



Google Ads-Betreuung – Referenzen

Seit 2002 betreut Experteam Google Ads-Kampagnen von Firmen, die über ihre Internetseite ihr Geschäft ausbauen möchten.

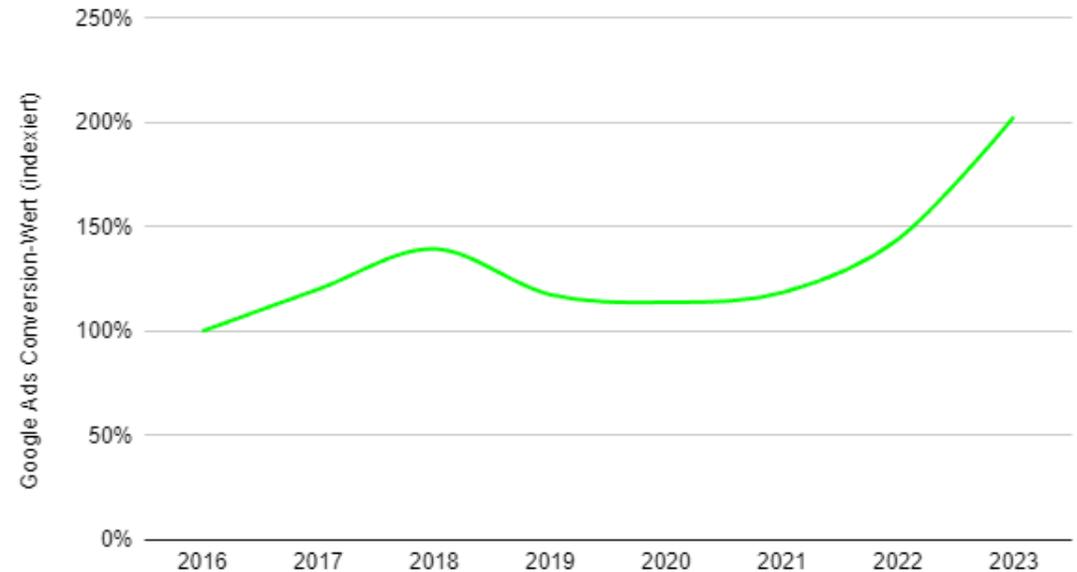
Experteam hat stets alle Google-Register gezogen und für seine Kunden nicht nur jedes neue Google-Produkt auf Herz und Nieren getestet, sondern auch eigene API-Tools entwickelt, die die Aussteuerung und Optimierung der Kampagnen erheblich verbessern. Inzwischen besitzen wir für Online-Shops, die Google Shopping betreiben, sogar ein eigenes CSS (Preisvergleichsportal), um unseren Kunden bei Google Shopping noch effizientere Klickpreise zu ermöglichen.

Mit der Zeit wuchsen natürlich auch die Herausforderungen: Google selbst stellt immer weniger Daten zur Verfügung, zudem sorgen europaweit verschärfte Datenschutzrichtlinien für geringere Messbarkeit. Und mehr und mehr Werbekonkurrenz in allen Branchen sorgt stetig für höhere Klickpreise – zuletzt Amazon, welches die letzten Jahre wieder mit Vollgas auf Google Shopping wirbt.

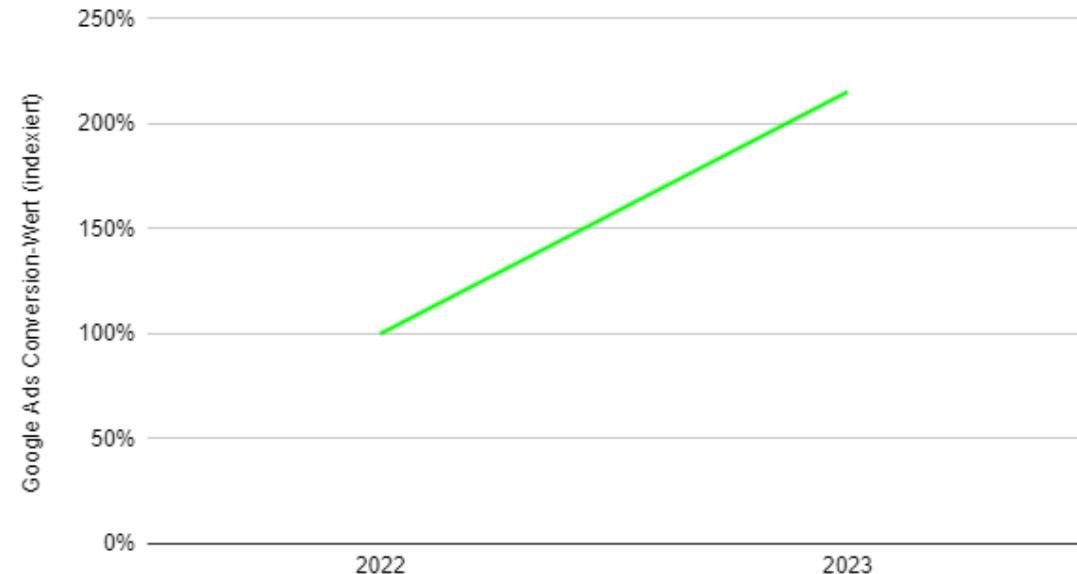
Die folgenden Beispiele zeigen, wie wir bei Experteam diese Hindernisse umschiffen und bei vielen unserer Kunden wirklich außergewöhnliche Wachstumsraten erzielen können. Lassen Sie sich überzeugen!



Die [FILCOM GmbH](#) bietet mit der [filcom-technik.de](#) einen Online-Shop für Druckluft und Hydraulik. Die Herausforderung bei diesem Kunden liegt neben den Streuverlusten im B2C-Bereich darin, dass sowohl kleinpreisige Zubehör- und Ersatzteile als auch hochpreisige Artikel beworben werden und letztere mit relativ wenigen Conversions hohe Conversion-Werte erzeugen. Daher musste eine Kampagnenstruktur und Gebotsstrategie gefunden werden, mit der dieses heterogene Produktportfolio optimal leistungsgerecht ausgesteuert werden kann.

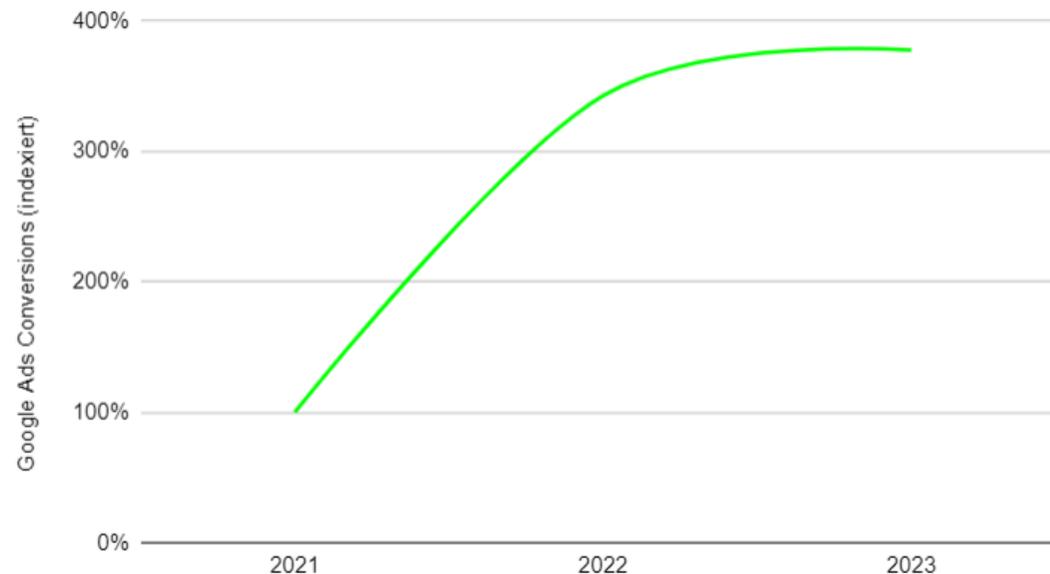


Die [k3 stadterlebnisse GmbH & Co. KG](#) bietet spannende Stadtführungen in verschiedenen Städten Deutschlands an. Nachdem auf CPA optimiert wurde, haben wir aufgrund der unterschiedlichen Wertigkeiten der Stadtführungen Conversion-Werte definiert. So konnten wir auf Kosten-Umsatz-Verhältnis optimieren, was die Rentabilität der Kampagnen gesteigert hat. Der Kunde hat daraufhin das Budget stetig erhöht. Mit Hilfe unserer Bidding-Skripte konnten wir bei diesem stark saisonalen Geschäft jederzeit das Beste herausholen. Zuletzt hat das Aufsetzen einer PMax-Kampagne zu einem weiteren Push geführt.



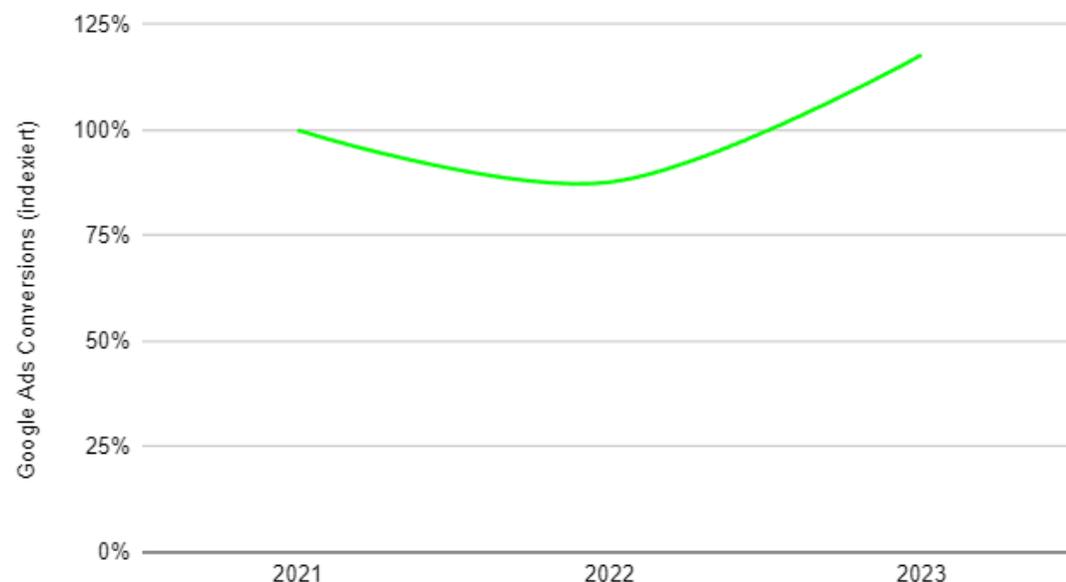


Die [Senger's e. U.](#) verkauft hochwertige Spezialitäten wie z.B. Kürbiskernöl aus der Steiermark. Gleich am Anfang unserer Zusammenarbeit hat der neue Kampagnenaufbau und der Wechsel in unser CSS zu einer deutlich besseren Performance geführt. Das Budget wurde stetig erhöht. Dank dem Einsatz unserer API-Skripte konnte dabei das Kosten-Umsatz-Verhältnis gehalten werden.



[mo-werkzeugkiste](#) ist ein Online-Shop für Werkzeuge und Zubehör.

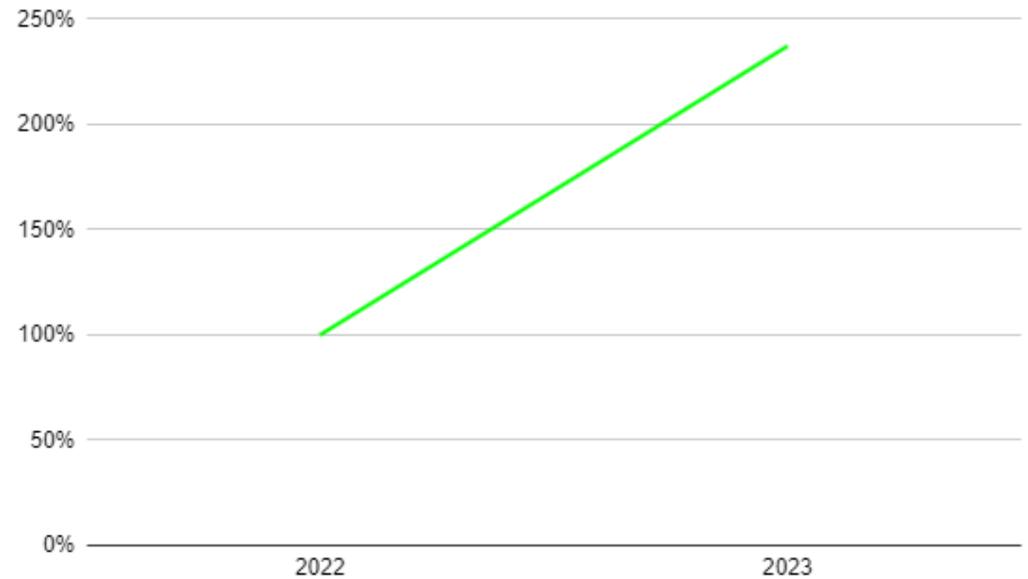
Wir haben hier mit Such- und Shopping-Kampagnen begonnen. Später wurden DSA- und Shopping- gegen P.Max-Kampagnen getestet, und die gute Performance bei P.Max hat dazu geführt, dass wir Shopping und DSA dadurch ersetzt haben. Es wird auf Ziel-ROAS über unsere API-Skripte angesteuert. Darüber hinaus optimieren wir regelmäßig performance-basiert die beworbene Produktauswahl.





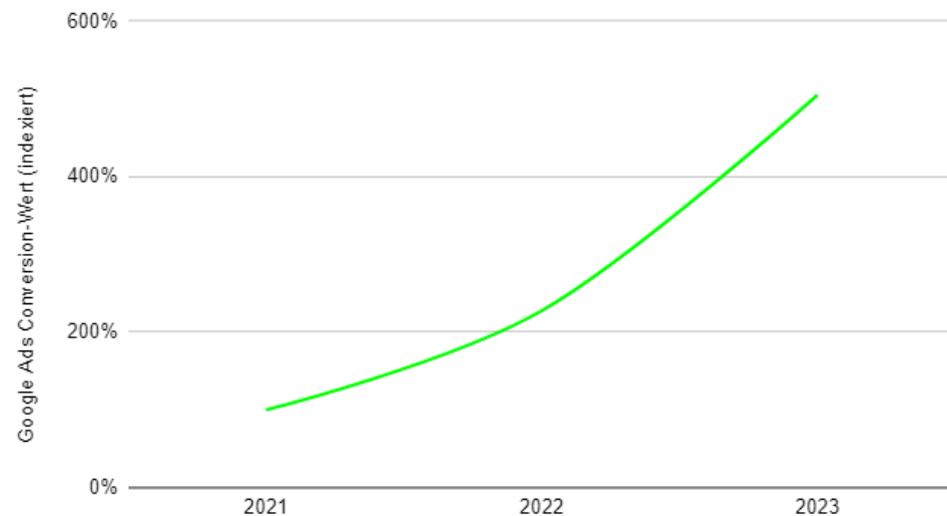
[Diller Powerparts](#) ist ein Importeur für Factory-Dekores und -Teilen aus den USA.

Anfangs gab es Probleme mit dem Tracking und der Datenqualität des Shopping-Feeds. Nachdem die Webseite und Shopping-Feed erneuert und das Tracking von uns eingerichtet wurde, konnten wir mithilfe unserer Bidding-Skripte die Kampagnen deutlich verbessern. Der ebenfalls hinzugefügte Felgen- und Sitzbankkonfigurator hat als Alleinstellungsmerkmal zudem viele Kunden angesprochen.



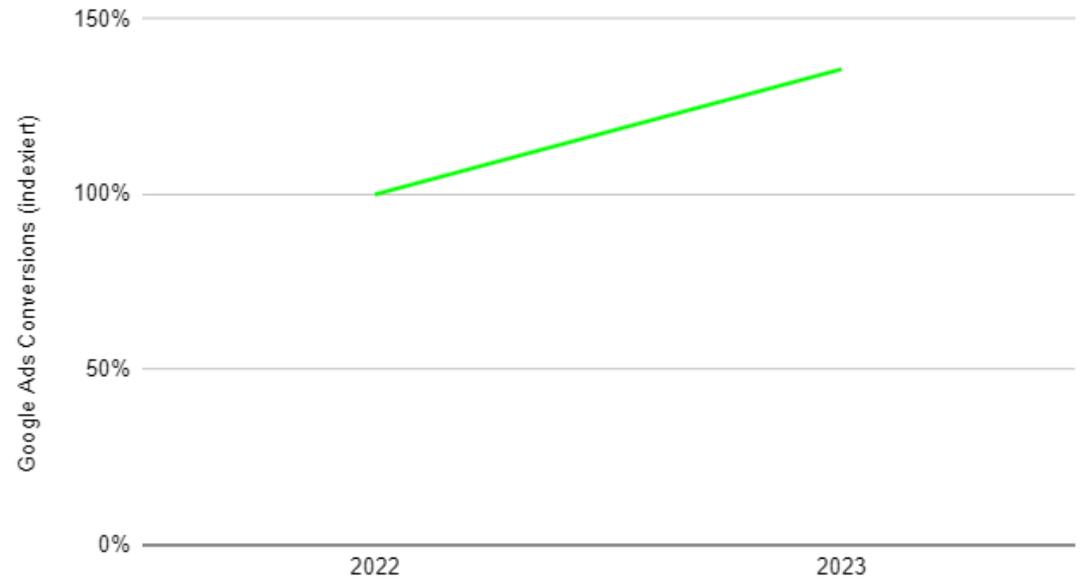
[duschkabine-shop.de](#) ist ein Online Shop für Duschkabinen und Zubehör der Firma paderglas, der von Marc Scholz betreut wird, bei dem wir uns bei dieser Gelegenheit gern für die gute Zusammenarbeit bedanken.

Das KUV darf 15% nicht überschreiten und soll am besten bei 10% liegen. Durch stetige Optimierungen haben wir Produkte ausgeschlossen, bei denen das KUV nicht erreicht werden konnte. So wurden die KUV-Ziele übertroffen, so dass die Werbeausgaben erhöht werden konnten. Mithilfe von P.Max-Kampagnen konnten 2023 die Ergebnisse noch besser skaliert werden.

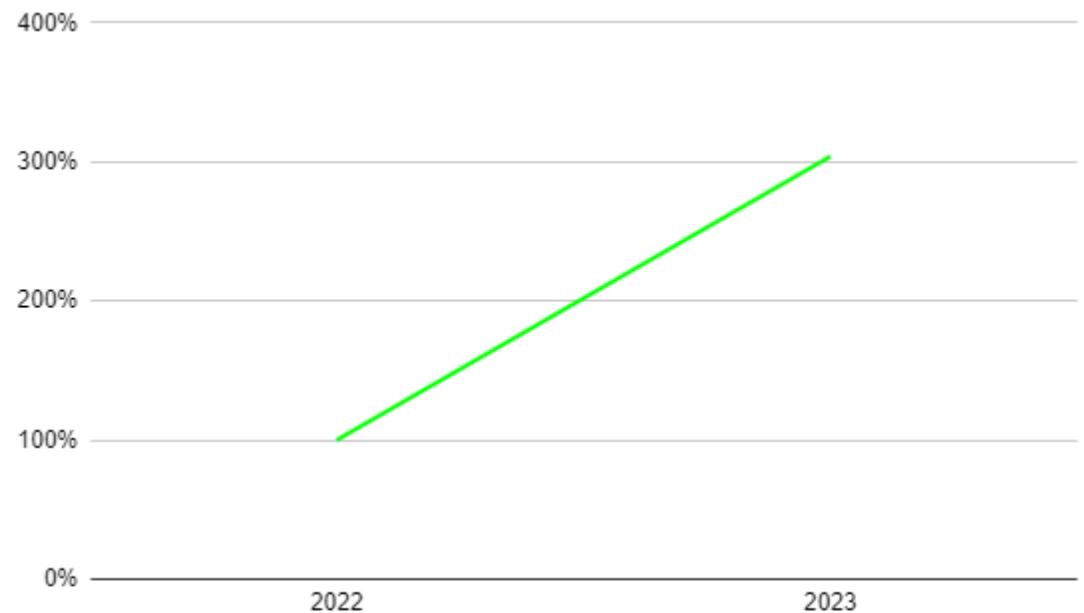




Die [HUGO Transport & Logistics GmbH](#) ist ein Speditionsunternehmen für internationale Transporte. Mit Hilfe vieler differenzierter Anzeigengruppen, dem Ausschluss von Zielgruppen in den Anzeigentexten, der Schaltung der Anzeigen zu bestimmten Uhrzeiten und dem konsequenten Ausschluss von unpassenden Suchbegriffen nahm die Qualität der Anfragen stark zu. Dadurch verbesserte sich der CPA, so dass das Budget nach und nach weiter erhöht werden konnte.



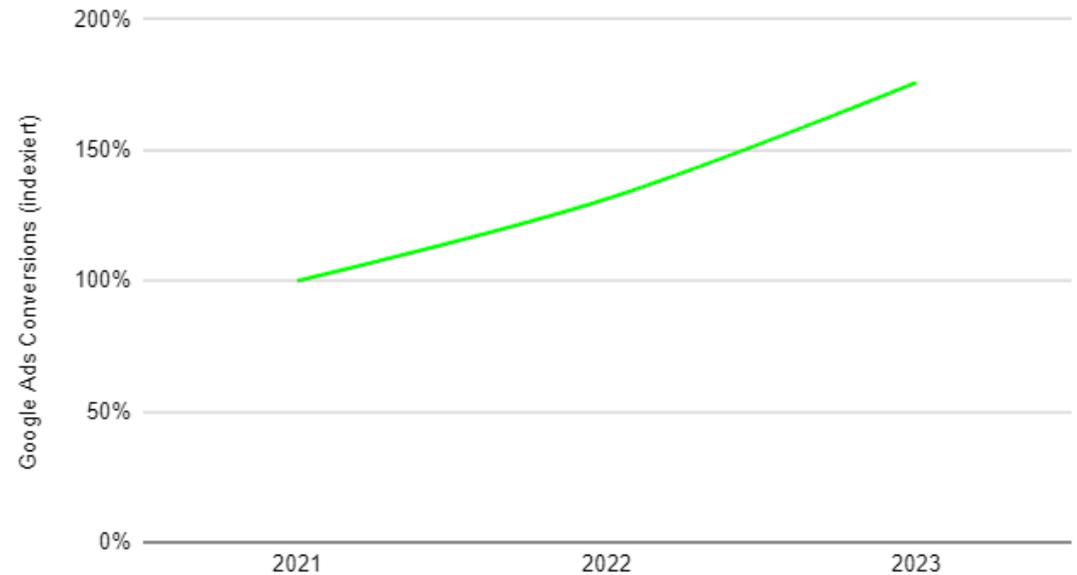
[Keune Haircosmetics](#) ist ein B2C Online-Shop für Haarpflegeprodukte. Hier bestand anfangs die Schwierigkeit darin, dass vor allem B2C-Kunden angesprochen werden sollten. B2B ist recht stark, wurde daher für unsere Optimierung aus den primären Conversion-Aktionen herausgenommen. Wir haben durch unsere Technologien eine stetig bessere Performance erreicht. Zudem wurden mittels einer PMax-Kampagne mit verschiedenen Assets zunehmend noch bessere Ergebnisse erzielt.





MARTIN INTERNATIONALE SPEDITION & HANDELSGESELLSCHAFT MBH

Die [MARTIN Internationale Spedition & Handelsgesellschaft mbH](#) ist ein internationales Speditionsunternehmen. Wir haben die Kampagne stark regionalisiert und die Anzeigentexte und Keywords immer weiter optimiert, so dass sich der CPA, auch mit Hilfe passender Skripte konstant verbesserte und das Budget immer weiter erhöht werden konnte. Fokus wurde vor allem auf die Qualität der Anfragen gelegt.



Ein weiterer unserer Kunden verkauft in seinem Onlineshop Teppiche bekannter Marken zu Outlet-Preisen. Bei stetiger Ausweitung des Budgets konnte der Conversion-Wert unter Einhaltung stabiler ROAS-Vorgaben immer weiter gesteigert werden. Das wurde durch die optimale Kombination unserer Tools mit den jeweils leistungsstärksten Google-Kampagnen und -Automatiken erreicht. Zuletzt gab es einen starken Anstieg durch den Wechsel auf unsere Cookie Management Plattform (CMP) mit Upload-Conversions.

