



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!

Einflussfaktoren des CPC

1

Wettbewerb und Markt

Die Höhe des CPC hängt von der Konkurrenzsituation ab.

2

Keywords und Suchintention

Keywords mit hoher Suchnachfrage oder klarer Kaufabsicht erzielen i.d.R. höherer CPCs als rein informationsorientierte Keywords.

3

Qualitätsfaktor und Relevanz

Google bewertet Anzeigen mit dem Qualitätsfaktor (setzt sich aus Klickrate, Relevanz der Anzeigentexte und Qualität der Landingpage zusammen).

4

Gebotsstrategie und Budget

Je nach gewählter Gebotsstrategie schwankt der CPC. Das maximale Gebot und die Höhe des Kampagnenbudgets spielen ebenfalls eine Rolle.

5

Anzeigerang und Position

Der CPC wird durch den Ad Rank bestimmt. Dieser berechnet sich aus dem Gebot, dem Qualitätsfaktor und der Nutzung von Anzeigenerweiterungen.

6

Zielgruppe und Nutzerverhalten

Der CPC kann – je nach Zielgruppe – variieren.

7

Zeitliche Faktoren und Plattform-Einflüsse

Klickpreise schwanken je nach Tageszeit und Wochentag. In B2B-Märkten sind Werbekosten werktags tagsüber oft höher als am Wochenende.

