

Willkommen zum Google AdWords Erfolgsrechner

Zur Verfügung gestellt von:

gh consulting – gordian hense
 Bügl Grond 91
 CH 7550 Scuol

<http://www.gh-consuling.net>

Google AdWords Erfolgsrechner

Annahmen

Durch. Verkaufspreis	100 €
Durch. Verkaufskosten	70 €
Conversion-Rate	3.50%
Tagesbudget	35 €

Der Verkaufspreis des Produktes, welches Sie auf der Seite verkaufen, für das Sie mit AdWords werben. Zum Beispiel ein paar Schuhe zu 100 Euro.

Die Kosten des Produktes inkl. aller Kosten bis zum Verkauf (Verkaufspreis – Marge). Also in diesem Beispiel 100 – 30 Euro.

Wie viel Prozent der Besucher kaufen ein Produkt auf Ihrer Webseite? Wenn Sie das noch nicht wissen, gehen Sie mal von 3.5 % aus.

Was sind Sie bereit für die Werbung mit AdWords pro Tag auszugeben? Spielen Sie mit diesem Betrag, je nach Branche, Produkt und Region können grosse Unterschiede entstehen.

Ergebnisse

Kosten pro Klick	Tagesbudget	CT	Kosten/Monat	CT/Monat	Verkaufszahl	Umsatz/Monat	Rohertrag
0.05 €	35 €	700	1'050 €	21'000	735	73'500 €	21'000 €
0.10 €	35 €	350	1'050 €	10'500	368	36'750 €	9'975 €
0.20 €	35 €	175	1'050 €	5'250	184	18'375 €	4'463 €
0.25 €	35 €	140	1'050 €	4'200	147	14'700 €	3'360 €
0.50 €	35 €	70	1'050 €	2'100	74	7'350 €	1'155 €
1.00 €	35 €	35	1'050 €	1'050	37	3'675 €	53 €
2.50 €	35 €	14	1'050 €	420	15	1'470 €	-609 €
5.00 €	35 €	7	1'050 €	210	7	735 €	-830 €

Beschreibung

Bei Google AdWords zahlt man immer nur wenn eine Anzeige im Google Netzwerk angeklickt und der Besucher auf die entsprechende Webseite weiter geleitet wird. Aus Erfahrung weiss man, dass ein bestimmter Prozentsatz der Besucher einer Webseite ein Produkt auch dort kaufen oder ihre Daten hinterlassen. Das nennt man eine „Conversion“. Falls man noch keine Erfahrungen in seiner Branche, mit seinen Produkten und der Verkaufsregion hat, sollte man als Richtlinie 3.5 % ansetzen. Später kann man anhand der tatsächlichen Daten diese Berechnung verfeinern. Um auszurechnen wie der Erfolg über diese Art der Werbung ist, kann man in diesem Formular die Werte Verkaufspreis, Verkaufskosten, Conversion-Rate und Tagesbudget eingeben und die entsprechenden Werte in den Ergebnissen verfolgen. Wenn Sie wissen, welche Kosten pro Klick in Ihrer Branche und dem beworbenen Produkt in der entsprechenden Region gezahlt werden, können sie in der Zeile die Ergebnisse ablesen und entscheiden ob das Tagesbudget das richtige für Sie ist.

Angenommen wir bleiben bei dem Basisbeispiel und in Ihrer Branche/Produkt/Region wird ein Klickpreis von ca. 0.25 (Kosten pro Klick) Euro gezahlt, dann erreichen Sie mit Ihrem Budget, dass 140 Besucher pro Tag (CT), also 4'200 Besucher pro Monat ihre Seite besuchen. Diese Besucher kaufen 147 Produkte und erzeugen einen Umsatz von 14'700 Euro. Ihr Rohertrag beträgt dann 3'360 Euro. Davon wurden die Kosten für AdWords bereits abgezogen.