



Liebe Kunden,

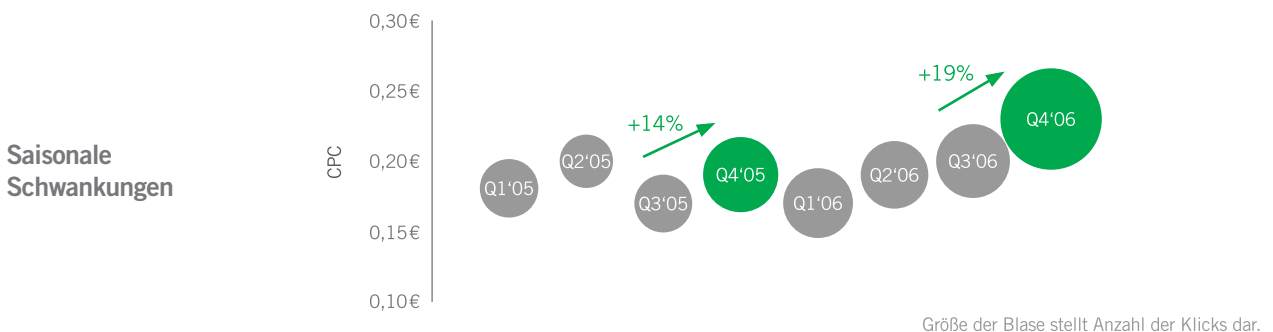
wann beginnt die Weihnachtszeit? Für den Onlinehandel schon lange vor dem 1. Advent. Laut einer Studie von [advertising.com](#) fangen die Verbraucher immer eher mit dem Shoppen an. So beginnen 50% der Befragten bereits im Oktober oder noch früher, Weihnachtsgeschenke zu kaufen. Ein Blick ins letzte Jahr lässt vermuten, dass die Deutschen 2007 am aktivsten in den letzten beiden Advents-Wochen shoppen. Damit Sie mit Ihrer AdWords-Werbung in der wichtigsten Zeit des Jahres erfolgreich sind, haben wir für Sie einige Informationen und Tipps zusammengestellt.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ihr Retail-Team

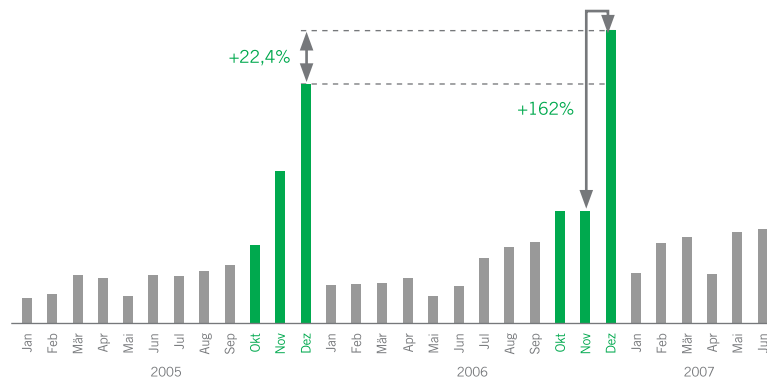
1. Potentiale in der Weihnachtszeit ausschöpfen

Sowohl der durchschnittliche Preis pro Klick (Cost-per-Click – CPC) als auch das Klickvolumen unterliegen starken saisonalen Schwankungen. In den vergangenen Jahren nahm das Klickvolumen im vierten Quartal im Schnitt 80 % gegenüber dem Vorjahr zu. Parallel dazu stieg auch der CPC um bis zu 19 %. Nutzen Sie zusätzliche Potentiale und passen Sie Ihr Budget rechtzeitig diesen Saisonalitäten an.



2. Top Keywords

Das Suchvolumen auf google.de wird nach unseren Erwartungen zwischen 20-30 % zunehmen. Aber wonach suchen Ihre potentiellen Kunden verstärkt vor den Festtagen? Besonders Suchanfragen um die Themen Weihnachten und Geschenke steigen in diesem Zeitraum deutlich. Zu den 2006 am häufigsten gesuchten Begriffen zählten „Weihnachten“, „Weihnachtsgeschenke“, „Geschenk“ und „Geschenkeideen“.



BU/Headline: Suchanfrage-Volumen für das Keyword „Geschenke“ auf google.de ³

¹ [advertising.com](#), Juli 2007

² comScore, Januar 2007

³ Google interne Daten



3. Machen Sie Ihre Kampagnen fit für Weihnachten

Nutzen Sie die Potentiale des erhöhten Suchvolumens und bereiten Sie Ihre Kampagnen vor. Wir haben Ihnen einige Optimierungstipps zusammengestellt.

1. Erstellen Sie themenspezifische Weihnachtskampagnen und -texte

Mehr Traffic durch erhöhtes Suchvolumen

Erstellen Sie eine separate Kampagne rund um das Thema Weihnachten mit spezifischen Keywords und Texten. Greifen Sie Top-Suchbegriffe wie „Weihnachten“, „Geschenke“, „Weihnachtsgeschenke“, „Weihnachtsideen“, „Geschenketipps“ auf. So können Sie Ihre Kunden gezielter ansprechen. Zudem ist es sinnvoll, innerhalb bestehender Kampagnen zusätzliche weihnachts-spezifische Anzeigentexte zu erstellen. Unser System testet, welche Textvariante erfolgreicher ist und schaltet diese häufiger. So können Sie feststellen, ob weihnachts-spezifische Anzeigen effektiv sind, ohne tiefgreifende Änderungen an bewährten Kampagnen vorzunehmen.

2. Locken Sie mit Angeboten & schneller Lieferung

Der Preis spielt eine wichtige Rolle im Entscheidungsprozess. Besondere Verkaufsaktionen oder Sonderangebote zur Weihnachtszeit sollten Sie daher im Anzeigentext hervorheben. Auch eine schnelle und verlässliche Lieferung ist gerade zu dieser Jahreszeit ein entscheidendes Kaufargument. Betonen Sie Ihre Stärke in diesem Bereich und verwenden Sie beispielsweise Formulierungen wie „Lieferung am nächsten Tag“, „kostenloser Versand“ oder „garantierte Lieferfrist“.

3. Erhöhen Sie Ihr Tagesbudget

Gerade im Einzelhandel steigen das Klickvolumen und auch die Umwandlungsrate zur Weihnachtszeit erheblich. Passen Sie Ihr Tagesbudget dementsprechend an, um sicher zu stellen, dass Ihre Anzeigen während der Hauptgeschäftszeit des Jahres durchgehend geschaltet sind. Nutzen Sie den erhöhten Traffic und steigern Sie Ihre Verkäufe!

4. Verlinken Sie Ihre Anzeigen auf die passende Zielseite

Richtige Zielgruppen ansprechen

Ihre Anzeigen sollte Ihre Besucher direkt auf die Seite Ihrer Website weiterleiten, die die im Text erwähnte Weihnachtsartikel oder Angebote enthalten. Kaufbereite Kunden verlassen Onlineshops schnell, wenn Sie nicht unmittelbar finden, was sie zum Klicken auf die Anzeige veranlasst hat. Tipp: Denken Sie eventuell darüber nach, eine spezifische Microsite rund um das Thema Weihnachten zu erstellen.

5. Nutzen Sie Werbung im Content-Netzwerk

Nicht nur die Suchanfragen rund um Weihnachten nehmen zu, auch im Content-Netzwerk wird über das Thema häufig berichtet. Nutzen Sie diesen Trend und schalten Sie Ihre AdWords-Weihnachtskampagne auch im Content-Netzwerk, um Ihre Reichweite zu erhöhen und zusätzliche Abverkäufe zu generieren.

Hinweis

Gerne unterstützen wir Sie bei dem Erstellen einer Weihnachtskampagne oder bei der Umsetzung unserer Ratschläge. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme!