



INTERNATIONAL SEARCH ENGINE MARKETING

Erfolgreiche und effiziente Steuerung internationaler
Search Etats durch den Spezialisten

GLOBALES SEA UND SEO:

Was sind die zentralen Herausforderungen für Werbetreibende?

Viele international oder gar global agierende Unternehmen sehen sich in der Aussteuerung von Marketingmaßnahmen vor die Frage gestellt, was zentral gesteuert werden kann und was lokal umgesetzt werden muss. Diese Herausforderung stellt sich auch in der Konzeption, Planung und Durchführung internationaler Searchmaßnahmen:



Wie können global einheitliche Qualitätsbenchmarks eingehalten werden und wie aggregiert man die notwendigen Daten für die Reporting Line?

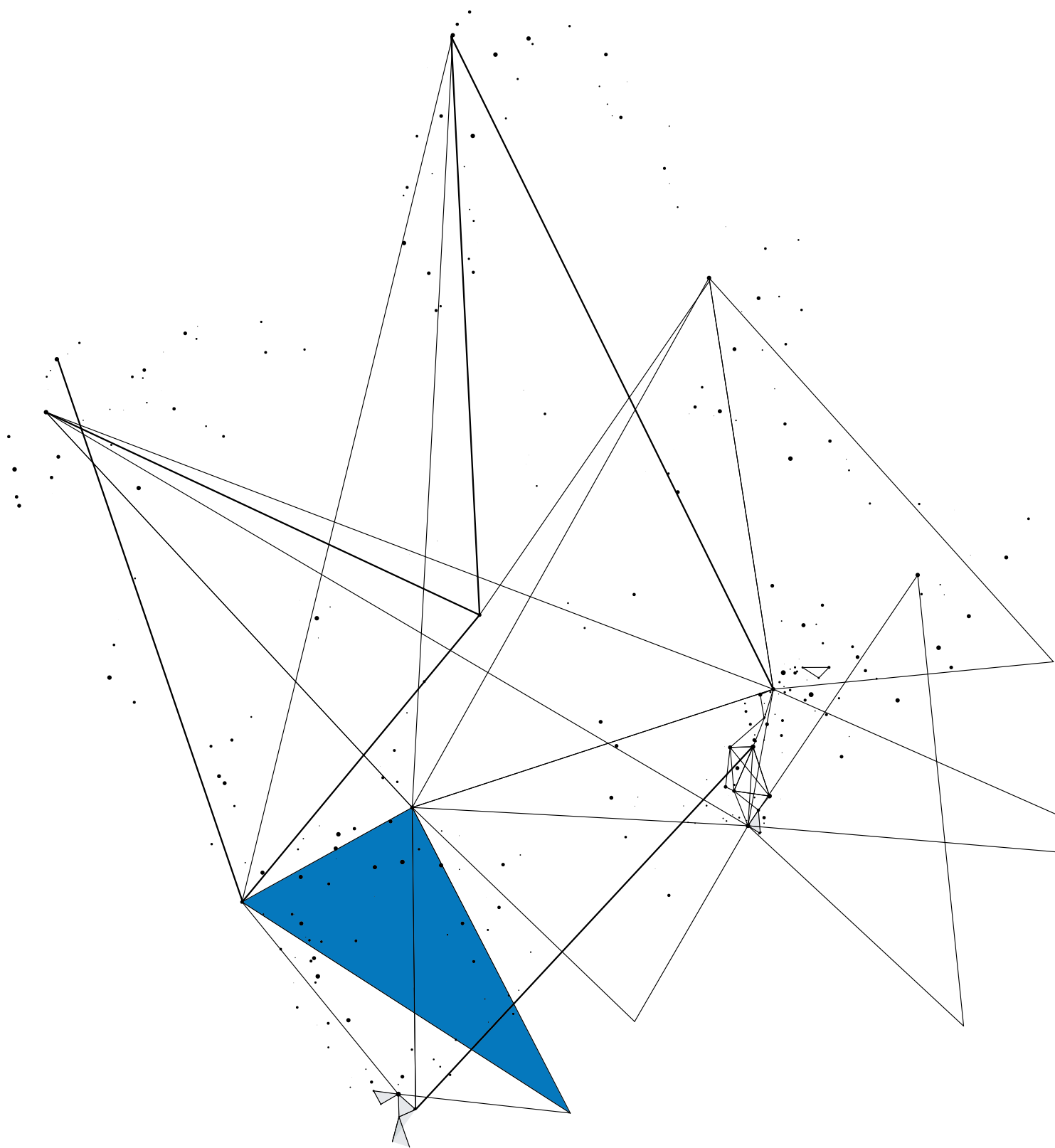


Wie kann das verfügbare Budget global am profitabelsten und mit Rücksicht auf alle internen Stakeholder eingesetzt werden?



Auf welchen globalen und regionalen Suchmaschinen soll das Budget eingesetzt werden und welche Sprachen werden dazu benötigt?

Häufig reagieren Unternehmen auf diese Fragen mit lokalen Agentur-Set-ups, die die jeweiligen Länderbudgets verantworten. Dies hat zwar den Vorteil, dass lokale und kulturelle Aspekte des jeweiligen Marktes optimal bedient werden können, der Steuerungsaufwand globaler Marketingabteilungen ist jedoch langfristig gesehen mit großem Aufwand verbunden. Der globale Markt erfordert es, neben Google und Yahoo/Bing Kompetenzen in vielen weiteren Suchmaschinen, wie beispielsweise Yandex (Russland), Naver, Daum (Südkorea), oder Baidu oder Sogou (China), zu haben. Nicht zuletzt, weil diese weiteren Suchmaschinen sich technologisch stark an ihren amerikanischen Pendanten orientieren, ist eine lokale Betreuung nicht erforderlich. Darüber hinaus sind aufgrund standardisierter Auktionsalgorithmen auch keine Einkaufsvorteile auf lokaler Ebene gegeben.



BLUESUMMITS ZENTRALER STEUERUNGSANSATZ:

Bessere Performance und höhere Qualität!

blueSummits zentraler Ansatz zur Organisation, Konzeption, Planung und Aussteuerung internationaler Searchmaßnahmen ist sowohl im SEA als auch im SEO auf international und global agierende Unternehmen zugeschnitten. Als Leadagentur im Bereich Search garantiert blueSummit seinen Kunden weltweit ein einheitliches Markenbild. Dabei berücksichtigen blueSummits Searchexperten neben der medialen Präsenz des jeweiligen Produkt- oder Dienstleistungsportfolios der Kunden auch die globalen wie lokalen

Interessen und zusätzlichen Abverkaufs- oder Marketingmaßnahmen der Kunden, um sie schließlich in deren Präsenz in den Suchmaschinen zu adaptieren. blueSummit greift auf weltweite Branchenkenntnisse zurück und ist vertraut mit der Wettbewerbssituation in den einzelnen Märkten. Mit ausgebildeten SEA-Spezialisten aus über 20 Ländern sowie einem zusätzlichen Netzwerk ausgewählte, externer SEA-Spezialisten kann blueSummit nahezu alle Sprachen dieser Welt bedienen und auf lokale Besonderheiten, wie z. B. Unterschiede im Suchverhalten, eingehen.

Die Vorteile auf einen Blick

Obwohl lokales Know-how in vielen Marketingbereichen eine essenzielle Rolle spielt und ebenso im Suchmaschinenmarketing nicht zu unterschätzen ist, bietet eine zentrale Aussteuerung eine Vielzahl von Vorteilen in der Geschwindigkeit und Flexibilität sowie in der Qualität, Effizienz und Innovation:



Eine effiziente und performancefokussierte Budget- und Ressourcenallokation



Übersichtliche Reportingprozesse



Synergien zwischen den jeweiligen Ländern im Bereich Kampagnensteuerung und Innovation



Kurze Briefingprozesse und geringer Kommunikationsaufwand



Einheitlicher, hoher Qualitätsstandard in allen Ländern

INTERNATIONALE CLIENT UNITS:

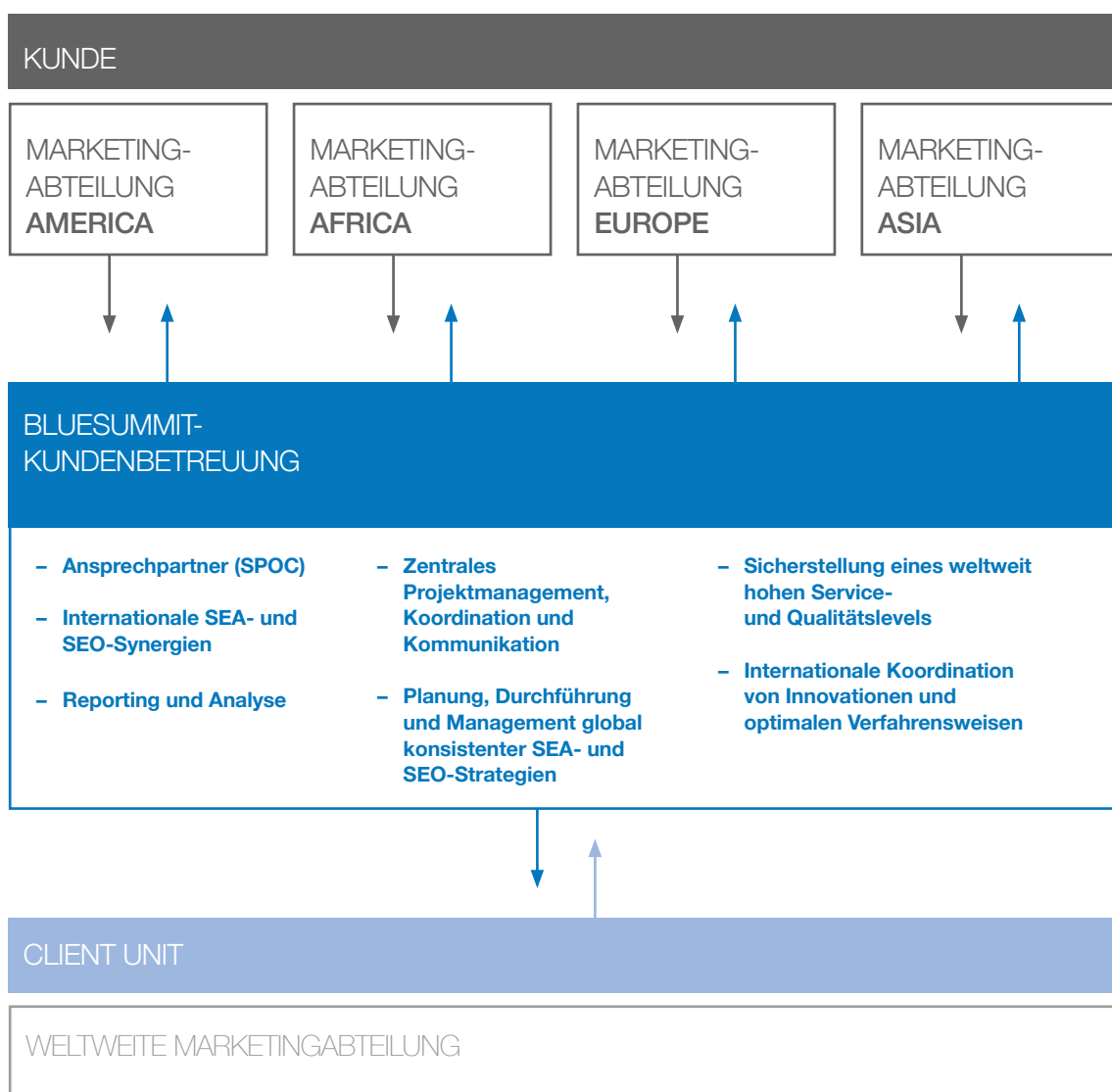
Ein langjähriges Erfolgsbeispiel für effiziente Kundenprojekte

Für jeden international agierenden Kunden stellt blueSummit ein eigenes, auf die unternehmensspezifischen Bedürfnisse zugeschnittenes Team zur Verfügung. In diesem Team sind sprachliche, fachliche und Projektmanagementfähigkeiten gebündelt, um den Kunden dadurch optimal bei seiner Zielerreichung zu unterstützen. Die Client Unit ist für eine einheitliche, globale SEO- und SEA-Strategie verantwortlich und sorgt für Best-in-Class Account Set-ups, Steuerung, Optimierung und Budgetallokation sowie für einheitliche Kommunikation, Reportings, Analyse und Beratung.

Durch diesen zentralen Ansatz wird die Kommunikation der Verantwortlichen auf Seiten der Agentur wie auch der einzelnen Ansprechpartner auf Kundenseite erleichtert. Zielkonflikte und koordinative Herausforderungen aus unterschiedlichen Positionen bei lokalen

Verantwortlichkeiten werden dadurch vermieden. Gleichzeitig wird der Know-how-Transfer dahingehend gestärkt, dass Synergien über alle Verantwortungsbereiche und Ansprechpartner hinweg gehoben werden können, da Markt-, Wettbewerbs- und SEA-Steuerungsergebnisse ohne weitere Transferkosten oder zeitliche Verzögerungen untereinander geteilt werden können.

Die Bündelung der Kompetenzen innerhalb des zentralen Steuerungsansatzes garantiert einen hohen Qualitätsstandard und bestmögliche Performance. Zudem werden Einsparpotenziale bei den Overheadkosten ermöglicht, und Kommunikations- sowie Kostenstrukturen können effizienter gestaltet werden. Auch die globale Time-to-Market wird beschleunigt und Testphasen werden effizienter abgeschlossen, da bei der Erschließung neuer Märkte und neuer Produkte auf Erfahrungen mit den jeweiligen Suchmaschinen zurückgegriffen werden kann.



Beispiel der Arbeit einer blueSummit Kundenbetreuung

WAS SIND DIE ANFORDERUNGEN AN KUNDE UND AGENTUR?

Ein zentrales Management von Searchmaßnahmen erfordert ein sehr breites operatives Know-how sowie entsprechende Ressourcen für das internationale Projektmanagement. Um diese Herausforderung zu meistern, sind nicht nur der Wille und die Sensibilisierung der Entscheidungsträger und Abteilungen eines Unternehmens für dieses Thema entscheidend, maßgebend ist vor allem das Wissen und die Erfahrung im internationalen Search.

Für eine gewinnbringende internationale Searchsteuerung müssen die richtigen lokalen

und internationalen Suchmaschinen identifiziert, die sprachlichen und lokalen Besonderheiten berücksichtigt und die Länderseiten entsprechend den Anforderungen der jeweiligen Suchmaschinen optimiert werden.

Sofern Sie diese Herausforderungen nicht mit internen Ressourcen stemmen oder Sie die Potenziale nicht maximal heben können, steht blueSummit mit internationalen Searchexperten, jahrelanger Erfahrung und einem breiten Wissen beratend und umsetzungsstark an Ihrer Seite. Gerne können Sie bei Interesse einen Termin mit unseren Experten vereinbaren.

Eine Auswahl an internationalen Referenzprojekten

IN ÜBER 70 LÄNDERN:



Lufthansa

IN ÜBER 9 LÄNDERN:



IN ÜBER 6 LÄNDERN:

orsay

IN ÜBER 8 LÄNDERN:



CASE STUDY LUFTHANSA

Hintergrund

Seit 2010 arbeitet blueSummit auf dem internationalen Searchetat der Lufthansa Gruppe (Lufthansa, Austrian Airlines, SWISS, Eurowings), welcher 2016 erfolgreich verteidigt werden konnte. Von unserem Standort in München steuern wir zentral mit einem internationalen Team in über 70 Ländern alle international relevanten Suchmaschinen (Google, Yahoo/Bing, Baidu, Yandex, Naver u. v. m.). Vor diesem Hintergrund ist über alle Zeitzonen dieser Welt eine einheitliche Außendarstellung des Unternehmens mit klarem Fokus auf Abverkauf von Tickets sicherzustellen.

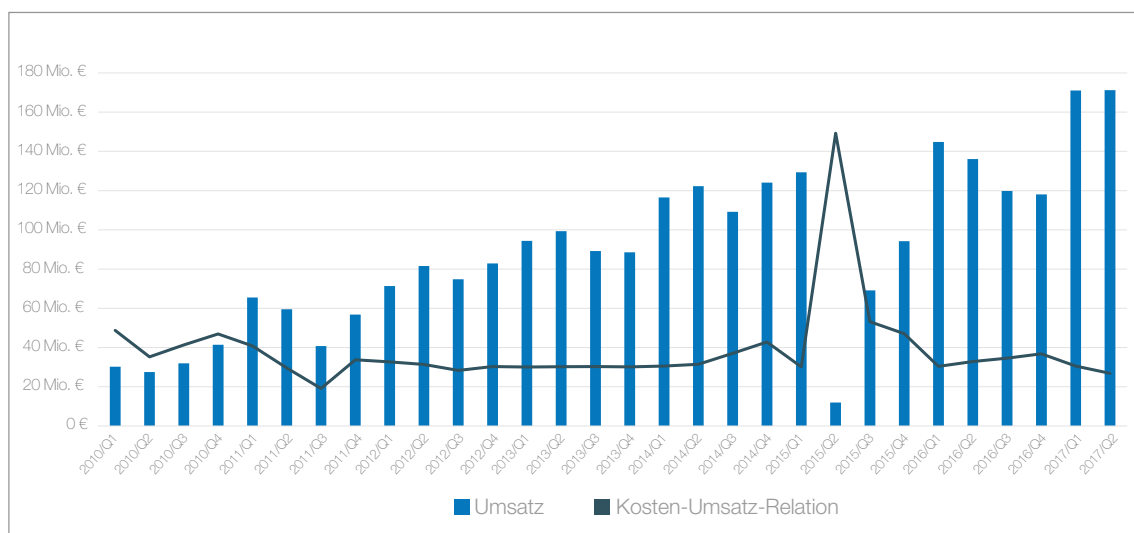
Globale Performancesteuerung

blueSummit stellt für Lufthansa eine global ausgerichtete, einheitliche Performancestrategie über sämtliche Zeitzonen dieser Welt. Dabei wird eine performanceorientierte Sichtbarkeit in allen relevanten Suchmaschinen unter Berücksichtigung einer qualitativ hochwertigen Kommunikation gewährleistet. Und das in allen relevanten Sprachen! Durch zentrales Projektmanagement, ein globales Netzwerk, um sowohl Sprachen als auch lokales Markt- und Suchmaschinen-Know-how abzudecken, und intensive Betreuung sämtlicher Märkte konnten die vorgegebenen Ziele Jahr für Jahr erreicht werden.

Erfolge

Dank blueSummits zentralen Steuerungsansatzes konnten innerhalb der ersten fünf Jahre der Zusammenarbeit die eingesetzten Budgets kontinuierlich ausgebaut und die über SEA erzielten Umsätze zu einer konstanten Effizienz um über 300 % gesteigert werden. Des Weiteren wurden die Kosten pro Buchung um knapp 20 % gesenkt. Durch die Zentralisierung der SEA-Aktivitäten von vormals über 10 Märkten/ Agenturen auf eine zentral steuernde Agentur konnte der Kunde seine Overheadkosten zudem um 40 % senken.

Entwicklung der Lufthansa-SEA-Performance



Blue Summit Media GmbH
Bernhard-Wicki-Straße 7
D-80636 München

kontakt@bluesummit.de
www.bluesummit.de