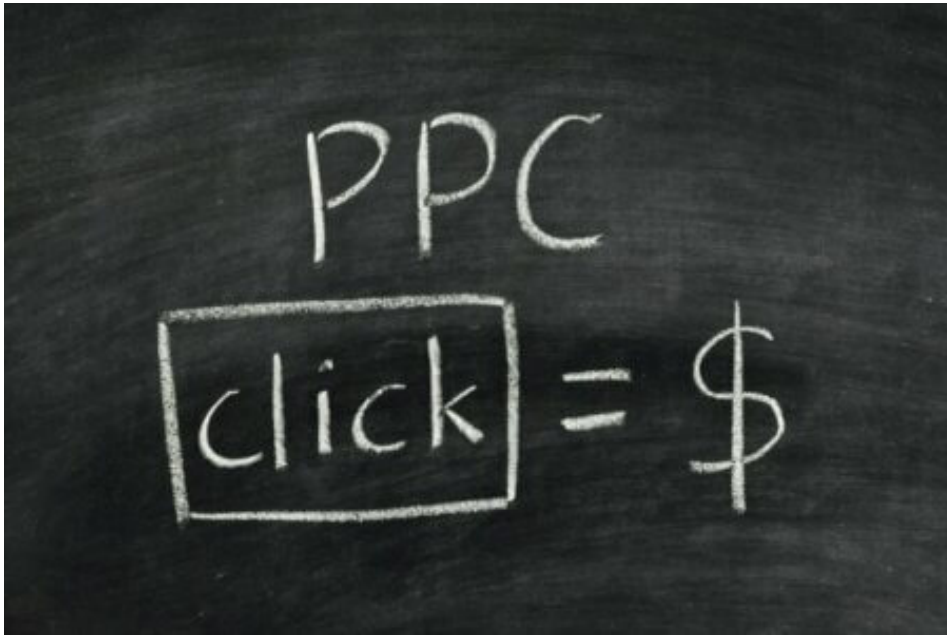


PPC



Was bedeutet PPC?

PPC steht für **Pay-per-Click** und ist eine Abrechnungsmethode im Online-Marketing. Wer Werbung mit dieser Abrechnung schaltet, **bezahlt den Werbeanbieter pro Anzeigenklick**. Der Anbieter wird demnach für jeden Webseitenbesucher bezahlt, der über die Anzeige auf die eigene [Website](#) gelangt. Das Abrechnungsmodell PPC wird vor allem in der [Suchmaschinenwerbung \(SEA\)](#) und im [Affiliate Marketing](#) eingesetzt.

PPC vs. CPC

CPC heißt **Cost-per-Click**, also **Kosten pro Klick**. Damit wird der Preis bezeichnet, der innerhalb des Abrechnungsmodells PPC für einen Klick anfällt. Der CPC ist je nach Art der Werbung entweder ein fester Preis oder er wird in einer **Auktion** ermittelt, bei der der höchstbietende Werbetreibende den CPC bestimmt.

Vorteile von PPC Marketing

- Es wird nur für den Klick auf die Anzeige gezahlt, nicht für die Einblendung der Werbung – nur geringe Streuverluste.
- PPC Kampagnen sind gut geeignet, um Werbung ganz spezifisch auf die [Zielgruppe](#)
- Reichweite für Produkt/Dienstleistung wird vergrößert.
- Klickpreis ermöglicht Unternehmen gute Kostenkontrolle der Werbung.

PPC Marketing: Wie und wo kann man Werbung schalten?

Anzeigen über das Abrechnungsmodell PPC können Sie über [Suchmaschinen](#), über soziale Netzwerke oder mittels [Affiliate Marketing](#) über PPC Partnerprogramme schalten. Das funktioniert folgendermaßen:

PPC Werbung über Suchmaschinen – SEA

Bei [Suchmaschinen](#) buchen Unternehmen die Werbeplätze auf den [Suchergebnisseiten](#) in Form einer **Auktion**, da die Anzahl der Werbeplätze begrenzt ist. Der Auktionsgewinner findet seine Anzeige über, unter oder neben den Suchergebnissen. Bei der Erstellung bzw. Anpassung einer PPC Kampagne legen Sie die **Gebote/Gebotsstrategie** fest und damit auch den **maximalen CPC**.

Der bekannteste Anbieter für Suchmaschinenwerbeplätze ist [Google Ads](#) (ehemals Google Ads).

PPC Werbung über soziale Netzwerke

PPC Marketing spielt auch in **sozialen Netzwerken** eine große Rolle. Werbemittel können z.B. bei **Facebook, Instagram, Youtube, Twitter oder Xing** platziert werden. Wie bei [Google Ads](#) werden die Kosten der Werbefläche durch eine Echtzeitauktion ermittelt, wobei auch hier die Wettbewerbssituation einen großen Einfluss hat.

PPC Werbung über Affiliate Marketing

Die **PPC Werbung im [Affiliate Marketing](#)** funktioniert ähnlich wie bei der [Suchmaschinenwerbung](#) – die Anzeigen erscheinen allerdings auf Webseiten, die an **Affiliate Programmen** teilnehmen, z.B. auf einem Blog oder mit einer [Display-Anzeige](#) auf einem Portal.

Die Werbefläche wird von einem **Publisher**, auch **Affiliate** genannt, zur Verfügung gestellt. Das Unternehmen, das Werbung schalten möchte, wird als **Merchant** oder **Advertiser** bezeichnet und liefert

die entsprechenden Werbemittel. Die Advertiser buchen also bei den Affiliates Werbeflächen und der Affiliate erhält für jeden Klick auf die Anzeige bzw. für jeden Besucher eine Provision.

PPC Partnerprogramme können über Affiliate Netzwerke oder über Inhouse Affiliate Programme genutzt werden. Das sind sozusagen die "Treffpunkte" für Affiliates und Advertiser, über die alle Abläufe geregelt werden, auch die Vergütung.

Der größte und bekannteste Anbieter für Pay per Click Affiliate Marketing ist [Google AdSense](#).

Amazon PPC Werbung

Auch die [Anzeigenschaltung bei Amazon](#) folgt dem PPC Prinzip. Abhängig vom Kampagnentyp werden die Anzeigen an verschiedenen Positionen der Produktergebnisseiten präsentiert. Die Vorteile, Möglichkeiten und Verfahren der Pay per Click Werbung bei Amazon ähneln stark denen bei [Google Ads](#). So können Sie bspw. die Sichtbarkeit für ein Produkt erhöhen, saisonale Kampagnen planen, neue Produkte bekannter machen oder Nutzer auf Abverkäufe aufmerksam machen.

Voraussetzungen für erfolgreiche PPC Kampagnen

Um die Werbung mit Pay per Click Kampagnen effizient zu gestalten, ist es einerseits wichtig, **Werbeziele zu definieren** und andererseits, die **Performance der PPC Kampagnen zu messen**. Daher muss unbedingt ein [Conversion Tracking](#) eingerichtet werden.

Auf den Erfolg von PPC Kampagnen haben jedoch noch viele weitere Faktoren Einfluss, wie z.B.:

- Keywordanalyse und [Keyword-Optionen](#) (Keyword-Matchtypes)
- Kampagnenstruktur
- Abstimmung von Anzeigentext und Zielseiten auf das [Keyword](#)
- gut konvertierende [Landingpage](#)

Wichtig ist zudem eine **regelmäßige Überprüfung** und ggf. **Anpassung der Kampagnen**, je nach Performance der PPC Werbung.

Weiterführende Informationen: [Die häufigsten Fehler bei PPC-Ads](#)



Bildnachweis:

© [pupunkkop](https://pupunkkop.com) – stock.adobe.com

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