



# Do-It-Yourself, Agentur oder Software?

Drei alternative Wege für mehr Sichtbarkeit: Finde heraus, was am besten zu deinem Onlineshop passt

# Einleitung

Die Digitalisierung ist längst nicht mehr aufzuhalten und nimmt verstärkt Einzug in die unterschiedlichsten Lebensbereiche, wie den Einkauf von verschiedenen Produkten oder Dienstleistungen im Internet. Der Onlinehandel, auch eCommerce genannt, ist auf dem Vormarsch und wurde zuletzt durch die Corona Pandemie stark gepusht, sodass sich viele HändlerInnen mit einem Onlineshop ein zweites digitales Standbein aufbauten.

Mit der steigenden Zahl an Onlineshops verdichtet sich in diesem Segment auch die Konkurrenz, weshalb das alleinige Besitzen eines Webshops kein Garant für Sichtbarkeit auf Google oder einer großen Anzahl an Verkäufen ist. Hierzu benötigt es Expertise in Sachen Suchmaschinenmarketing sowie Suchmaschinenoptimierung. KMUs können dieses Skillset intern häufig nicht abdecken, da der Großteil an zeitlichen Ressourcen für das Daily Business aufgebraucht wird.

Daraus ergeben sich **drei Möglichkeiten** für KMUs:

## Agentur

Hier wird das Expertenwissen ausgelagert. Anzeigen werden von externen Personen gestaltet und verwaltet.

## DIY (Do-It-Yourself)

Sich selbst das Know-How anzueignen ist aufgrund des angesprochenen Zeitmangels meist keine Option, bietet vermutlich aber die größte Transparenz.

## Software

Das Wissen zu SEO & SEA intern ansiedeln und mit Hilfe einer künstlichen Intelligenz Anzeigen in wenigen Schritten schalten.

# Marketing-Agenturen

Eine Marketing-Agentur ist ein Dienstleistungsunternehmen, welches das Marketing für ein anderes Unternehmen teilweise oder vollständig übernimmt. Eine Studie der WKNÖ Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation zeigt als durchschnittlichen Stundensatz von Marketing-Agenturen in Österreich einen Wert von 95€ - 140€. Die Zusammenarbeit zwischen Agentur und KlientInnen hält im Durchschnitt drei Jahre.

## Welche Arten von Marketing-Agenturen gibt es?

- Social-Media-Marketing-Agentur
- Influencer-Marketing-Agentur
- SEM-Agentur
- Webagentur
- Kommunikationsagentur
- Digital-Marketing-Agentur

## Was ist eine SEM-Agentur?

Mit der Kombination von SEO (Search Engine Optimization) und SEA (Search Engine Advertising) deckt man das Search Engine Marketing (SEM) ab, um so optimierte Resultate online zu erzielen. Mit dem Einsatz von SEA erzielt das Unternehmen schnell ersichtliche Resultate bei den Suchvorgängen im Anzeigenbereich.

MitarbeiterInnen von Agenturen analysieren, welche Keywords bei Suchvorgängen relevant sind, wie die Website am besten strukturiert wird und implementieren oftmals auch zeitgleich eine SEA-Strategie.

In einer Umfrage gaben 68 % der Marketer an, dass sie bezahlte Werbung für „sehr wichtig“ oder „extrem wichtig“ für ihre Marketingstrategie halten. Außerdem nutzen 33 % der Marketer bezahlte Werbung, um den Bekanntheitsgrad ihrer Marke zu verbessern.



Vorteile	Nachteile
<p><b>Austausch:</b> SEO sowie auch SEA ist dynamisch und ihr Erfolg lebt maßgeblich vom Wissenstransfer. In einer SEM-Agentur arbeiten viele Fachleute zusammen, die sich nicht nur untereinander austauschen, sondern in der Regel auch Fortbildungen besuchen.</p>	<p><b>Längere Kommunikationswege:</b> Agenturen sind in der Regel schwerer greifbar als MitarbeiterInnen, die direkt im Unternehmen angesiedelt sind.</p>
<p><b>Expertise:</b> Während einzelne MitarbeiterInnen nicht alle Nischen zu gleichen Teilen abdecken können, arbeiten in Agenturen viele unterschiedlich spezialisierte SEO oder SEA ExpertInnen zusammen. Fällt ein/e MitarbeiterIn aus, kann außerdem ein/e KollegIn einspringen. So ist stets gewährleistet, dass die Projekte weiter bearbeitet werden.</p>	<p><b>Weniger Marktkenntnis:</b> Auch wenn es viele Agenturen gibt, die sich auf bestimmte Branchen spezialisieren, haben sie oft nicht die gleichen Kenntnisse über Produkte und Kunden eines bestimmten Marktsegments wie interne MitarbeiterInnen.</p>
<p><b>Blick über den Tellerrand:</b> Agenturen betreuen viele verschiedene KundInnen aus unterschiedlichen Branchen. Learnings aus einer Branche lassen sich oft auch auf andere übertragen und können zu neuen Ideen führen.</p>	<p><b>Schwarze Schafe:</b> Es gibt unter den zahlreichen Agenturen auch einige Vertreter, die wenig Leistung für viel Geld verkaufen. Wer mit veralteten Methoden arbeitet, richtet oft mehr Schaden als Nutzen an, lässt sich das aber teuer bezahlen.</p>



# KI-basierte Software

Künstliche Intelligenz (KI) im Marketing bedeutet, vorhandene KundInnendaten anhand von Algorithmen nach interessanten Mustern und Zusammenhängen zu durchsuchen, um Vorhersagen über das künftige KundInnenverhalten sowie Kaufverhalten zu treffen. Diese Vorhersagen und Empfehlungen lassen sich anschließend ganz gezielt einsetzen, um durch Personalisierung mehr Umsatz zu generieren und zudem, durch gezielte Steuerung von Google-Kampagnen, Kosten zu sparen. Laut einer Hubspot Studie haben 37 % der befragten Unternehmen bereits KI in irgendeiner Form implementiert.

## Einsatzbereiche von KI im Marketing

Es gibt mehrere Bereiche, in denen AI (Artificial Intelligence) in den letzten Jahren große Fortschritte gemacht hat. Selbstständig werden solche Systeme immer besser - weshalb viele Marketer schon von KI-KollegInnen mit großartigen Fähigkeiten, insbesondere bei der Kombination AI und Marketing Automation, träumen.

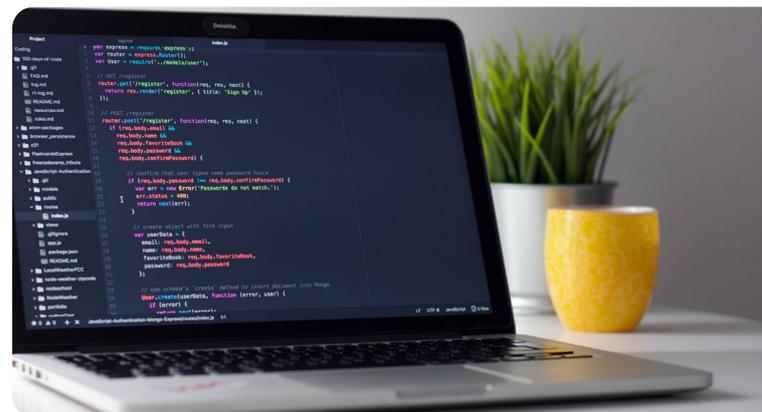
## Die gängigsten Umsetzungen von AI im Marketing kommen aus den Bereichen:

- Chatbots/Textverständnis
- Sprachsteuerung
- Suchmaschinen
- Bilderkennung

75% aller Unternehmen nutzen bereits mindestens eine Art von Marketing-Automation-Tool und laut einer invespro-Studie sollen 63 % der Marketer ihre Budgets für Marketingautomatisierung im kommenden Jahr erhöhen.

## KI im Suchmaschinenmarketing

Bei der Planung und Optimierung der Suchmaschinenwerbung müssen immer mehr Datenmengen berücksichtigt werden. Unterstützung können Marketer dabei von einer Software erhalten, die mittels Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) hilft, die Daten auszuwerten und den ROI zu erhöhen. Die nächste Generation der Suchmaschinenwerbung wird von einer höheren Datenqualität, ausgeklügeltem Data Science und größerer Transparenz angetrieben. Ein Beispiel für eine solche Software ist Shopstory. ai – eine KI-basierte Software speziell für das Suchmaschinenmarketing von Onlineshops.



### Vorteile

Intelligente Technologien übernehmen schon heute einige operative Tätigkeiten. Zum Beispiel nutzt Google beim „Smart Bidding“ Machine Learning, um die Gebotserstellung intelligent zu gestalten. Das manuelle Erstellen von Anzeigen wird zunehmend wegfallen. Die eingesparte Zeit kann und muss eingesetzt werden, um die Kampagnen kreativ zu gestalten und Produkt- bzw. Markenwissen gekonnt einzusetzen.

Die Kampagnensteuerung durch KI und Automatisierung wird sich immer weiter verbessern. Je mehr Informationen zur Entscheidungsfindung als Daten vorliegen, desto weiter reduziert sich die operative menschliche Arbeit. Der Mensch muss die Systeme justieren und in der Lage sein, je nach Konzept, Strategie, Branche und Zielen individuelle Anpassungen vorzunehmen.

### Nachteile

Steuern Systeme am Ende nur noch nach Zahlen, Fakten und harte KPIs, geraten Kampagnen rasch an Wachstumsgrenzen. Unabhängig von den blanken Performancezahlen wird die menschliche Erfahrung und Intuition auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielen. Das Know-How über das eigene Unternehmen und die Verbundenheit zu Produkten sowie Zielgruppe hilft maßgeblich Kampagnen noch effektiver zu gestalten und ist nach wie vor eine Fähigkeit, die nur dem Menschen vorbestimmt ist.



74%

der Befragten einer Statista-Studie gaben an, dass die Fähigkeit der Technologie, ihnen Zeit zu sparen, der größte Vorteil sei.

# DIY Search Engine Marketing

Suchmaschinenmarketing ist ein riesiges Geschäftsfeld. Wie weiter oben erwähnt bieten viele Agenturen aber auch Tools ihre Hilfe an, wenn es darum geht, Websites bei Google nach vorne zu bringen. Gepaart mit ein bisschen Geduld, Ausdauer und Kreativität, kann diese Aufgabe aber auch selbst in die Hand genommen werden.

Vorteile	Nachteile
<p>Einige Vorteile von Do-It-Yourself Suchmaschinenmarketing sind:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Komplette Budgetkontrolle bezüglich Suchmaschinenwerbung</li><li>• Know-How über das eigene Unternehmen fließt ein und trägt zu besserer KundInnenansprache bei</li><li>• Kostengünstigste Variante – man zahlt nur für Werbeausgaben und eventuelle Hilfstools</li><li>• Volle Kontrolle über die eigenen Zahlen und Ziele</li></ul>	<p>Den Vorteilen stehen, wie so oft, auch einige Nachteile entgegen, welche sind:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Extremer Zeitaufwand zur Erstellung von Anzeigen oder der SEO-Optimierung des Onlineshops → fehlt im Daily Business</li><li>• Hoher Zeitaufwand zur Know-How Beschaffung, falls nicht vorhanden</li><li>• Fehlendes Know-How und fehlerhafte Einstellungen bei Anzeigenschaltungen können unnötig Werbebudget „verbrennen“</li><li>• Kostenlose Hilfstools sind meist in der Nutzung eingeschränkt</li><li>• Fehlerhaftes Tracking</li></ul>

# Gegenüberstellung aller Modelle

In dieser Gegenüberstellung sollen alle drei Modelle auf Preis, Zeitersparnis, Know-How und ihre Transparenz verglichen werden:

	DIY	KI-basierte Software	Agentur
SEM Know-How	✗	✓	✓
Zeitersparnis	✗	✓	✓
Automatisierung	✗	✓	✗
Transparenz	✓	✓	✗



# Fazit

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass jedes Model seine gewissen Vorteile sowie auch Nachteile aufweist und dementsprechend verschiedene Zielgruppen anspricht:

## **Do-it-Yourself SEM**

Dieses Modell ist nur für jene mit sehr kleinem Budget und genügend Zeitressourcen empfehlenswert, da die Einarbeitung in die Materie viel Zeit kostet. Hier profitiert man ebenfalls stark vom eigenen Markenwissen, was natürlich hilft die eigenen KundInnen bestmöglich anzusprechen. Nicht zu vernachlässigen ist bei diesem Model jedoch die Fehleranfälligkeit. Falls noch keine Erfahrung im SEM-Bereich gesammelt wurde, kann es anfänglich zu Fehlern im Schalten von Ads kommen und die gewünschte Zielgruppe wird eventuell nicht erreicht. Dies kann das bereits geringe Budget noch weiter schmälern und schlussendlich zu Frust bzw. dem Einstellen von Ads-Schaltungen oder SEO-Aktivitäten führen.

## **KI-basierte Software**

Eine KI-basierte Software ist sozusagen das Mittelstück von DIY und Agentur. Man profitiert von dem ExpertInnenwissen der KI in Bezug auf Suchmaschinenmarketing, kann aber nicht die komplette Arbeit der Maschine abgeben, sondern bringt mit Produkt- und Markenwissen sowie minimalen zeitlichen Aufwand das eigene Know-How mit ein. Lästige Reportings, das Auswählen von Keywords oder das Monitoring wird jedoch je nach Tool automatisiert und effizient gestaltet, was bereits eine Menge an Arbeit abnimmt und dafür sorgt, dass die richtigen Produkte der richtigen Zielgruppe angezeigt werden. Im Fall von Shopstory beschränken sich die Ausgaben auf die monatliche Gebühr je nach Paket, welche bei 349€ startet und dem tatsächlichen Werbebudget, welche für Google-Werbung benötigt wird. Reportings mit den wichtigsten Kennzahlen passieren Echtzeit und sind somit KundInnen rund um die Uhr transparent zugänglich.

## **Search Engine Marketing Agentur**

Eine SEM-Agentur überzeugt durch breites Know-How und vereint durch zahlreiche Mitarbeiter verschiedene Fähigkeiten in Sachen Suchmaschinenmarketing, was KundInnen die komplette Selbstarbeit abnimmt und schlussendlich Zeit spart. Größere Unternehmen, die bereit sind mehrere tausende Euro für einen Auftrag auszugeben, sind gern gesehene und wohl auch die häufigsten KundInnen bei Agenturen. Es sollte jedoch beachtet werden, dass eine Agentur keinen internen Mitarbeiter in Bezug auf dessen Marken- oder Produkt-Know-How ersetzen kann. Kommunikationswege sind länger und meist werden mehrere KundInnen gleichzeitig betreut. Bevor mit einer Agentur ein Vertrag geschlossen wird, ist ebenfalls eine gründliche Recherche in Bezug auf Referenzen oder Rezensionen empfehlenswert. Dies hat den Hintergrund, da es manchmal trotz hoher Kosten zu einer Intransparenz und Fehlerhaftigkeit von Daten-Reportings kommt.

# Quellen

<https://marketing.ch/alles-was-du-ueber-marketing-agenturen-wissen-musst/#h-was-ist-eine-marketing-agentur>

<https://t3n.de/news/seo-inhouse-oder-agentur-1322936/>

<https://onlinemarketing.de/unternehmensnews/5-vorteile-einer-sea-agentur>

<https://www.ceramex-media.de/sea-inhouse-vs-sea-agentur/>

<https://www.sc-networks.at/blog/kuenstliche-intelligenz-im-marketing-was-bringt-das/>

<https://www.marketing-boerse.de/fachartikel/details/1836-wie-ki-die-suchmaschinenwerbung-veraendert/149123>

<https://www.omt.de/suchmaschinenoptimierung/ki-gestuetztes-seo/>

<https://datasolut.com/kuenstliche-intelligenz-marketing/#Anwendungsbeispiele-ki-im-marketing>

<https://www.ideeninspiration.de/kunstliche-intelligenz-ki-im-marketing-und-vertrieb/>

[https://www.onetoone.de/artikel/db/oto\\_49972.html](https://www.onetoone.de/artikel/db/oto_49972.html)