



HEY!

VIELEN DANK, DASS DU
UNSERE ÜBERSICHT ZUM THEMA
CPC (COST-PER-CLICK)
HERUNTERGELADEN HAST!

WIR HELFEN DIR AUCH GERNE IN ANDEREN BEREICHEN
WEITER! HIER KENNEN WIR UNS BESTENS AUS:

- SEO & Content-Marketing
- Ads in Google, Bing, Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, TikTok & YouTube
- Websites & Online-Anwendungen
- Grafik- & Corporate-Design
- Motion-Design & Fernsehwerbung

DU HAST INTERESSE? DANN SCHAU AUF UNSERER WEBSITE
VORBEI UND INFORMIERE DICH:

ZUR WEBSITE!

Factoren die van invloed zijn op de CPC

1

Concurrentie en de markt

De CPC hangt af van de mate van concurrentie.

2

Zoekwoorden en zoekintentie

Zoekwoorden met een hoog zoekvolume of een duidelijke koopintentie leveren over het algemeen hogere CPC's op dan zoekwoorden die puur informatief zijn.

3

Kwaliteitsfactor en relevantie

Google beoordeelt advertenties aan de hand van de kwaliteitsscore (die is gebaseerd op de klik-frequentie, de relevantie van de advertentietekst en de kwaliteit van de bestemmingspagina).

4

Biedstrategie en budget

De CPC varieert afhankelijk van de biedstrategie die u kiest. Ook het maximale bod en de omvang van het campagnebudget spelen een rol.

5

Meterwaarde en positie

De CPC wordt bepaald door de advertentiepositie. De advertentiepositie wordt berekend op basis van het bod, de kwaliteitsscore en het gebruik van advertentie-uitbreidingen.

6

Doelgroep en gebruikersgedrag

De CPC kan variëren, afhankelijk van de doelgroep.

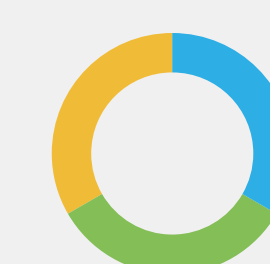
7

Tijdelijke factoren en invloeden van het platform

De CPC's variëren afhankelijk van het tijdstip van de dag en de dag van de week. Op B2B-markten liggen de advertentiekosten overdag op weekdays vaak hoger dan in het weekend.



<https://www.dreikon.de/nl/huidige/woordenlijst/cpc/>



DREIKON