

PPC: Erklärung und Definition

Stand: 17.10.2022

Die Abkürzung PPC steht für Pay-per-Click und bezeichnet ein Abrechnungsverfahren, das im Online-Marketing, insbesondere in der Suchmaschinenwerbung und im Affiliate-Marketing sehr beliebt ist und bei dem der Werbeanbieter pro Anzeigenklick bezahlt wird. Das bedeutet, er wird immer dann bezahlt, wenn ein Besucher der Website über Klicken der Anzeige auf die Website gelangt.

Innerhalb dieses PPC-Systems gilt Cost-per-Click (CPC), also der Preis pro Klick, der im Modell PPC anfällt. Hierbei kann es sich um einen Festpreis oder einen CPC handeln, der durch eine Werbeaktion bestimmt wird, sodass der Höchstbietende den CPC festlegt.

Was ist PPC-Marketing?

PPC-Marketing funktioniert wie folgt: Die als Anzeigen gekennzeichneten Werbeplätzte werden von werbenden Unternehmen gebucht. Dabei gilt das Prinzip des Höchstbietenden, da nicht unbegrenzt Plätze vorhanden sind. Je mehr für einen Klick bezahlt wird, desto besser wird das Werbemittel in der Suchergebnisanzeige platziert.

Die Anzeige wird eingeblendet, wenn der Nutzer den Suchbegriff bei Google eingibt. Sobald der Nutzer auf die Werbeeinblendung klickt, werden die Kosten fällig. Auf diese Weise werden die Nutzer genau dann erreicht, wenn sie sich für das Angebot interessieren. Der potenzielle Kunde gelangt also über das PPC-Modell auf die Website des Werbenden.

Das Modell wird auch im Affiliate-Marketing verwendet, wo es sehr ähnlich funktioniert. Hier bieten die Publisher ihre Werbeflächen auf einem Portal oder auf einer anderen Website an, und die Advertiser können diese dann in Form von Bannern buchen. Die User gelangen auf die Seite des Publishers und klicken dann dort bei Interesse auf die Werbeeinblendung des Advertisers. Im Falle dieses Klicks zahlt der Advertiser an den Publisher eine Provision nach dem Pay-per-Click-Modell.

Vorteile von PPC im Überblick

PPC bietet eine Reihe von Vorteilen: Die Bezahlung erfolgt nur dann, wenn ein Nutzer das Werbemittel wahrgenommen und angeklickt hat. Zudem ist das Modell sehr gut geeignet, um eine bestimmte Zielgruppe zu erreichen und die Reichweite eines Produktes zu erhöhen. Der Streuverlust fällt relativ gering aus. Darüber hinaus bietet das Modell volle Kostenkontrolle, da der Klickpreis weitgehend vom Nutzer bestimmt werden kann. Die Einblendung der Werbung ist kostenlos.

Neben den Suchmaschinen funktioniert PPC-Marketing in sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram, YouTube oder Twitter. Auch die Amazon-Anzeigen werden nach dem PPC-Prinzip geschaltet.