



Ein Jahr mit Google AdWords

Persönliche Erfahrungen nach einem Jahr mit Google AdWords

Facts

Jürg und Gilberte Roth
2005 Ausgewandert nach Südafrika
2006 ****Gästehaus in Stellenbosch eröffnet

- » Keine Stammkunden
- » Keine Vorbuchungen
- » 92 Hotels & Gästehäuser in Stellenbosch
- » Neu im Business



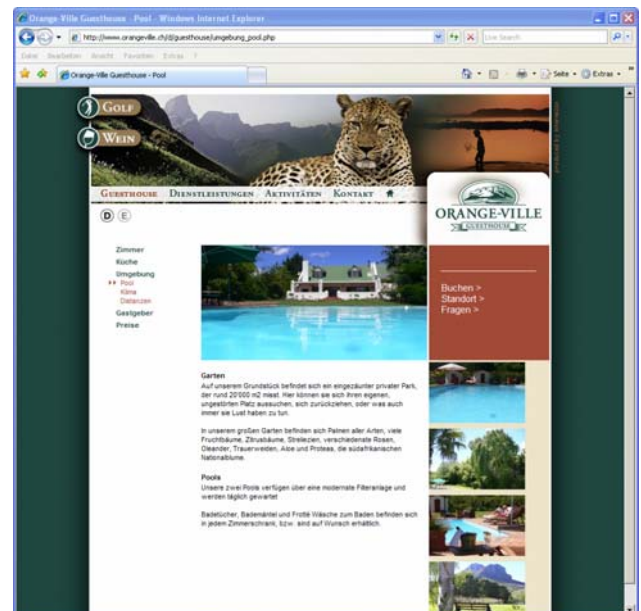
Akquisition von Gästen

Die Akquisition von Gästen geschieht durch folgende Kanäle:

- » Printmedien (Inserate / Prospekte / Mailings)
- » Tour-Operators
- » Reisebüros
- » Internationale & nationale Kongresse
- » Netzwerk
- » Mund zu Mund Propaganda
- » Internet

Die Website (www.orangeville.ch)

- » Professioneller Auftritt, der die Gäste emotional abholt
- » Blick hinter die Fassade ermöglichen
- » Vertrauen schaffen
- » DE & EN sprechende Gäste erreichen
- » Gäste, die „wissen“ was sie wollen (Was / Wann / Wo), abholen





Zugriffsquellen auf der Website

40% direkt über die Eingabe der URL
40% über bezahlte Google AdWords Werbung
10% über normale Google Suchtreffer
10% Diverses

Der Erfolg in Zahlen

» Laufzeit	August 2006 bis August 2007
» Total Impressionen	2'292'550
» Total Klicks (Besucher)	3'729
» Durch. Kosten pro Klick	0.27 CHF
» Total Kosten	1'006.80 CHF
» Generierte Aufträge	35'000. – CHF

Fazit

Etwa 70% der Buchungen kommen über die Website, davon sind ein grosser Teil Kunden, die über Google AdWords auf Orange-Ville gestossen sind.

Der erzielte Umsatz mit Google AdWords macht einen Anteil von ca. 50% am gesamten Umsatz aus. Google AdWords ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für das Orange-Ville Guesthouse.



Das Ziel aller Werbemassnahmen: glückliche Gäste