

Erklärung Cost per Click (CPC)

Erklärung Cost per Click (CPC)

Beispiel: Eine Webseite erfüllt die obigen Punkte und kommt aus dem Bereich Reisen. Der mögliche Kunde ist ein Reisebüro, das gerne Last Minute Reisen mit dem erstellten Werbebanner verkaufen möchte.

Als erstes ruft man am besten das Google Traffic Estimator auf und gebe dort als Suchbegriff „last minute reisen“ ein. Als Ergebnis bekommt man u.a. einen CPC von 1,18 € – 1,59 €. CPC heißt cost per click (Kosten pro Klick) und ist der von Google geschätzte optimale Preis, um die besten Klickraten im AdWords Netzwerk zu erzielen. Google greift dabei auf Bestandsdaten wie Anzahl der Suchanfragen und Klickpreisvorgaben der Mitbewerber zurück. Man nehme für eine Berechnung den günstigsten Preis und führe das beim Kunden auch als Argument an. Somit ergibt sich schon mal eine greifbare Summe, die sagt, dass ein Klick auf das Kundenbanner 1,18 € wert ist. Jetzt muss ich nur noch die geschätzten Klicks ermitteln und habe einen Endpreis. Dazu brauche ich noch einen anderen Wert der mir, zumindest am Anfang, unbekannt ist: Wie hoch ist die Klickrate?

Eine gängige Vorgabe ist hier ein Wert (CTR = click through rate) von 0,1 – 0,2%. Dieser Wert sieht extrem gering aus, aber er ist nur selten höher. Eine Optimierung ist sicher einen eigenen Artikel wert. Wir nehmen hier einen Mittelwert von 0,15%.

Jetzt muss es noch zu wissen, wie oft der Banner auf der Webseite sichtbar ist. Ist es auf einer speziellen Unterseite, dann muss ich mir die Besuchszahlen dieser einzelnen Seite ansehen. Dazu gibt es für WordPress Plugins oder man nutzt hier ebenfalls Google Analytics.

In meinem Beispiel soll das Banner in die Sidebar, die immer angezeigt wird und die Webseite wird pro Monat 100.000 mal aufgerufen. Jetzt haben wir alle Daten zusammen und können ganz unspektakulär einen Preis ausrechnen:

$$1,18 \text{ CPC} \times 0,0015 \text{ CTR} \times 100.000 \text{ Seitenaufrufe/Monat} = 177 \text{ € / Monat}$$

Das ist jetzt die Basis für die Preisvorgabe. Sollten Teile der anfangs aufgelisteten Kriterien nicht zutreffen, dann muss man bei diesem Preis Abstriche machen.

Dieser Preis, richtet sich nach Marktvorgaben und ist in jeder Beziehung auch zu begründen.