

Pressemitteilung

marcapo erweitert EasyOnline um Google Ads Modul

Individuelle Google Ads Kampagnen per Maus- klick automatisiert erstellen und ausspielen

Ebern, 13. November 2019 +++ Die marcapo GmbH, der führende Spezialist für lokale Markenführung und Marketingportale (www.marcapo.com), revolutioniert mit ihrem neuen Google Ads Modul die Art und Weise, wie Marken und ihre lokalen Absatzpartner individuelle Online-Marketing-Kampagnen bei Google planen, vorbereiten und durchführen können. Im Gegensatz zu herkömmlichen Methoden braucht es lediglich wenige Mausklicks und rund fünf Minuten Zeit, um maßgeschneiderte Google Ads Kampagnen lokal umzusetzen. Neben der initialen Keyword-Recherche und der Kampagnen-Konzeption erfolgt auch die Erstellung der Anzeigen- und Landingpage-Texte völlig automatisch. So können selbst kleine Absatzpartner mit einem Budget von nur 150 Euro monatlich ihr volles Potenzial mit Google Ads entfalten. Damit verlängern Marken ihr eigenes Online-Marketing in den lokalen Raum und vergrößern die Reichweite ihrer Kampagne deutlich.

Google Kampagnen manuell aufzusetzen, ist komplex und zeitintensiv

Üblicherweise dauert das Aufsetzen einer Google Ads Kampagne mehrere Stunden – zumal in der Regel externe Dienstleister wie SEA- und Web-Agenturen beteiligt sind, was zusätzliche Kosten verursacht. Hinzu kommt: Kampagnen zielführend aufzusetzen und erfolgreich durchzuführen, ist sehr komplex. Darum braucht es ein hohes Maß an Fachwissen und Erfahrung. Allein mit den grundsätzlichen Vorüberlegungen – Welche Produkte und Services sind geeignet? Welche Keywords sind relevant? Wie viel Budget ist erforderlich? – sind viele Marketer bereits überfordert.

Kampagnen automatisch konzipieren und durchführen

Abhilfe schafft das neue Google Ads Modul. Marken, die ein Marketingportal von marcapo betreiben, haben zwei Möglichkeiten: Sie können ein fertiges Set an Kampagnen samt Texten und Landingpages in ihr Portal integrieren lassen. Alternativ führen die zertifizierten Google Experten von marcapo einen Workshop mit der Marke durch und konzipieren im Anschluss eine Master-Kampagnen, die dem Bedarf der lokalen Absatzpartner optimal entspricht. Um die Master-Kampagnen für ihren individuellen Zweck anzupassen, müssen sich lokale Absatzpartner nur in das Marketingportal einloggen, das entsprechende Kampagnen-Set anhand eines Themas auswählen und neben dem gewünschten Zeitraum auch das Monatsbudget festlegen. Dabei können sie sich an einer automatisch generierten Empfehlung orientieren, die auf dem Such- und Klickvolumen der relevanten Keywords basiert – und so den Klickpreis optimieren. Sobald die Kampagne startet, fließen individuelle Informationen, wie etwa Logo, Kontaktdaten, Werbeslogans

und Unternehmensbeschreibungen, in Anzeigen- und Landingpage-Texte automatisch ein. Google-spezifische Anforderungen, wie etwa Zeichenbegrenzungen bei Anzeigentexten, sind bedarfsgerecht skalierbar und lassen sich auch für eine große Anzahl an Absatzpartnern individuell anpassen.

Maximaler Nutzen bei minimalem Aufwand

Da das Marketingportal über eine direkte Schnittstelle mit Google verknüpft ist, erfolgen die Kampagneneinstellung und -optimierung völlig automatisch. So können Absatzpartner auch ohne spezifisches Experten-Know-how das volle Potenzial von Google Ads ausschöpfen, während Marken ihre Administrationskosten dank Prozessautomatisierung spürbar senken. So ist sichergestellt, dass Unternehmen mit minimalem Aufwand den maximalen Nutzen aus ihren Google Ads Kampagnen ziehen.

Klassisches und Online-Marketing aus einer Hand

Neben der vollautomatischen und damit kostengünstigen Kampagnen-Konzeption und -Umsetzung hat marcapo gegenüber spezialisierten SEA-Agenturen einen weiteren Vorteil: Über das Marketingportal können Marken und lokale Absatzpartner nicht nur professionelles Online-Marketing betreiben, sondern auch analoge Kampagnen durchführen – aus einer Hand, ohne weitere Dienstleister und ohne Systemwechsel. In einem einzigen System, nämlich dem Marketingportal, können Marken auch Werbekostenzuschüsse einfach auszahlen und somit ihre lokalen Partner bei der Maßnahmenumsetzung effizient unterstützen. Dabei ist es sowohl inhaltlich als auch abwicklungstechnisch möglich, Online- und Offline-Kampagnen über das Portal zu vernetzen. Zudem gibt es für beide – Marke und Partner – ein zentrales Dashboard, das ihnen gestattet, sich über vergangene, laufende und geplante Kampagnen jederzeit transparent auf dem Laufenden zu halten.

Absatzpartner passen eine Master-Kampagne individuell an, indem sie das entsprechende Kampagnen-Set anhand eines Themas auswählen und neben dem gewünschten Zeitraum auch das Monatsbudget festlegen.

Über die marcapo GmbH

marcapo mit Hauptsitz im fränkischen Ebern ist Pionier auf dem Gebiet der lokalen Markenführung und hat sich seit Gründung im Jahr 2005 zum führenden Spezialisten für lokale Markenführung und Marketingportale mit Erfolgsgarantie entwickelt. Über die ELM-Methode (Erfolgreiche lokale Markenführung) und dessen Kernstück, das webbasierte Marketingportal, gestalten, bestellen und schalten über 40 europäische Markenunternehmen mit Absatzpartnerstrukturen CD-konforme und zugleich individuelle Werbemaßnahmen, die die lokale Markenführung von über 48.000 Absatzpartnern nachweislich erleichtern. Darüber hinaus gibt es weitere Leistungsbausteine, die den Erfolg der Anwender fördern: Positionierung, Design, Vermarktung, Absatzpartnerbetreuung, Fulfillment und strategische Beratung. Gemeinsam mit seinen über 150 Mitarbeitern betreut marcapo namhafte Unternehmen wie ERGO, Goodyear, Hansgrohe, Wella und WWK Versicherungen.

Kontakt:

marcapo GmbH
Thomas Öttinger
Bahnhofstr. 4
D-96106 Ebern

Möller Horcher Public Relations GmbH
Patricia Heiss
Ludwigstr. 74
D-63067 Offenbach am Main

Tel: +49 (0)9531-9220-102
Fax: +49 (0)9531-9220-92
E-Mail: thomas.oetinger@marcapo.com
Internet: www.marcapo.com

Tel: +49 (0)69-809096-54
Fax: +49 (0)69-809096-59
E-Mail: patricia.heiss@moeller-horcher.de
Internet: www.moeller-horcher.de