

YouTube und Smart Bidding – Google Workshops in Berlin

Kathrin, Cindy und Ulrike aus dem SEA-Team haben am 12. und 13. November an zwei Workshops der Google Academy in Berlin teilgenommen. Als Google Partner Agentur wurden wir persönlich dazu eingeladen.



Team SEA zu Besuch bei Google in Berlin

Neuheiten bei Videokampagnen: Standorterweiterung und Ladenbesuche erfassen

Am ersten Tag drehte sich alles um YouTube Werbung. Wir lernten Best Practices, wichtige Faktoren für effektive Videowerbung und verschiedene Strategiemöglichkeiten kennen.



Doch der Schwerpunkt lag auf der Optimierung und Analyse von Videokampagnen.

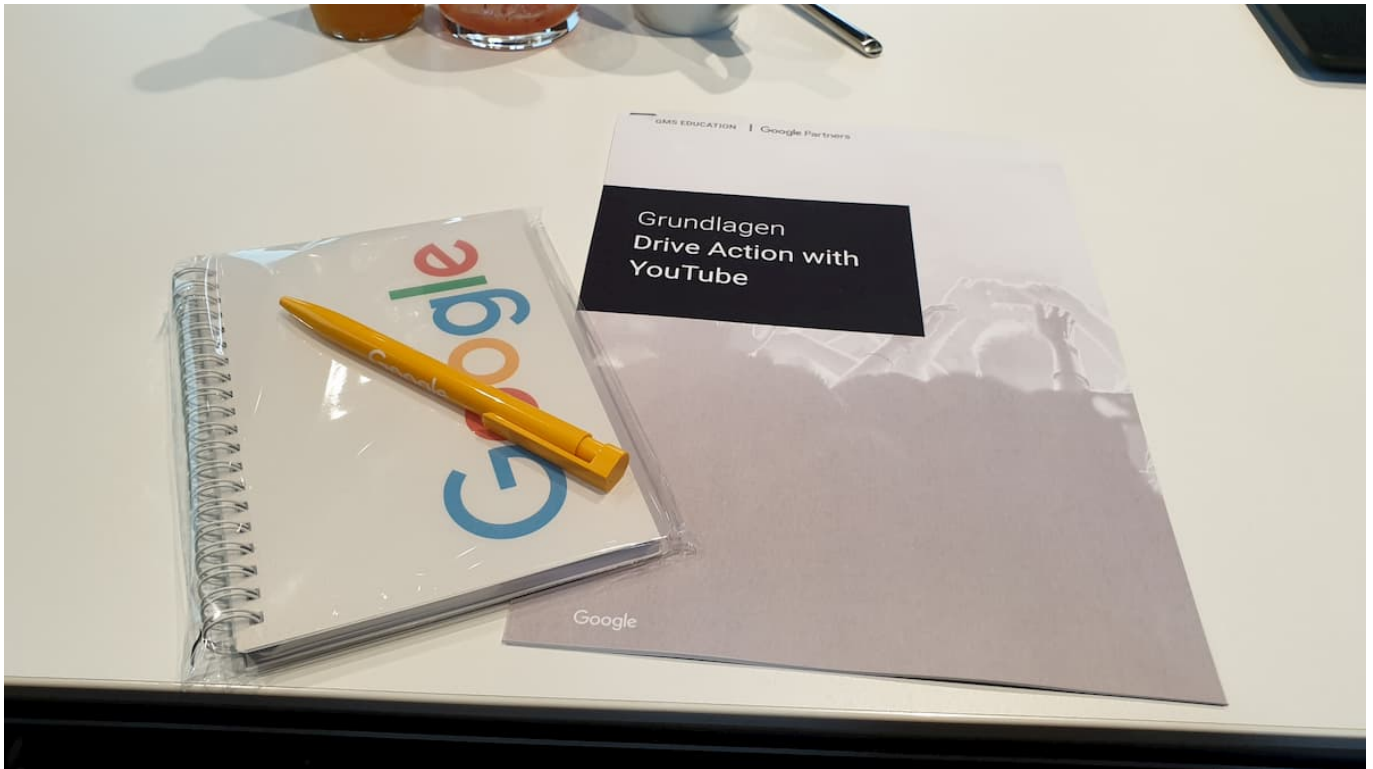
Auch die neusten Features wurden uns vorgestellt, die wir euch nicht vorenthalten möchten.

Befindet sich ein YouTube-Nutzer in der Nähe des werbetreibenden Geschäfts, erscheint nun unter dem Werbevideo die Google Maps-Verknüpfung mit Adresse und aktueller Entfernung. Klickt der Nutzer auf die Erweiterung, wird er auf Google Maps mit dem Standort und Geschäftsdaten weitergeleitet. Voraussetzung hierfür ist ein korrekt gepflegter Google MyBusiness-Eintrag.

Für Unternehmen mit vielen Kunden und mehreren Standorten gibt es nun die Möglichkeit Ladenbesuche zu erfassen. Kurz gesagt: Wie viele Nutzer haben mit dem Video interagiert und sind anschließend in das Geschäft gegangen (GPS-Nutzerdaten).

Die Voraussetzungen sind ein aktuelles Google MyBusiness-Konto, aktivierte Standorterweiterung und Google Ads-Conversion-Tracking. Von Google empfohlen sind mindestens 30 Ladengeschäfte und Ausgaben für Videokampagnen in Höhe von 1000€ pro Tag über mindestens 14 Tage. Auch werden die Daten nur durch Google freigegeben, wenn diese den Datenschutzschwellwert überschreiten, also die Anonymisierung der Daten möglich ist.

Aufgrund des Umfangs dieses Conversion-Trackings ist es nur für mittlere bis große Handelsketten, welche gleichzeitig YouTube-Werbung schalten, umsetzbar.



Viel zu lernen beim Google Workshop in Berlin.

Smart Bidding Strategien

Am zweiten Tag erwartete uns der Workshop zum Smart Bidding. Google setzt immer mehr auf automatisierte Gebotsstrategien. In diesem Workshop vertieften wir die Vorteile davon sowie Voraussetzungen für Smart Bidding und bekamen Anwendungsbeispiele für unterschiedliche Smart Bidding Strategien. Der Vorteil ist laut Google die 80%ige Zeitersparnis im Vergleich zu manuellen Strategien. Doch muss man auch 80 Prozent der Kontrolle an Google abgeben und den Google Lernalgorithmen vertrauen. Wenn die Voraussetzungen für eine Smart Bidding Strategie erfüllt sind, sollte man einen A/B-Test durchführen und mit seinen bestehenden Kampagnen in einem Zeitraum von mindestens einem Monat vergleichen. Bei ausreichend vielen Conversions ist es möglich, gute Ergebnisse mit automatischen Gebotsstrategien zu erreichen.

Zum Abschluss gab es noch etwas Best Practice zu responsiven Suchanzeigen, dynamischen



Kampagnen und Display-Werbung.

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX