

elements.at beim jährlichen Google AdWords Agenturmeeting in Dublin

„Above & beyond“ – Abheben ins Jahr 2010 mit performance-maximierten AdWords Kampagnen

Exklusive Updates aus Dublin. elements.at war im September der Einladung Googles gefolgt und nahm als beim jährlichen Agenturmeeting in Dublin teil. Thomas Sommeregger, Head of Marketing bei elements.at, konnte den Einblick in Google's Pläne und Strategien für 2010 als einziger Vertreter der österreichischen Agenturszene exklusiv genießen.

Performance Marketing Trends. Nicht nur die von Google Europa-Chef Philipp Schindler eröffnete Seminar-Reihe rund um Performance Marketing mit AdWords bot jede Menge News & Updates direkt aus den Google Labors. Auch der direkte Austausch mit weiteren Agenturvertretern aus Nord- und Westeuropa brachte wichtige Erkenntnisse und Trends für die Ausrichtung von Kampagnenstrategien mit sich.

Umfassendes Networking. Das AdWords-Agenturteam konnte die knapp 200 Teilnehmer mit einem perfekt vorbereiteten Tagesprogramm im Headquarter in Dublin empfangen. Zum Networking blieb nicht nur vor und zwischen den Sessions in Googles „heiligen Hallen“ genügend Zeit. Das Abendprogramm im „Guinness Storehouse“ war ein optimaler Rahmen für eine „gute Unterhaltung“ mit dem Google-Team und den weiteren Teilnehmern – gleich im doppelten Wortsinn.

Conversion-Maximierung im Vordergrund. „AdWords Kampagnen müssen künftig noch mehr in Richtung Conversions optimiert werden, um aus den Budgets der Kunden ein Maximum an Performance herauszuholen“, fasst Thomas Sommeregger die Erkenntnisse der „Above & beyond“ Veranstaltung zusammen. „Google stellt zur Erreichung dieses ehrgeizigen Ziels laufend neue und optimierte Werkzeuge zur Verfügung, welche im Rahmen solcher Veranstaltungen präsentiert werden. Dieser Informationsvorsprung kann 1:1 an unsere Kunden weitergegeben werden.“

Ausblick auf 2010. Zusätzlich zu Verbesserungen in der Google Suche (vor allem lokale Funktionen und die Kombination mit Google Maps und Google Branchencenter betreffend) wurden rund um die Werbepattformen „Content-Netzwerk“ (erreicht 80% aller europäischen Internet-User), „YouTube“ (Googles Video-Channel) und „Mobile“ (Google AdWords auf iPhone, Blackberry & Co.) eine Vielzahl an Neuerungen vorgestellt.

Zusammengefasst also ein vielversprechender Ausblick und konstruktiver Gedankenaustausch, der elements.at gemeinsam mit bestehenden und neuen Marketing-Kunden ein spannendes Jahr 2010 bereiten wird.

„Above & beyond“ bleibt als perfekt organisiertes Agentur-Event in Erinnerung, das – im Gegensatz zum in Dublin heimischen Guinness-Bier – keinen einzigen bitteren Nachgeschmack hinterlassen hat...

Rückfragehinweis:

Thomas Sommeregger
Head of Marketing
Elements.at New Media Solutions GmbH
Schallmooser Hauptstraße 10
5020 Salzburg
thomas.sommeregger@elements.at
www.elements.at