="list-style-type: none">→ adwords.google.ch oder adwords.google.com→ http://www.google.com/onlinechallenge/discover/index.html