Google AdWordsTM Qualitätsfaktor in Intershop Bid Management Software integriert

12.02.2009, 17:34 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Intershop Communications Online Marketing GmbH*

Intershop Online Marketing

Bessere Kampagnensteuerung im Suchmaschinenmarketing
- Gezielte und kosteneffiziente Steigerung des Qualitätsfaktors
- Umfassende Lösung für Bid Management als Self Service für Agenturen und Kunden verfügbar

Frankfurt am Main, 12. Februar 2009 – Die Frankfurter Online-Marketing-Agentur von Intershop hat den Google AdWordsTM Qualitätsfaktor* (Quality Score) nur wenige Monate seit seiner Offenlegung in die neueste Softwareversion des Intershop Bid Managers integriert.

Der Qualitätsfaktor hat maßgeblichen Einfluss auf die Position einer Google-Anzeige. Damit ist er wesentlich für den Erfolg einer Suchmaschinenmarketingkampagne in Google. Grundsätzlich gilt: je höher der Qualitätsfaktor eines Suchbegriffs, desto geringer die Kosten pro Klick und desto höher die Position der Anzeige. Eine Steigerung des Qualitätsfaktors sorgt somit für sinkende Klickpreise, meist auch für höhere Klickzahlen und für einen besseren Budgeteinsatz.

Mit dem Intershop Bid Manager können Suchbegriffe anhand Ihres Qualitätsfaktors gefiltert und dediziert optimiert werden. Durch die zentrale Lösung wird die Steigerung der Kampagnenergebnisse deutlich vereinfacht.
„Wir haben mit der Universität Frankfurt einen einzigartigen Algorithmus zur Gewinnmaximierung einer Kampagne entwickelt und im Intershop Bid Manager abgebildet. Daneben bietet der Intershop Bid Manager nun auch die Möglichkeit, Werbekosten für Kampagnen in Google AdWords anhand des Qualitätsfaktors effizient zu optimieren“, sagt Thomas Grübel, Director SEM bei Intershop.

Der Intershop Bid Manager ist eine Softwarelösung für Reporting und Optimierung von Suchmaschinenmarketing-Kampagnen. Sie wurde in den letzten vier Jahren vom Frankfurter Online-Marketing-Team entwickelt und bisher ausschließlich im täglichen Kampagnenmanagement für die Online-Marketing-Kunden von Intershop eingesetzt.

Aufgrund der vielfältigen und flexiblen Steuerungsmöglichkeiten bei der Steigerung des Kampagnenerfolgs und der gestiegenen Nachfrage nach Lösungen zur Optimierung des Budgeteinsatzes stellt Intershop diese Softwarelösung seinen Kunden und Partnern nun auch als „Software as a Service“ (SaaS) zur Verfügung.

* Weitere Informationen zum Google AdWords Qualitätsfaktor siehe auch
http://adwords.google.com/support/bin/answer.py?hl=de&answer=21388

E-Commerce at its best! - Intershop auf der CeBIT 2009
Hannover, 3.-8.März 2009, Halle 6, Stand J16

Portrait

Intershop Communications AG (gegründet 1992; Prime Standard: ISH2) ist ein führender Anbieter innovativer und umfassender E-Commerce-Lösungen. Das Unternehmen bietet mit Enfinity Suite 6 eine leistungsstarke Standardsoftware für den Vertrieb über das Internet, alle zugehörigen Dienstleistungen sowie umfassende Online-Marketing-Services an. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Weltweit setzen über 300 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Otto, Tchibo, Deutsche Telekom und Quelle. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland (Jena) und unterhält Niederlassungen in den USA und Europa. Weitere Informationen über Intershop erhalten Sie im Internet unter www.intershop.de.

News-ID: 281620 • Views: 164 (Stand: 02.11.2026)

Link zur Pressemitteilung:
https://www.openpr.de/news/281620/Google-AdWordsTM-Qualitaetsfaktor-in-Intershop-Bid-Management-Software-integriert.html