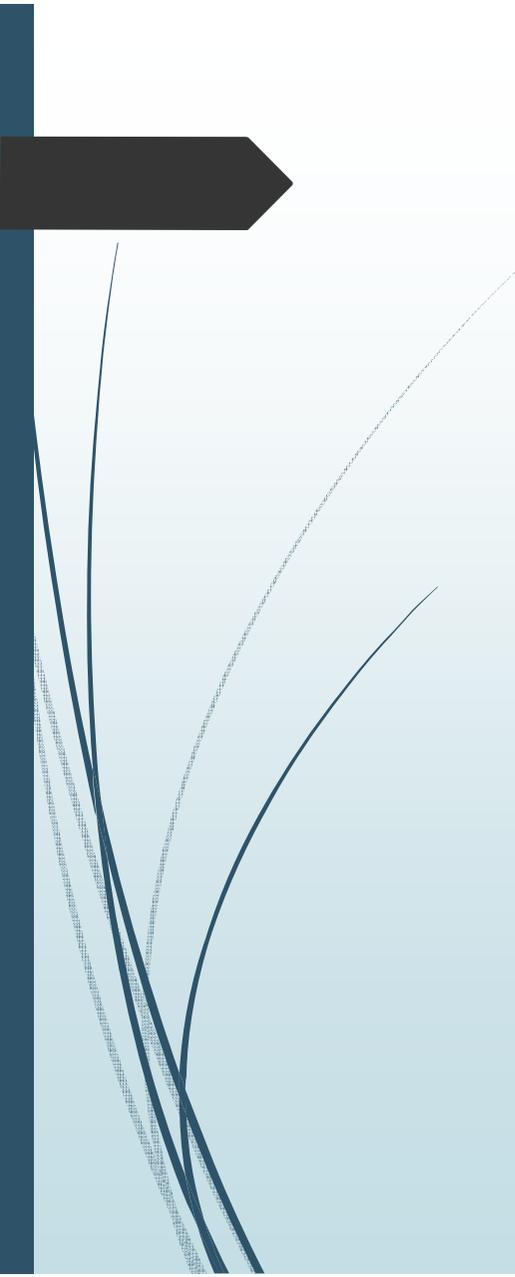




Liveworkshop 1 PPC Traffic Bootcamp

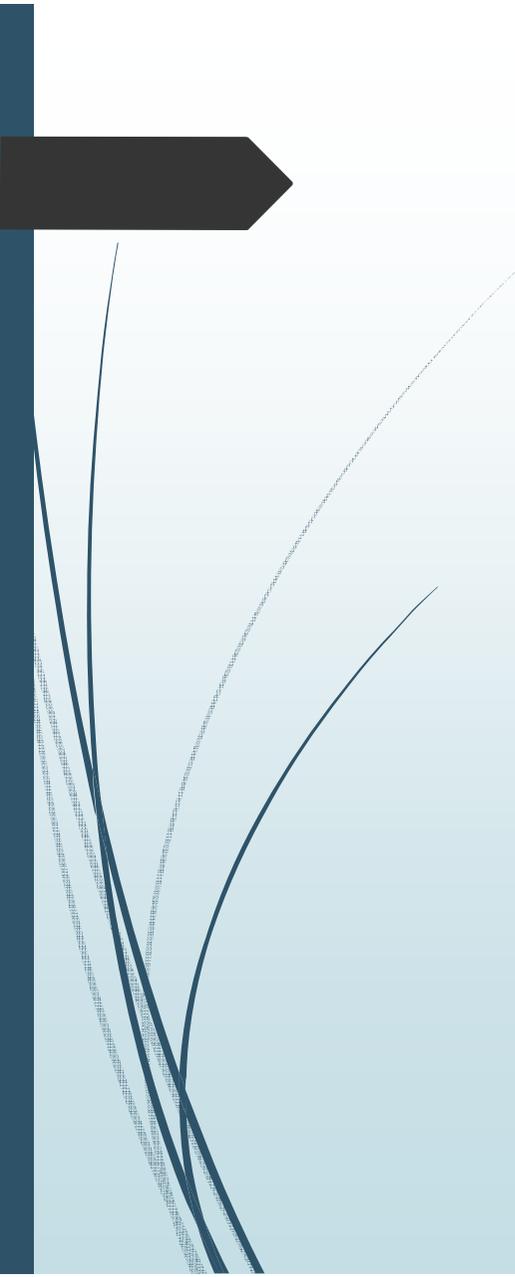
Pay per Click Grundlagen



Grundbegriffe

1. CPC = Kosten pro Klick
2. CPM = Kosten per Tausend Views
3. CPA = Kosten per Aktion

4. Lifetime Customer Value



Grundbegriffe

Cost-per-Click

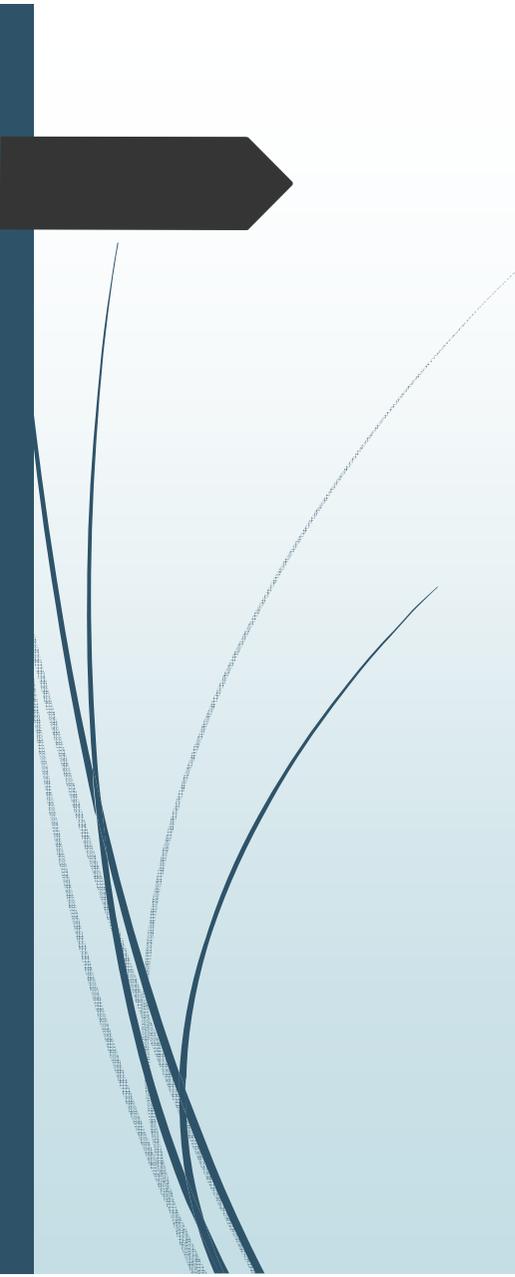
ist eine Abrechnungsmethode die nur dann Kosten verursacht, wenn der angesprochene Nutzer einen Klick auf die Anzeige bzw. das Werbebanner durchgeführt hat.

Aufgrund des Klicks kommt der Besucher auf eine vorab definierte Landingpage/Webseite

Vor- und Nachteile von CPA

CPC ist eine kostengünstige Methode

Der Erfolg einer CPC Kampagne hängt sehr stark von der Landingpage bzw. Produkt ab



Grundbegriffe

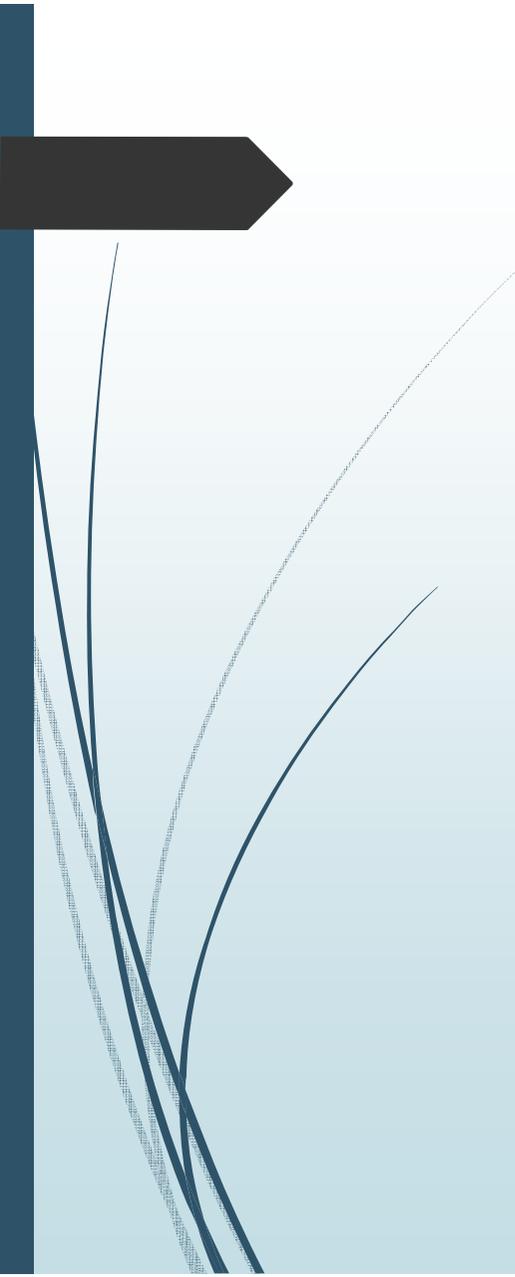
CPM -Cost-per-Tausend

ist eine Abrechnungsmethode die dann Kosten verursacht, wenn bei dem angesprochenen Nutzer die Anzeige bzw. das Werbebanner eingeblendet wird.

Vor- und Nachteile von CPM

CPM ist eine kostengünstige Methode

Der Erfolg einer CPM Kampagne hängt sehr stark von der Anzeige und der Landingpage bzw. Produkt ab



Grundbegriffe

Cost-per-Action

ist eine Abrechnungsmethode die nur dann Kosten verursacht, wenn der angesprochene Nutzer eine bestimmte Handlung durchgeführt hat. Eine vorher definierte Handlung kann beispielsweise das Ausfüllen eines Formulars, die Registrierung für einen Newsletter oder ein Onlinekauf sein.

Vor- und Nachteile von CPA

CPA ist eine kostenintensive, aber äußerst effektive Methode

Sie müssen nur dann eine Vergütung zahlen, wenn der umworbene Nutzer eine vorher definierte Handlung auf der Website des Werbetreibenden durchführt.

CPA ist also für den Werbetreibenden im Vergleich zu anderen Abrechnungsmethoden wie [CPC](#) oder CPM risikoloser.



Grundbegriffe

Lifetime Customer Value

Ist der Gewinn pro Kunde über einen Zeitzyklus

Wenn Sie diesen Wert kennen ist alles nur noch einfache Mathematik

Grundbegriffe

Lifetime Customer Value Beispiel

Ziel 4.000 Leads pro Jahr

6 x Private Coaching	a € 4.995,--	= € 29.970,--
120 Onlinekurs	a € 249,--	= € 29.880,--
300 E-Books	a € 17,--	= € 5.100,--
Gesamtumsatz		= € 64.950,--

$$64950 / 4000 = \text{LCV } \mathbf{\text{€ } 16.24}$$

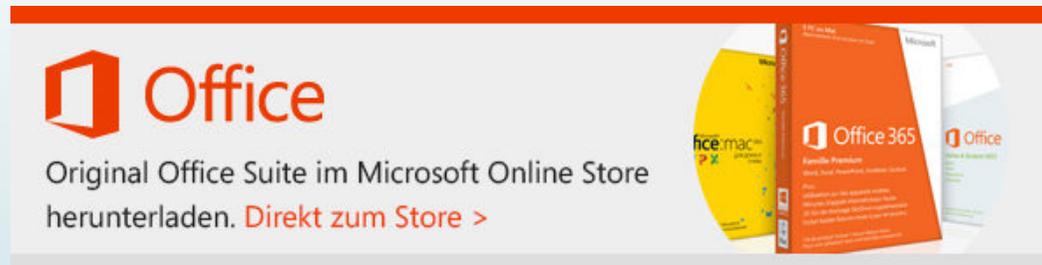
z.B. 1€ Klickpreis Conversion „NUR“ 10% CPL = € 10,--



Anzeigenformate

Anzeigenformate

Imageanzeigen



Office

Original Office Suite im Microsoft Online Store
herunterladen. [Direkt zum Store >](#)

The advertisement banner features the Microsoft Office logo on the left. To the right, there are three software boxes: a yellow one for Office for Mac, an orange one for Office 365 Family Premium, and a white one for Office Home & Business 2019. The text below the logo promotes downloading the original Office Suite from the Microsoft Online Store, with a red link to go directly to the store.

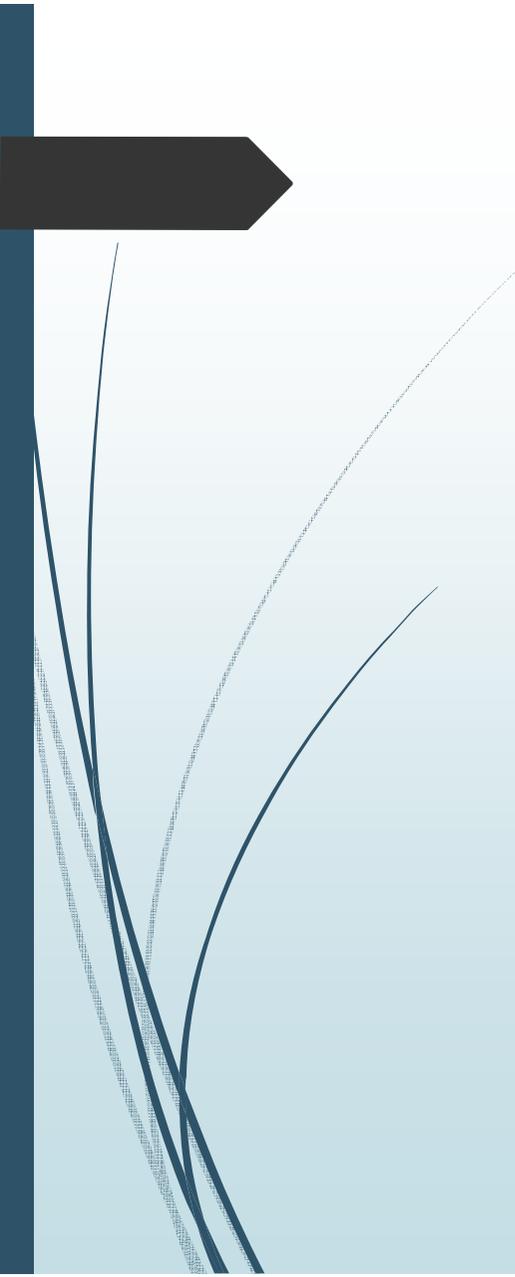


Alfahosting.de

10% Rabatt
auf alle
Produkte

[Gutschein anzeigen](#)

The coupon features the Alfahosting.de logo at the top, which consists of three curved lines in yellow and blue. Below the logo, the text '10% Rabatt auf alle Produkte' is displayed in a bold, blue font. At the bottom, there is a blue button with white text that says 'Gutschein anzeigen'.



Anzeigenformate

Textanzeigen

Hohe ROI mit Online Ads - Mit Retargeting zu höherer ROI

Anzeige www.adroll.com/ROI ▼

Testen Sie jetzt 2 Wochen gratis!

[Erste Kampagne Erstellen](#) - [Was ist Retargeting?](#) - [Top-Funktionen](#) - [Preise](#)

Suchmaschinenoptimierung

www.sumo.de/ ▼

mit SUMO- seriös und professionell.

Wenn SEO, dann SUMO.

Anzeigenformate

Native Ads



PRETTY LITTLE LIARS

Vier Mädchen, ein dunkles Geheimnis.

SUPER RTL zeigt die erfolgreiche US-Mysteryserie "Pretty Little Liars" als Free-TV-Premiere.

Pretty Little Liars
immer mittwochs ab
20:15 Uhr bei SUPER RTL

> [Pretty Little Liars](#)



PHANTASIALAND

Das Phantasieland bietet nicht nur Spaß, Action und Abenteuer, sondern auch die **ideale Möglichkeit für einen Kurzurlaub.**

Überzeugen Sie sich selbst und **gewinnen Sie eine Reise ins Phantasieland** für die ganze Familie!

> [Phantasieland](#)



HELFER MIT HERZ

Vera Int-Veen und ihr Team helfen, wo sie können.

Ist eine Familie in Not, sind die Helfer mit Herz nicht weit.

Helfer mit Herz
immer donnerstags ab
22:10 Uhr bei SUPER RTL

> [Helfer mit Herz](#)



SUPER RTL FILME

Wir zeigen Ihnen echte Filmklassiker und Unterhaltung für die ganze Familie.

Die Legende des Kung Fu Kaninchens
Freitag, 11.07. um 20:15
Uhr bei SUPER RTL

In einem Land vor unserer Zeit - Auf der Suche nach dem Beerental
Samstag, 12.07. um
20:15 Uhr bei SUPER RTL

> [Family Cartoon](#)

Anzeigenformate

Native Ads

Empfohlener Beitrag

 **Marin Software**
Gesponsert ·   Seite gefällt mir 

Tipps um Facebook für internationale Kampagnen optimal zu nutzen. Whitepaper runterladen.



Marin Software
Für Unternehmen, die international expandieren möchten, stellt das Marketing in den neuen Märkten eine große Herausforderung dar...
WWW.MARINSOFTWARE.DE 

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Dennis Sievers und 2 weiteren Freunden gefällt Mr. online marketing.

 **Mr. online marketing**
Gesponsert · 

<http://bit.ly/1mpsqyO> *Klick* Hier erhältst Du Deinen Bonus zum Kauf vom Expert Branding Club im Wert von 97,00 Euro - Jetzt ansehen

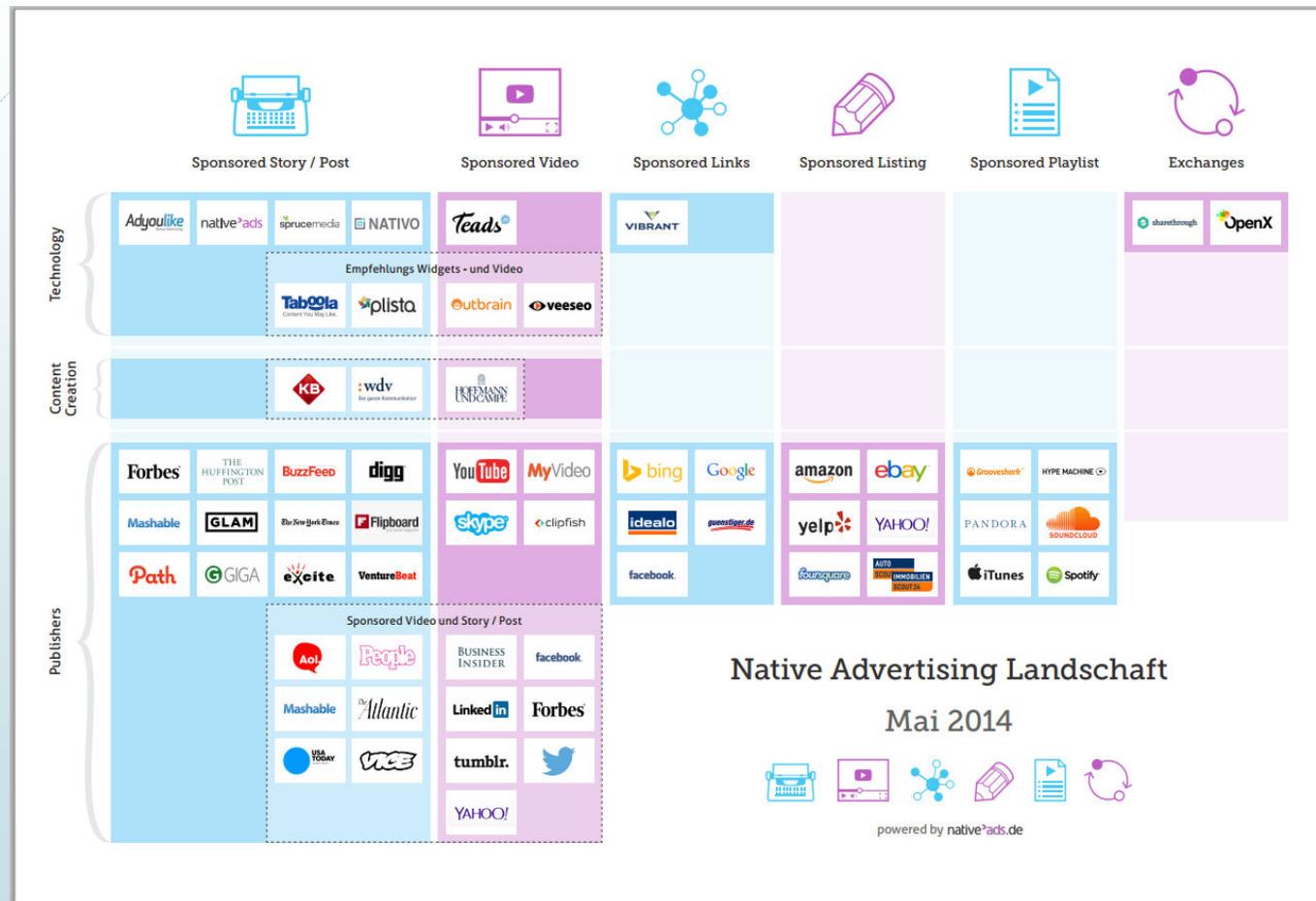


Expert Branding Club steht für Dich bereit!
Erfahre hier auf dieser Seite, welcher Bonus Dir beim Kauf vom Expert Branding Club zusteht
HIER KLICKEN, UM DEINEN BONUS ZU SICHERN 

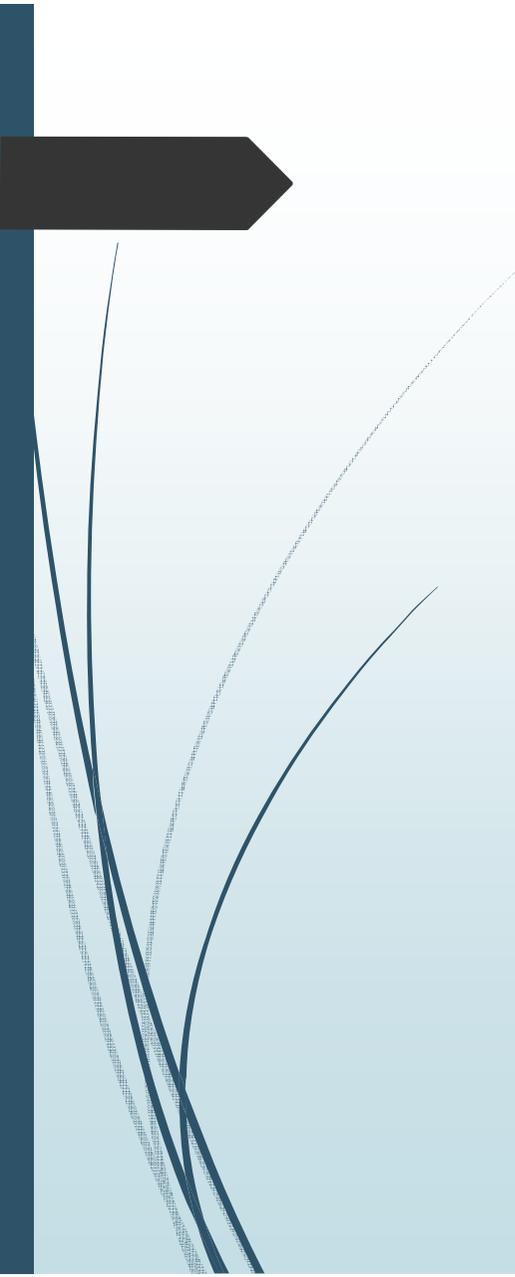
Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Anzeigenformate

Native Ads

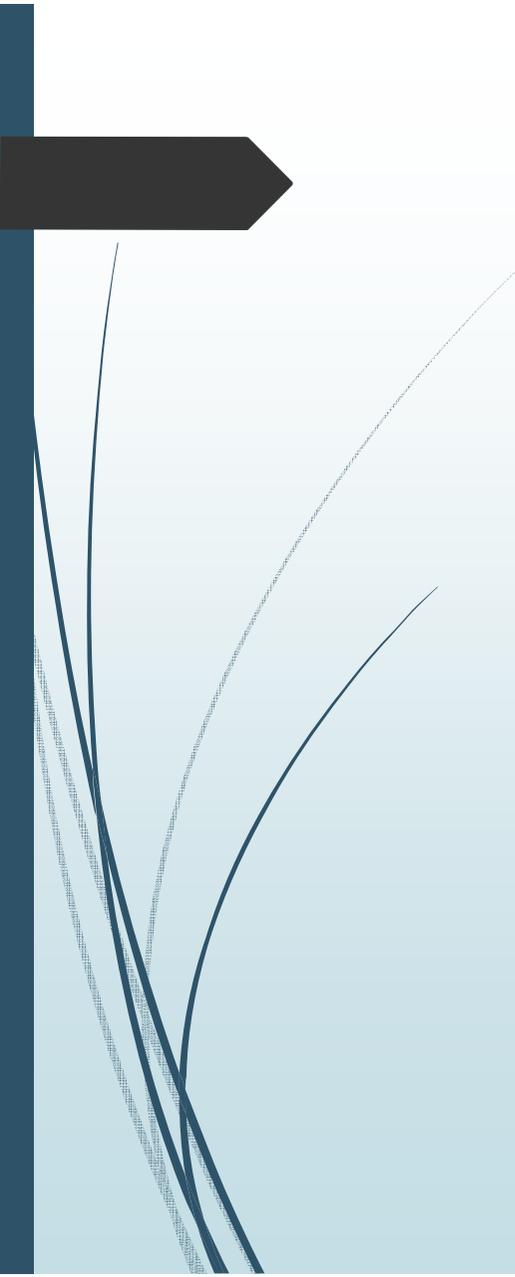


<http://www.nativeadvertising.de/Native-Poster-Mai-2014.pdf>



Die 3 wesentlichen Faktoren für erfolgreiche PPC Kampagnen

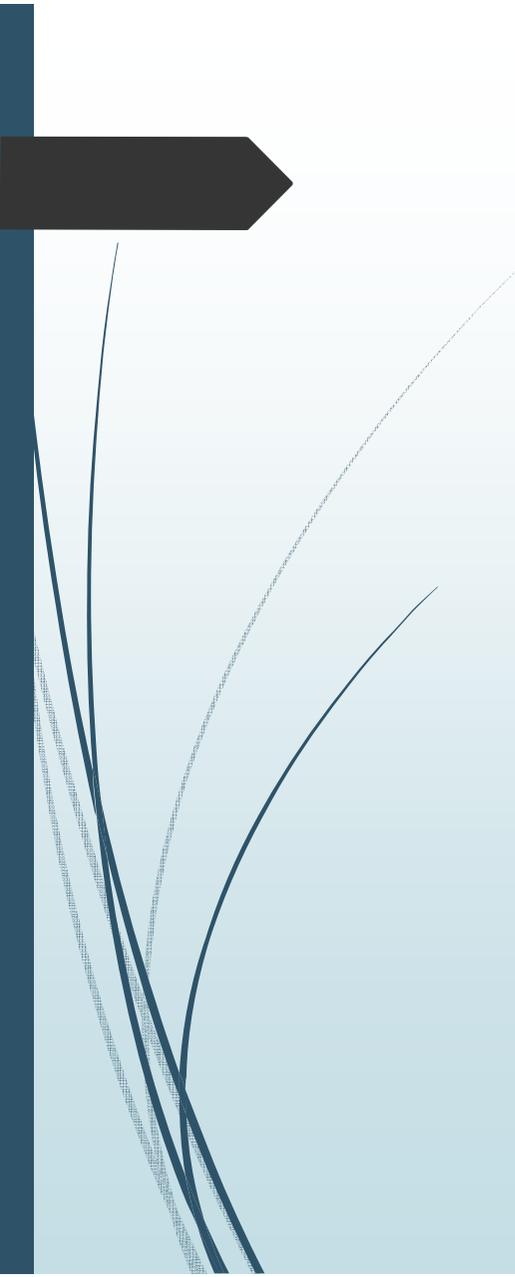
1. Die richtige Zielgruppe
2. Die richtige Werbeanzeige
3. Die richtige Landing- /Salespage und Funnel.



Die 3 wesentlichen Faktoren für erfolgreiche PPC Kampagnen

1. Die richtige Zielgruppe/Keywords

Eine gründliche und sorgfältige Recherche des Marktes und Demographie der Zielgruppe.

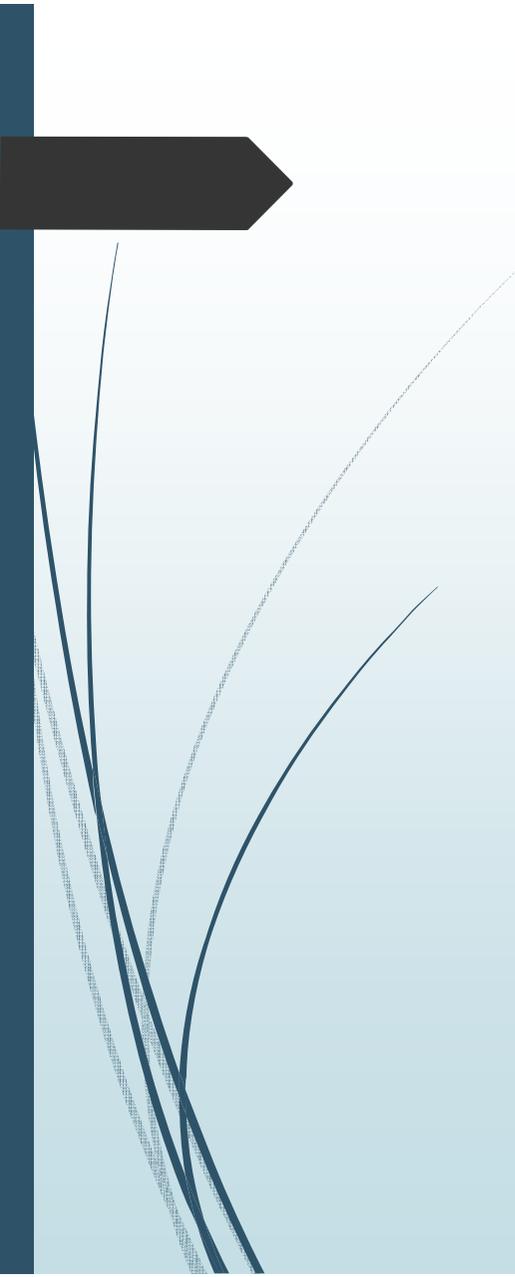


Die 3 wesentlichen Faktoren für erfolgreiche PPC Kampagnen

1. Die richtige Zielgruppe/Keywords

Sie müssen wissen:

- Wie sind Ihre Mitbewerber aufgestellt ?
- Wie sind sie demographischen Daten Ihrer Kunden?
- Welche Trends gibt es?
- *Wie die Zielgruppe sucht*
- *Was man erreichen will*



Die 3 wesentlichen Faktoren für erfolgreiche PPC Kampagnen

1. Die richtige Zielgruppe/Keywords

Tools:

- Google Keywordplaner
- Google AdPlanner
- Google Trends
- Facebook Ads Manager – Power Editor
- Facebook Graphic Search
- Alexa.com

Beispiel AdPlaner

Planner für Display-Kampagnen Interessen Ihrer Kunden Ihre Zielseite
Ideen zum Plan hinzufügen Sixpack ✕ www.example.com Ideen abrufen Weitere Optionen

Kampagnenausrichtung
Deutschland ✎
Deutsch ✎
Anzeigenplanung ✎
Keine Kampagnenausschlüsse vorhanden

Filter
Alle Websites ✎
Alle Anzeigengrößen
Alle mobilen Apps
Alle Videos
Alle Domains

Verfügbares Netzwerk-Inventar (Wöchentlich) ?
50 Mio. bis 100 Mio. Cookies ? 1 Mrd. bis 5 Mrd. Impressionen

ALTER ?
18-24: 16% 25-34: 19% 35-44: 13% 45-54: 11% 55-64: 7% 65+: 4%
Unbekannt: 30% ?

GESCHLECHT ?
32% Weiblich 45% Männlich 22% Unbekannt

GERÄT ?
40% Desktopcomputer 48% Mobil 12% Tablets

Anzeigengruppen-Ideen ? Einzelne Targeting-Ideen ? Verfügbares Netzwerk-Inventar: 1 ↓

Keywords ? Interessen ? Themen ? Placements ? Demografische Merkmale ? Remarketing ?

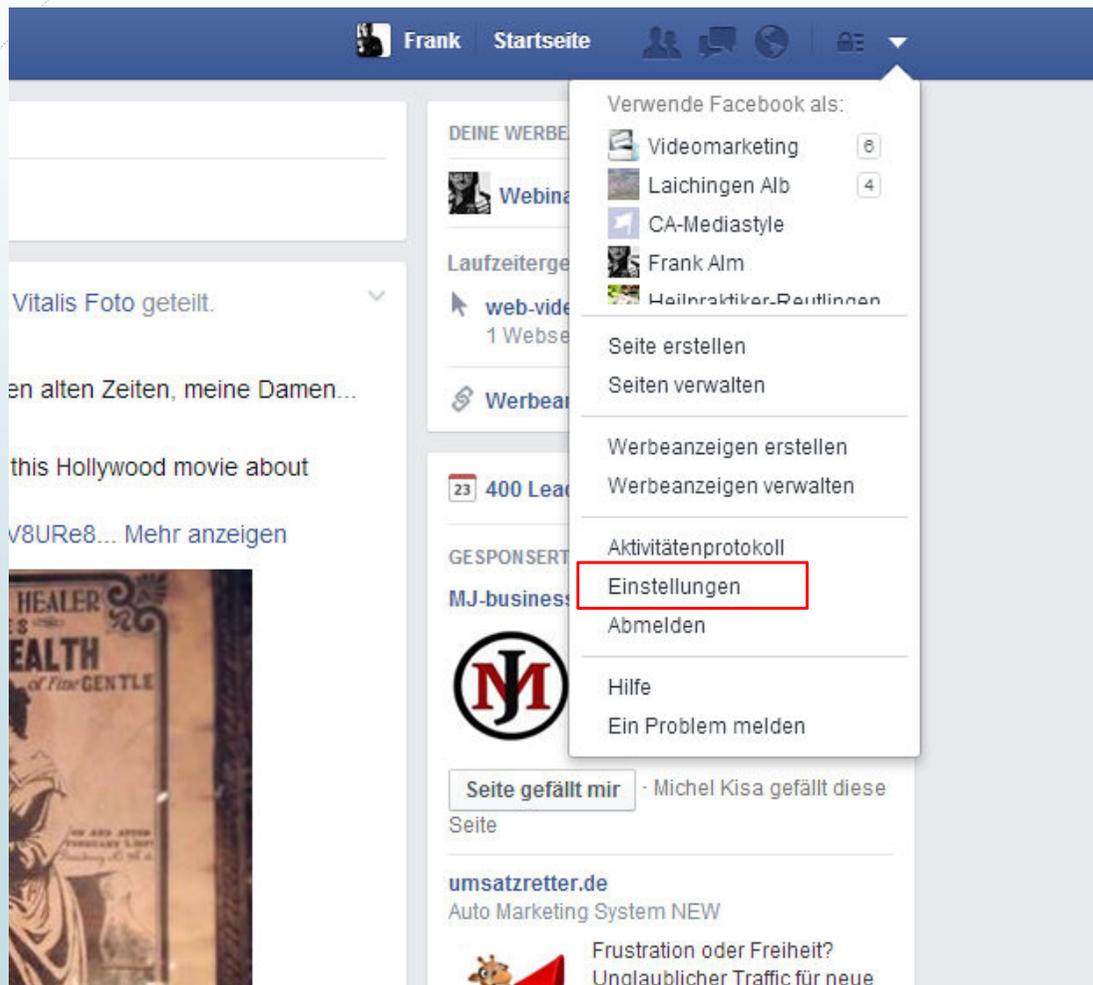
Alle hinzufügen (41)

Keyword	Relevanz ?	Bisheriger CPC ?	Cookies pro Woche ?	Impr./Woche ?
sixpack bauch	★★★★★★	0,00 € bis 0,50 €	15 Tsd. bis 20 Tsd.	50 Tsd. bis 100 Tsd. »
sixpack trainieren	★★★★	0,00 € bis 0,50 €	0 bis 1 Tsd.	1 Tsd. bis 1,5 Tsd. »
sixpack	★★★★	0,00 € bis 0,50 €	0 bis 1 Tsd.	2,5 Tsd. bis 3 Tsd. »
bauch beine po training	★★★	0,00 € bis 0,50 €	1,5 Mio. bis 2 Mio.	100 Mio. bis 150 Mio. »
bauch weg übung	★★★	0,00 € bis 0,50 €	10 Tsd. bis 15 Tsd.	50 Tsd. bis 100 Tsd. »

Geheimtipp ;-) FB Graphic Search

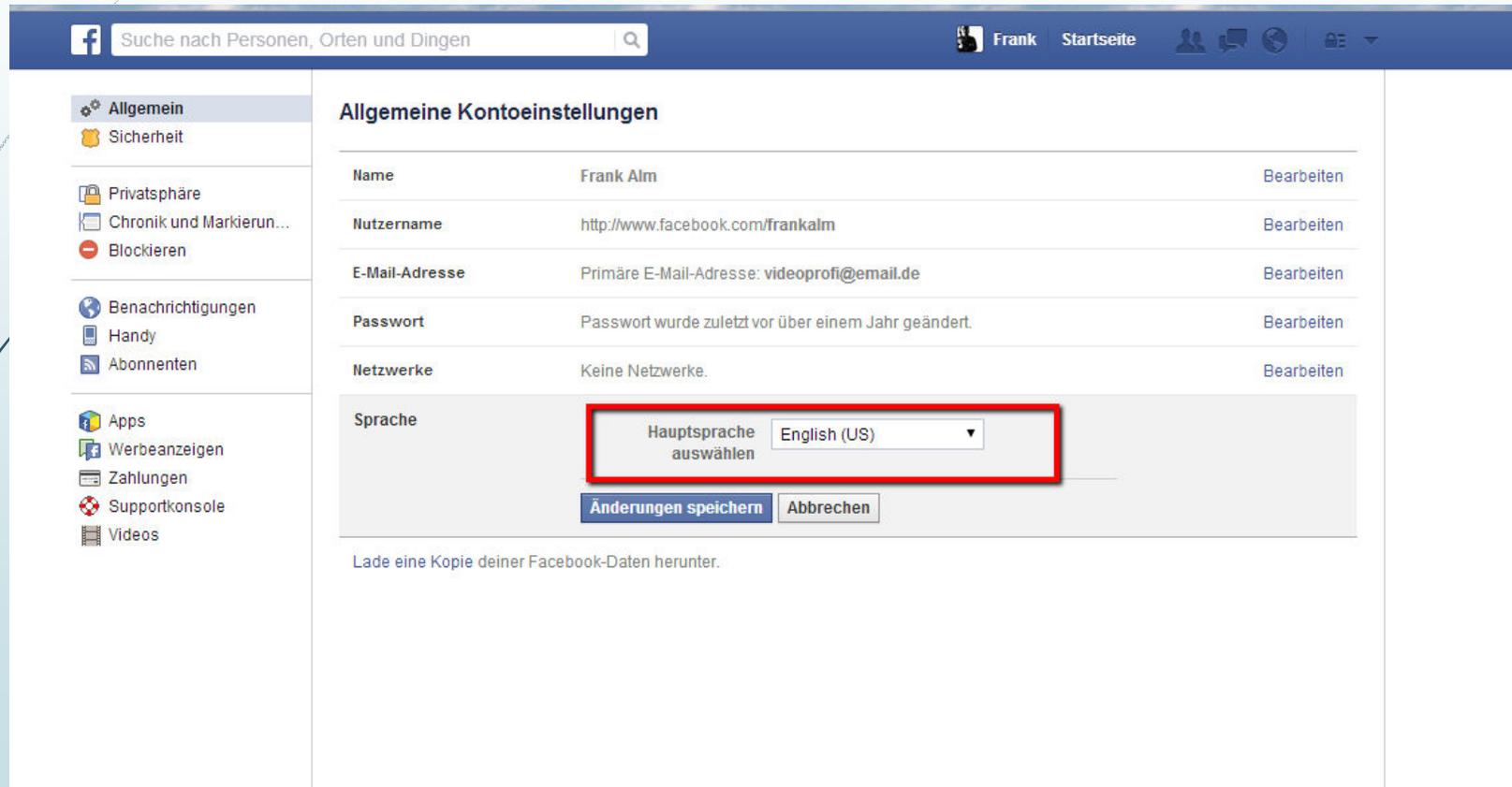


Geheimtipp ;-) FB Graphic Search



The image shows a screenshot of a Facebook profile page for a user named Frank. The profile header includes the name 'Frank', the 'Startseite' (Home) button, and navigation icons for friends, messages, and a globe. A dropdown menu is open, showing options for 'Verwende Facebook als:' (Use Facebook as:), 'Seite erstellen' (Create page), 'Seiten verwalten' (Manage pages), 'Werbeanzeigen erstellen' (Create ads), 'Werbeanzeigen verwalten' (Manage ads), 'Aktivitätenprotokoll' (Activity log), 'Einstellungen' (Settings), 'Abmelden' (Log out), 'Hilfe' (Help), and 'Ein Problem melden' (Report a problem). The 'Einstellungen' option is highlighted with a red rectangle. The background of the page shows a post with a vintage advertisement for 'HEALTH' and a notification from 'umsatzretter.de'.

Geheimtipp ;-) FB Graphic Search



The screenshot shows the Facebook account settings page for 'Frank Alm'. The 'Sprache' (Language) section is highlighted with a red box, showing a dropdown menu with 'English (US)' selected. Below the dropdown are buttons for 'Änderungen speichern' (Save changes) and 'Abbrechen' (Cancel). The left sidebar contains various settings categories like 'Allgemein', 'Sicherheit', 'Privatsphäre', etc.

Suche nach Personen, Orten und Dingen

Frank Startseite

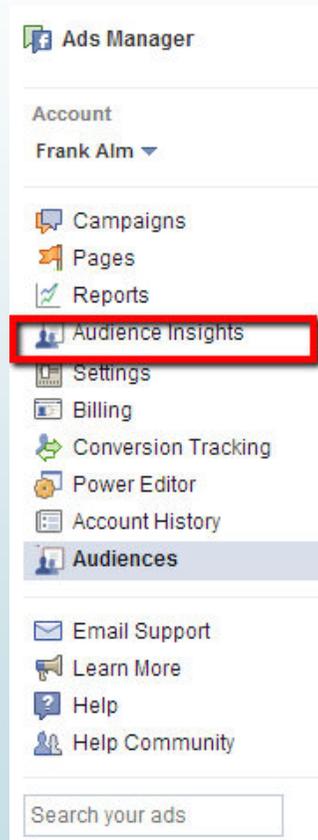
Allgemeine Kontoeinstellungen

Name	Frank Alm	Bearbeiten
Nutzername	http://www.facebook.com/frankalm	Bearbeiten
E-Mail-Adresse	Primäre E-Mail-Adresse: videoprofi@email.de	Bearbeiten
Passwort	Passwort wurde zuletzt vor über einem Jahr geändert.	Bearbeiten
Netzwerke	Keine Netzwerke.	Bearbeiten
Sprache	Hauptsprache auswählen English (US)	

Änderungen speichern Abbrechen

Lade eine Kopie deiner Facebook-Daten herunter.

Geheimtipp ;-) FB Graphic Search



Geheimtipp ;-) FB Graphic Search

CREATE AUDIENCE

Location: GERMANY (All Germany)

Age and Gender: Age 18, Gender All

Interests: + Interest

Connections: People Connected to (+ Your Page), People Not Connected to (+ Your Page)

Advanced: Behaviors, Language, Relationship Status, Education, Work, Financial, Home, Market Segments, Parents

(New Audience) 20m - 25m monthly active people

People on Facebook Country: Germany

Demographics | Page Likes | Location | Activity | Household | Purchase

Age and Gender
Self-reported information from people in their Facebook profiles. Information only available for people aged 18 and older.

48% Women (48% All Facebook)

52% Men (52% All Facebook)

Age Group	Women (%)	Men (%)
18 - 24	26%	27%
25 - 34	32%	31%
35 - 44	19%	19%
45 - 54	15%	14%
55 - 64	6%	6%
65 +	2%	4%

Lifestyle
US demographic and interest data based on purchase behavior, brand affinity and other activities. Source: Personix

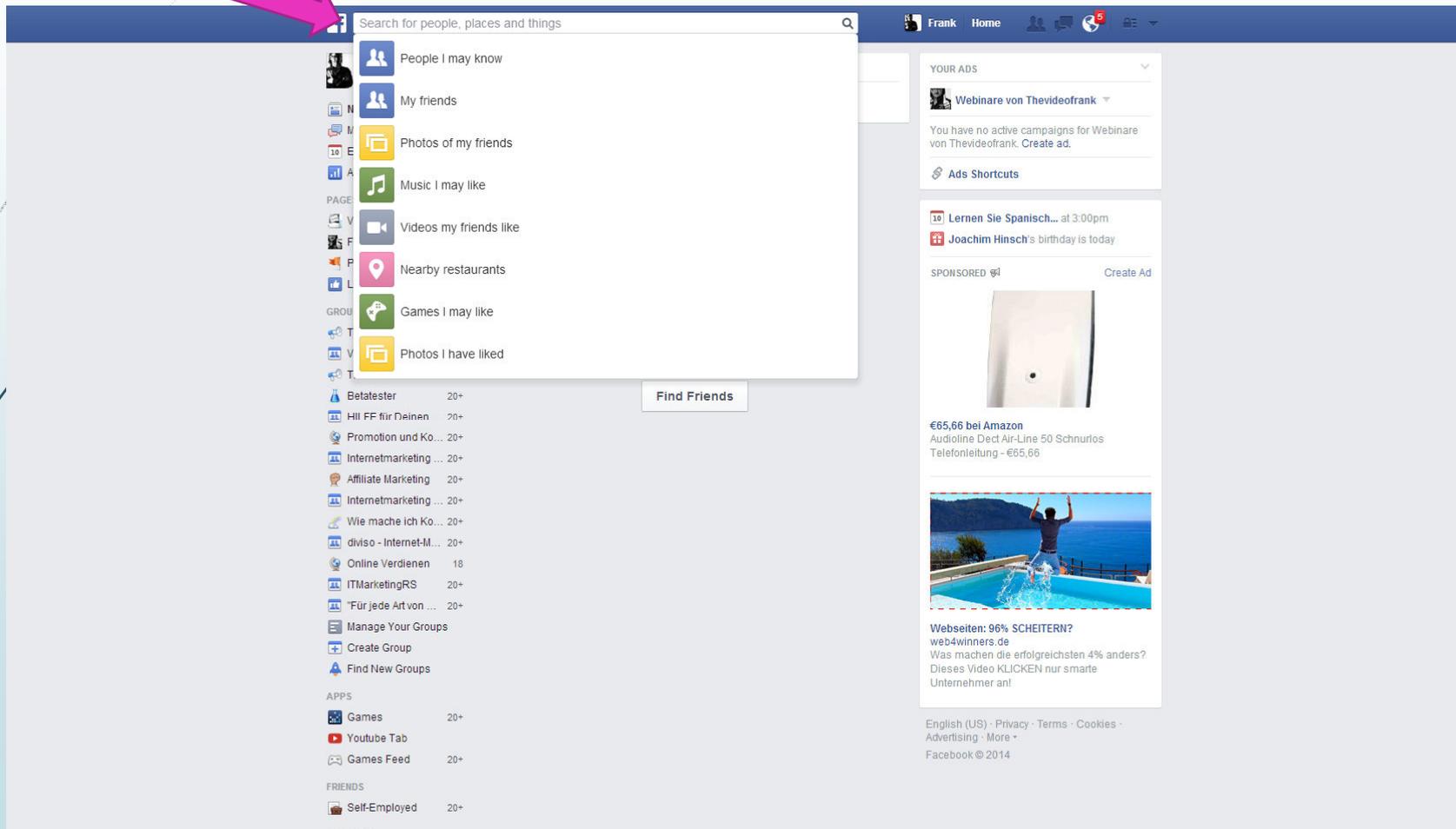
Relationship Status
Self-reported data from people who list a relationship status on F...

Relationship Status	(New Audience) (%)	(People on Facebook) (%)
Single	27%	27%
In a relationship	34%	34%
Married	4%	4%
Divorced	35%	35%

Education Level
The highest level of education reached based on self-reported d...

Education Level	(New Audience) (%)	(People on Facebook) (%)
High school or less	34%	34%
Some college	64%	64%
College graduate	2%	2%

Geheimtipp ;-) FB Graphic Search



The image shows a screenshot of the Facebook search interface. A pink arrow points to the search bar, which contains the text "Search for people, places and things". A dropdown menu is open, listing various search categories: "People I may know", "My friends", "Photos of my friends", "Music I may like", "Videos my friends like", "Nearby restaurants", "Games I may like", and "Photos I have liked". Below the dropdown menu is a "Find Friends" button. The background shows the Facebook home page with a navigation bar at the top, a "YOUR ADS" section, and a sponsored advertisement for "Lernen Sie Spanisch... at 3:00pm" and "Joachim Hinsch's birthday is today".

Search for people, places and things

- People I may know
- My friends
- Photos of my friends
- Music I may like
- Videos my friends like
- Nearby restaurants
- Games I may like
- Photos I have liked

Find Friends

YOUR ADS

Webinare von Thevideofrank

You have no active campaigns for Webinare von Thevideofrank. [Create ad.](#)

Ads Shortcuts

Lernen Sie Spanisch... at 3:00pm

Joachim Hinsch's birthday is today

SPONSORED Create Ad

€65,66 bei Amazon

Audioline Dect Air-Line 50 Schnurlos
Telefonleitung - €65,66

Webseiten: 96% SCHEITERN?
web4winners.de
Was machen die erfolgreichsten 4% anders?
Dieses Video KLICKEN nur smarte
Unternehmer an!

English (US) · Privacy · Terms · Cookies · Advertising · More

Facebook © 2014

Geheimtipp ;-) FB Graphic Search

The screenshot shows a Facebook profile page for Mike Filsaime. A pink arrow points to a search bar at the top of the page, which contains the text "People who follow Mike Filsaime". Below the search bar, there is a list of five followers:

- Hanshans Fruhsammer**: Regional Director at Visalus, Project 10 for Kids. Follows Mike Filsaime. Studies Higher Power at Uni Frankfurt '16. Lives in Frankfurt, Germany. 464 mutual friends including Dejan Novakovic and Mark Reuter.
- Martina Fuchs**: Inhaberin/Geschäftsführerin at Raum für Erfolg. Follows Mike Filsaime. Inhaber at Raum & Potenzial. Lives in Munich, Germany. 232 mutual friends including Oliver Wermeling and Mark Reuter.
- Manfred Burkart**: Works at Self-Employed. Follows Mike Filsaime. Studied at Real Life. Lives in Berlin, Germany. 95 mutual friends including Daniel Pesch and Jens Fischer.
- Heiko Haeusler**: Vorstandsvorsitzender at Netzverdienst.com AG. Follows Mike Filsaime. Studied at Uni Freiburg '04. Lives in Berlin, Germany. 528 mutual friends including Ralf Schmitz and Mark Reuter.
- Frank Alm**: Works at Self-Employed. Follows Mike Filsaime. Studied at Die hohe Schule des Lebens. Lives in Hoffenheim, Baden-Wuerttemberg, Germany. 28 followers.

On the right side of the page, there is a section for "More Than 1,000 People" with a "Share" button. Below this, there are several filter options:

- Gender: Add...
- Relationship: Add...
- Employer: Add...
- Current City: Add...
- Hometown: Add...
- School: Add...
- Friendship: Add...
- Name: Add...
- Following: Mike Filsaime

At the bottom of the filter section, there is a "SEE MORE FILTERS" link and a "Give Feedback" button.

On the far right, there is a sidebar with a list of recent activity, including likes and comments from other users.

Geheimtipp ;-) FB Graphic Search

The screenshot shows a Facebook search interface. At the top, a search bar contains the text "Mike Filsaime's followers who live in Germany". A pink arrow points to this search bar. Below the search bar, a list of user profiles is displayed, each with a profile picture, name, and brief bio. The profiles shown are Hanshans Fruehsammer, Martina Fuchs, Manfred Burkart, Heiko Haeusler, and Frank Alm. On the right side, a filter menu is open, showing various categories like Gender, Relationship, Employer, Lives in, Hometown, School, Friendship, Name, and Following. The "Lives in" filter is currently set to "Germany". A red box highlights the filter menu. Below the filter menu, there is a "SEE MORE FILTERS" link and a "Give Feedback" link.

Mike Filsaime's followers who live in Germany

Hanshans Fruehsammer
Regional Director at Visalus, Project 10 for Kids
Lives in Frankfurt, Germany
Follows Mike Filsaime
Studies Higher Power at Uni Frankfurt '16
464 mutual friends including Ralf Schmitz and Mark Reuter
Friends Message

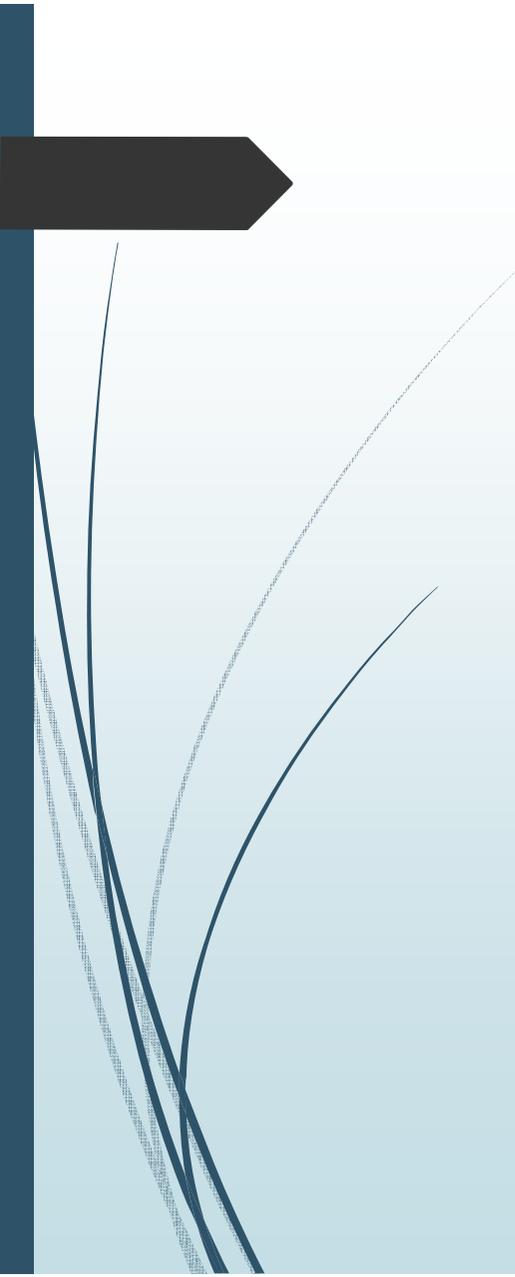
Martina Fuchs
Inhaberin/Geschäftsführerin at Raum für Erfolg
Lives in Munich, Germany
Follows Mike Filsaime
Inhaber at Raum & Potenzial
232 mutual friends including Mark Reuter and Oliver Wermeling
Friends Message

Manfred Burkart
Works at Self-Employed
Lives in Berlin, Germany
Follows Mike Filsaime
Studied at Real Life
95 mutual friends including Daniel Pesch and Laura Geisbuesch
Friends Message

Heiko Haeusler
Vorstandsvorsitzender at Netzverdienst.com AG
Lives in Berlin, Germany
Follows Mike Filsaime
Studied at Uni Freiburg '04
528 mutual friends including Oliver Wermeling and Mark Reuter
Friends Message

Frank Alm
Works at Self-Employed
Lives in Hoffenheim, Baden-Wuerttemberg, Germany
Follows Mike Filsaime
Studied at Die hohe Schule des Lebens
28 followers
...

Gender Add...
Relationship Add...
Employer Add...
Lives in Germany
Hometown Add...
School Add...
Friendship Add...
Name Add...
Following Mike Filsaime
SEE MORE FILTERS
Give Feedback

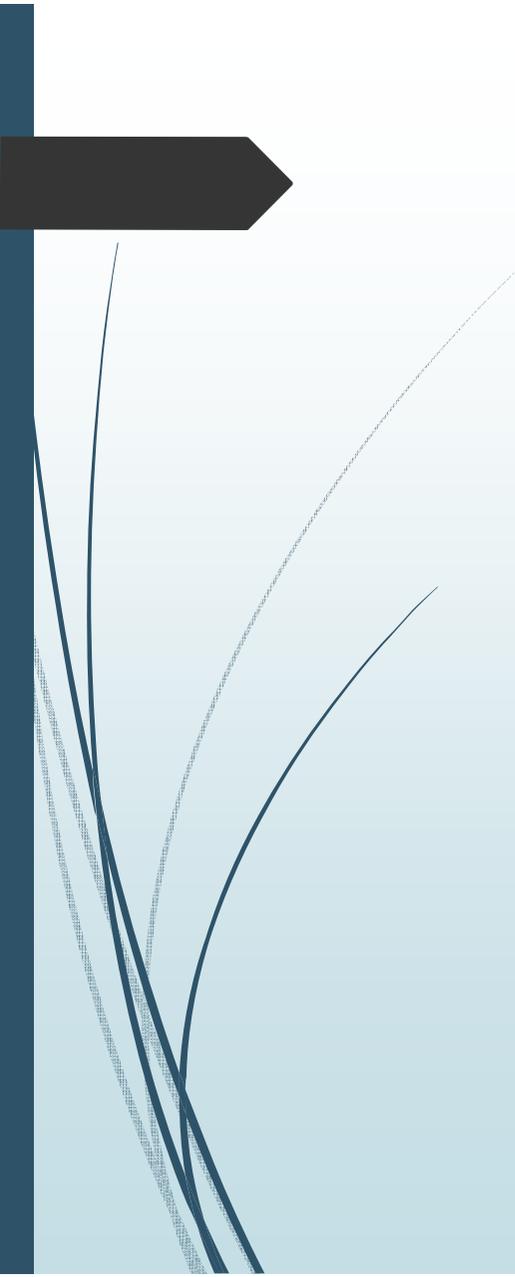


Die 3 Stellschrauben für erfolgreiche PPC Kampagnen

2. Die richtige Werbeanzeige

Eine auf die Zielgruppe und Demographie abgestimmte Werbeanzeige.

- **Bauen Sie Ihre Anzeige gem. der Suche**
- **Setzen Sie das Hauptkeyword in der Headline ein**
- **Nutzen Sie starke Headlines**

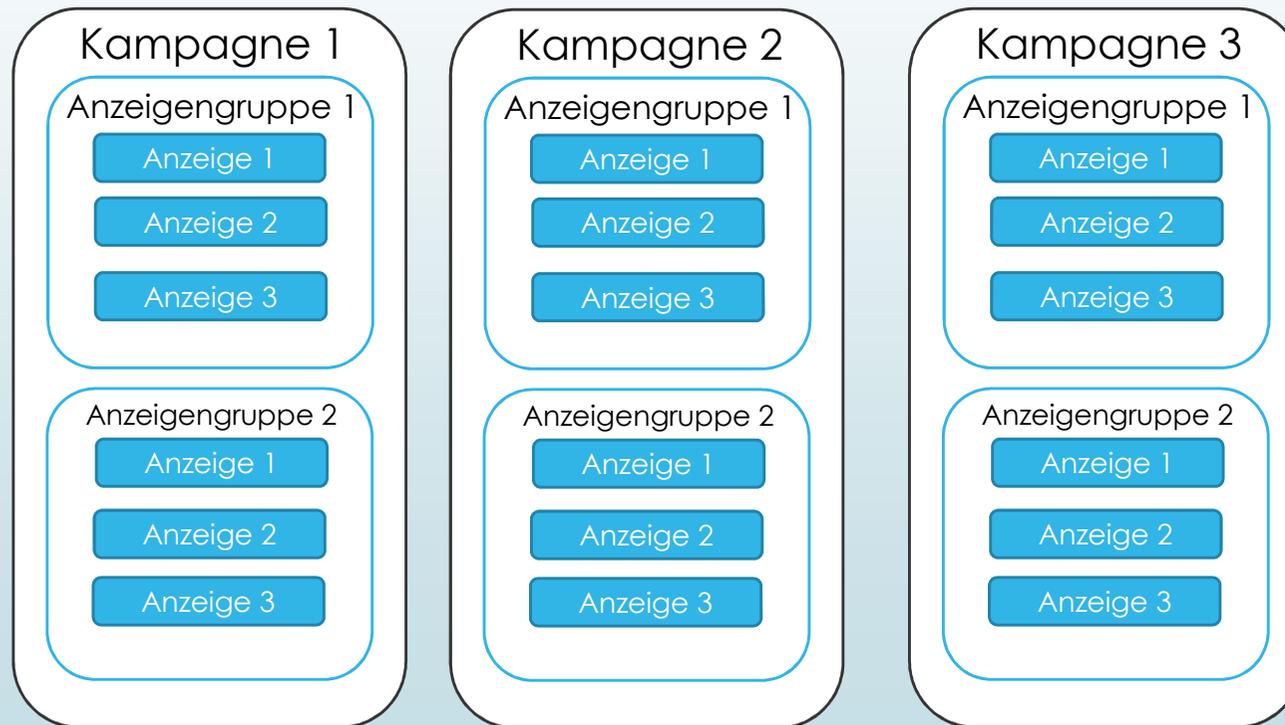


Die 3 Stellschrauben für erfolgreiche PPC Kampagnen

2. Die richtige Werbeanzeige

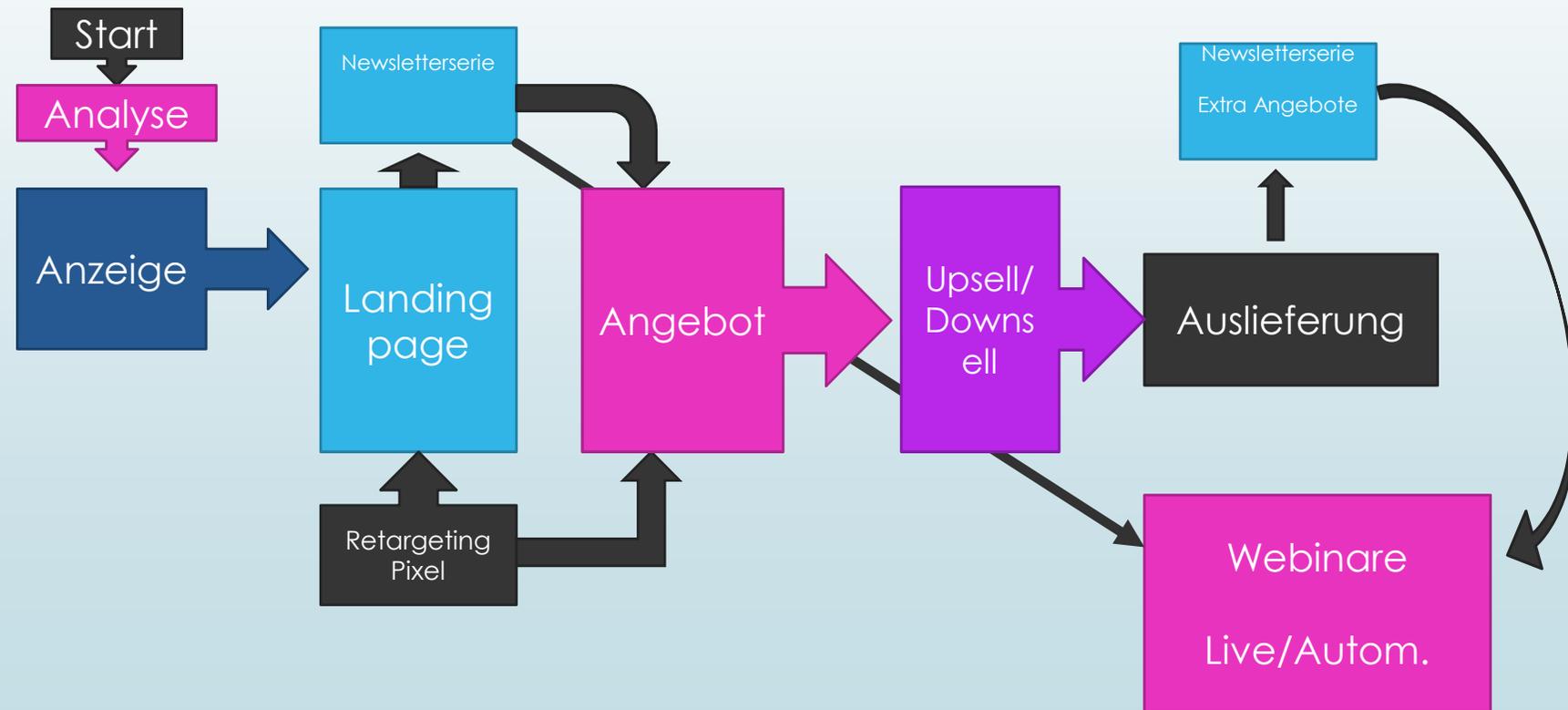
**Untergliedern Sie Ihre Werbeanzeigen in
Gruppen – Kampagnen.**

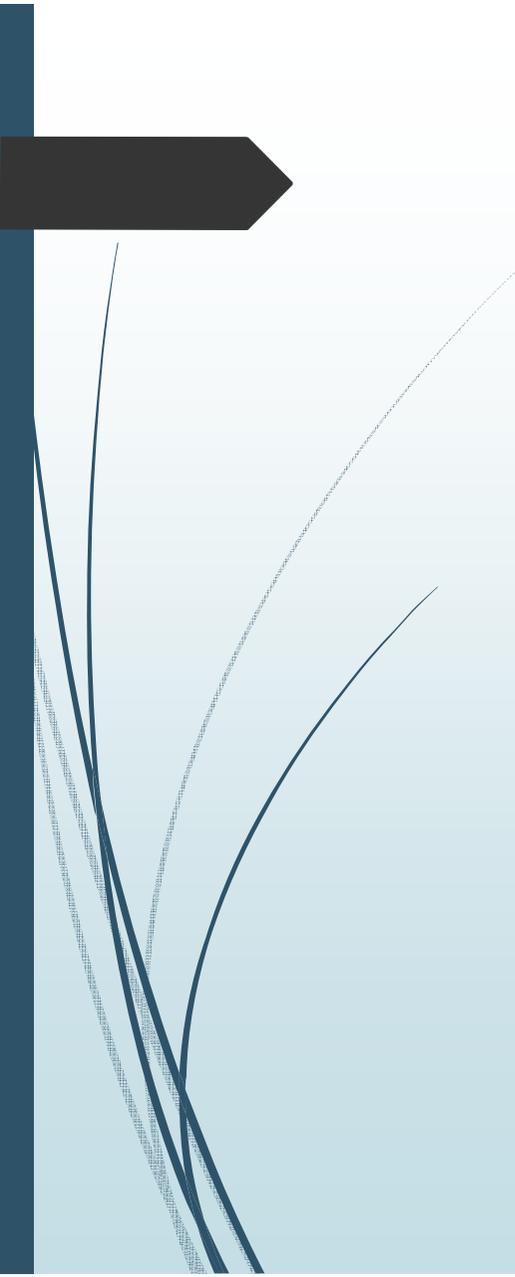
Die 3 Stellschrauben für erfolgreiche PPC Kampagnen



Die 3 wesentlichen Faktoren für erfolgreiche PPC Kampagnen

Die richtige Landing- /Salespage und Funnel.





Danke für Ihre Aufmerksamkeit