

FALLSTUDIE

**PPC INTERNATIONAL -
ETABLIERUNG VON
GEALAN AM RUSSISCHEN
MARKT**

Wie etablieren wir unser Unternehmen am russischen Markt?

Eine Frage, die nicht selten bei großen aber auch mittelständischen Unternehmen aufkommt, für die Russland ein verlockender Absatzmarkt ist. Nur verständlich, denn es ist eines der größten Länder der Welt und auch seine Einwohnerzahl rankt in den globalen Top 10. So befinden sich hier knapp 144 Millionen potenzielle Neukunden, die es für sich zu gewinnen gilt.

Der schnellste und vergleichsweise kostengünstigste Weg, um erste Erfahrungswerte auf neuen Absatzmärkten zu sammeln, ist Onlinewerbung. Im Hinblick auf Russland muss dabei mehr als nur die sprachliche Hürde überwunden werden. So besitzt Google als Suchmaschine hier keine Monopolstellung. Die russische Suchmaschine Yandex behauptet sich seit Jahren mit gleichwertigen Marktanteilen als starke Konkurrenz. Eine Werbeschaltung über Yandex hält für ausländische Unternehmen jedoch einige Stolpersteine bereit. Zum einen sind Anzeigen ausschließlich in russischer Sprache möglich. Zum anderen bietet die englische Version des Werbeeinterface nur einen begrenzten Funktionsumfang.

Darüber hinaus sind ebenfalls kulturelle Unterschiede bezüglich Werbegewohnheiten und Werbesprache zu beachten. Erfolgsversprechend sind beispielsweise die verstärkte Präsentation von Produkten als Statussymbol oder die Erzeugung eines starken Zusammenhalts.

Wie die Anzeigenschaltung dennoch erfolgreich gelingen kann, veranschaulicht das im Folgenden dargestellte Projekt von GEALAN, einem der führenden Hersteller im Bereich innovativer Fenstersysteme, in Zusammenarbeit mit der Performance Marketing Agentur Clicks Online Business.

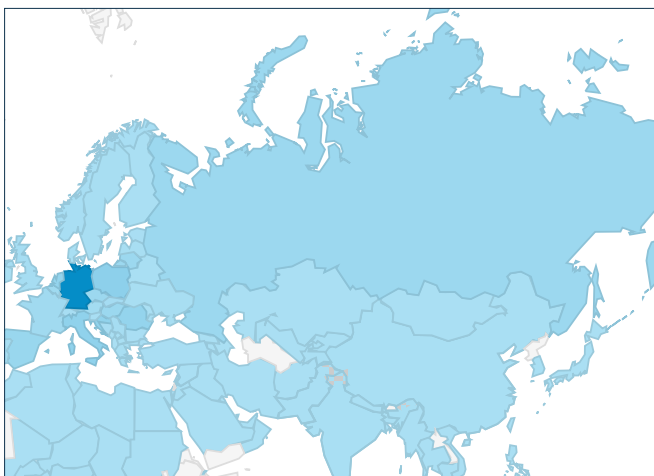
Fallbeispiel

➤ DIE HERAUSFORDERUNG

GEALAN hat es sich im Juni 2018 zum Ziel gesetzt, seine Marke und Produkte am russischen Markt neu zu etablieren. Anstoß für die Expansion gaben bereits bestehende Geschäftsbeziehungen mit einzelnen russischen Fensterherstellern.

Mit diesem Vorhaben beauftragte GEALAN die Performance Agentur Clicks Online Business, die für das Unternehmen bereits die deutsche Onlinewerbung betreute. Die konkrete Zielstellung für Russland war hierbei die Steigerung der Bekanntheit der Marke GEALAN und deren Produkte.

Nutzerverteilung von gealan.de nach Standort im Zeitraum vom 01.01.2018 bis 30.06.2018



Nutzeranzahl
niedrig  hoch

➤ DAS VORGEHEN

In einem ersten wichtigen Schritt erstellte Clicks Online Business eine Potenzialanalyse, um die Chancen und Risiken des Russland-Vorhabens aus der Perspektive des Onlinebereichs zu beurteilen. Die Daten sprachen eindeutig für den Schritt in den russischsprachigen Online-Werbemarkt.

Vor dem Hintergrund der starken Konkurrenz zwischen Yandex und Google im russischsprachigen Web, wurde auf Agenturseite eine Doppelstrategie für die Anzeigenschaltung entwickelt, bei der beide Suchmaschinen als Werbekanäle dienen. Die Werbeplanung und Betreuung erfolgten seitens Clicks Online Business durch russische Muttersprachlerinnen im SEA-Team. Im zweiten Schritt wurde anhand einer Recherche relevanter Keywords in beiden Werbekanälen eine effektive Kontostruktur ausgearbeitet und umgesetzt.

Der Aufbau des Yandex und Google Werbekontos wurde innerhalb kürzester Zeit umgesetzt. Die Anzeigenschaltung im Onlinebereich umfasst dabei drei vom Kunden gewählte Produkte des Unternehmens sowie die Marke GEALAN. Daran orientiert entstanden Kampagnen, Anzeigengruppen und die eigentlichen Werbeanzeigen in verschiedenen Text- sowie Bildformaten.

Beim Kampagnen-Setup bestand die zusätzliche Herausforderung, sowohl Fensterhersteller als Produktabnehmer und Endkunden mit der Anzeigenschaltung anzusprechen, obwohl die Landingpage nicht variiert. Die Fensterhersteller selbst dienen in diesem Fall als Abnehmer, die Endkunden haben Vertrauen in die Marke und fordern ganz aktiv genau diese Produkte bei den Fensterherstellern ein.

Doch eine Unterscheidung zwischen diesen Kundengruppen ist aufgrund datenschutzrechtlicher Gegebenheiten im Onlinebereich nur begrenzt möglich. Die Lösung: Eine Kombination von zielgruppenbasiertem Targeting und Variationen des Keyword-Sets sowie der Anzeigentexte für den B2B und B2C Bereich.

Zur Erfolgsmessung dienen im Onlinebereich Conversions, die globale Marketingziele repräsentieren. Je nach Kundenziel kann dies ein Kauf, eine Registrierung, eine Kontaktaufnahme oder Ähnliches sein. Diese genaue Messung ist ein enormer Vorteil, denn in keinem anderen Werbekanal lässt sich der Erfolg von Werbemaßnahmen so exakt messen. Grundlage hierfür ist die Implementierung von Tracking-Codes auf der zu bewerbenden Website. Diese wurden durch GEALAN unter Hilfestellung von Clicks Online Business eingebunden und unterliegen als wichtiges Element der Datenerfassung und Erfolgsmessung der stetigen Prüfung ihrer Funktionalität durch das SEA-Team.

Aber: Wer die Werbeplattform Yandex.Direct nutzt, steht bei der Erfolgsmessung vor dem Problem, dass die Statistiken zu Remarketing Conversions und wertvollen Conversions, wie für GEALAN z.B. eine Herstellersuche, nicht separat ausgewiesen werden. Die Agentur setzte daher auf ausgereiftes Datenmanagement der verschiedenen Conversion-Arten über Metrica, dem russischen Pendant zu Google Analytics.

➤ DER START DER KAMPAGNEN

Anfang Juli ging das neue Kampagnen-Setup bei Yandex sowie Google online. Aufgabe von Clicks Online Business war es, verstärkt die Werbeleistung in den nächsten Tagen und Wochen zu beobachten und Daten zur Entwicklung beider Konten zu sammeln.

Erste Ergebnisse: Die Anzeigenschaltung über Yandex und Google hat bereits zum Start eine starke Performance in der russischsprachigen Onlinewelt erzielt. Als charakteristisch zeigte sich hierbei für Yandex vor allem eine große Reichweite, wohingegen Google Ads Stärke bereits zu Beginn in der Klickrate lag. Um die Erfolge in beiden Werbesystemen zu sichern sowie Schritt für Schritt auszubauen, optimierte das SEA-Team fortlaufend beide Werbekonten.

➤ FORTLAUFENDE KONTOOPTIMIERUNG

Im Hinblick auf diese Zielstellung werden für beide Konten von Clicks Online Business stetig Traffic- und Nutzerverhaltens-Analysen durchgeführt, um relevante Zielgruppen aus der Vielzahl von russischsprachigen Nutzern immer spezifischer herauszufiltern. Zu Beginn der Anzeigenschaltung zeigten sich insbesondere für Yandex systembedingt größere Streuverluste, die mittels regelmäßiger Analyse des Suchverhaltens durch das SEA-Team auf ein Minimum reduziert wurden.

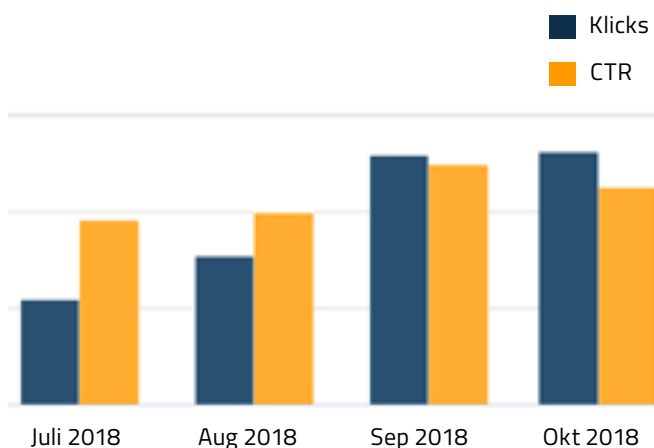
Für eine erfolgreiche Werbeschaltung reicht es jedoch nicht aus, die richtigen Zielgruppen zu finden, sondern diese müssen auch durch entsprechende Werbeinhalte vom Produkt und der Marke überzeugt werden. Die routinierte Durchführung von werbepsychologischen Anzeigentests ist hierfür ein unabkömmliches Mittel. Darüber hinaus ist ein systematisches Budget- & Gebotsmanagement entscheidend, um sich in der Anzeigenschaltung gegen die Konkurrenz zu behaupten.

➤ DIE ERGEBNISSE

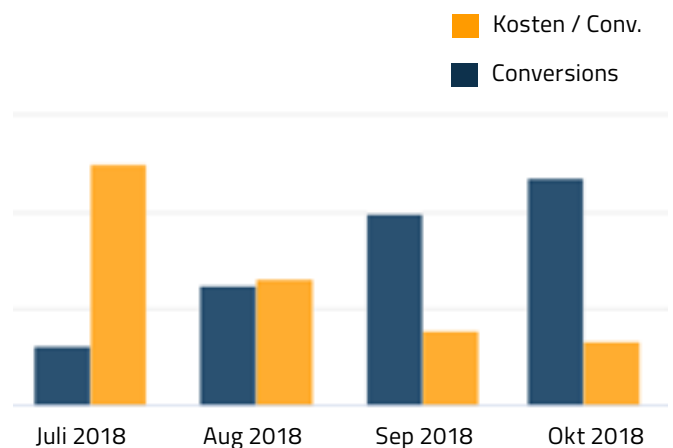
Die russischen Werbekonten von GEALAN sind mittlerweile seit über einem Vierteljahr online.

Mit der Optimierung der Anzeigenschaltung über Yandex gelang es dem SEA-Team in den ersten vier Monaten, die Impressionszahl und damit Reichweite um 106% zu steigern. Auch die Klicks verdoppelten sich im Zuge der Reichweitenerhöhung. Die gleichzeitige Zunahme der Klickrate um 17,26% belegt, dass es sich hierbei um relevanten Traffic handelt. Trotz des enormen Zuwachses gelang es dem SEA-Team den durchschnittlichen Klickpreis um mehr als 50% zu verringern. Verbunden mit dieser Traffic-Entwicklung erreichte Clicks Online Business eine Steigerung der Conversionzahl von über 100%. Ein weiterer Indikator für die Markenbekanntheit sind zudem monatliche Suchanfragen zur Marke GEALAN, die sich im Vergleich zum Zeitpunkt des Werbestarts um über 38% erhöhten.

Yandex Klicks & Klickrate



Yandex Conv. & Kosten pro Conversion



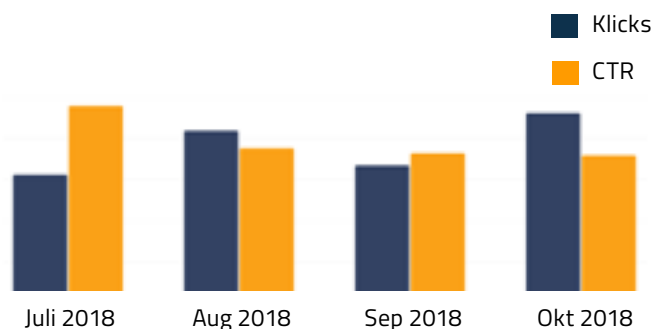
Auch bei Google erzielte das SEA-Team von Clicks Online Business im Vergleich zum Werbestart ein deutliches Performanceplus. Die Reichweite wurde um 98% vergrößert. Verbunden damit stieg die Klickzahl um 48,16% bei einer konstanten Klickrate sowie stabilem Klickpreis. Auch im Google-Werbenetzwerk zeigen sich positive Effekte der Anzeigenschaltung auf die Markenbekanntheit, welche sich mit Werbebeginn um über 20% erhöhte. Darüber hinaus wurde mittels der fortlaufenden Optimierung der Anzeigenschaltung über Google Ads ein Conversion-Plus von 5% generiert.

Neben diesen spezifischen SEA Kennzahlen, lassen sich ebenso positive Synergieeffekte zwischen Anzeigenschaltung und organischem Website-Traffic erkennen. Die gesamte Nutzerzahl erhöhte sich zudem seit Werbebeginn um mehr als das Siebenfache in Russland.

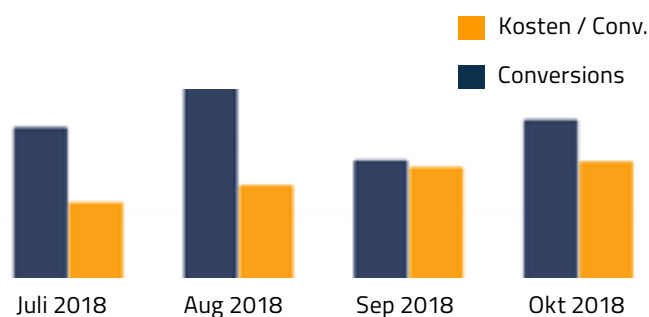
FAZIT

Durch die Maßnahmen der SEA Spezialisten von Click Online Business schaffte GEALAN den Sprung in den russischsprachigen Absatzmarkt durch einen herausragenden Start und die kontinuierlich positive Entwicklung beider Werbekonten.

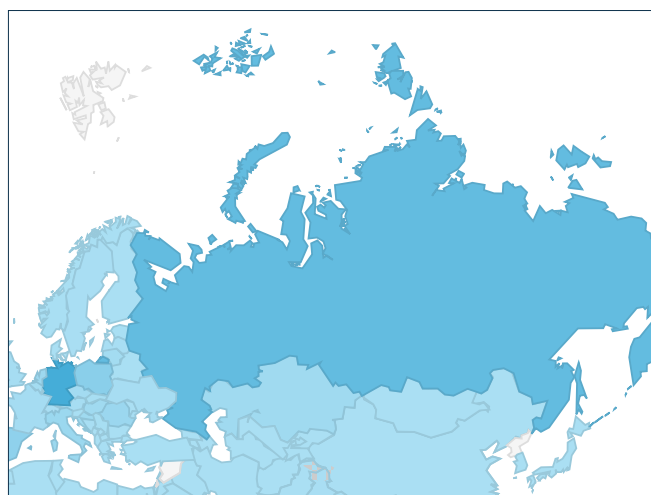
Google Ads Klicks & Klickrate



Google Ads Conv. & Kosten pro Conversion



Nutzerverteilung von gealan.de nach Standort im Zeitraum vom 01.07.2018 bis 30.11.2018



Nutzeranzahl
niedrig hoch



**Internationales Online und
Performance Marketing**

Clicks Berlin



Clicks Köln



Clicks Dresden



Clicks München



Clicks Berlin

Am Potsdamer Platz 10
10785 Berlin

☎ 030 / 76 21 26 26

Clicks Dresden

An der Mauer 1
01067 Dresden

☎ 0351 / 65 31 20 10

Clicks München

Josephspitalstraße 15
80331 München

☎ 089 / 45 47 71 04

Clicks Köln

Erna-Scheffler-Straße 1A
51103 Köln

☎ 0221 / 79 07 30 40



www.clicks.de
info@clicks.de