

Marketing messbar machen

2.2

Wie Suchvolumen Erfolge sichtbar macht

Marketingeffekte lassen sich nicht immer direkt in Zahlen messen. Doch es gibt Methoden, um den Erfolg von Branding- und Marketingmaßnahmen greifbarer zu machen - zum Beispiel durch die Analyse des Suchvolumens mit Tools wie SISTRIX oder der Google Search Console.





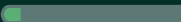
Autor
Julian Banse

Mit SISTRIX lassen sich externe Suchdaten abrufen, etwa wie oft Begriffe in Google gesucht werden. Die Google Search Console liefert hingegen Einblicke in die tatsächlichen Suchanfragen, über die Nutzerinnen und Nutzer auf die eigene Website gelangen. Beide Tools ermöglichen es, Entwicklungen über die Zeit zu beobachten: Wird ein Begriff häufiger gesucht als zuvor, ist das ein Indikator dafür, dass eine Marke oder ein Angebot zunehmend wahrgenommen wird.

Ein Beispiel aus dem Personalmarketing: In Emsdetten wird der Begriff „Ausbildung Emsdetten“ monatlich etwa 70-mal gesucht. Interessanterweise haben spezifische Suchanfragen nach bestimmten Unternehmen - etwa „Markilux Emsdetten Ausbildung“ mit 80 Suchanfragen oder „Tece Emsdetten Ausbildung“ mit ebenfalls 70 Suchanfragen - eine gleich hohe oder sogar höhere Relevanz als der generische Begriff. Das zeigt, dass diese Unternehmen mit ihrem Ausbildungsmarketing offenbar bereits eine starke Markenwahrnehmung aufgebaut haben.

Entscheidend ist jedoch nicht nur die Momentaufnahme, sondern auch eine klare Zielsetzung. Unternehmen sollten festlegen, wo sie heute stehen und wo sie in ein oder zwei Jahren mit ihrer Markenwahrnehmung sein möchten. Wenn ein Unternehmen beispielsweise 2025 bei einem bestimmten Suchvolumen steht und 2027 einen deutlich höheren Wert anstrebt, kann es gezielt Maßnahmen entwickeln, um dieses Ziel zu erreichen. Wichtig ist dabei, dass zwischen der Initiierung einer Maßnahme und der Möglichkeit, ihre Wirkung auszuwerten, Zeit vergeht. Branding-Prozesse benötigen eine gewisse Anlaufphase, bevor sie sich im Suchverhalten der Zielgruppe widerspiegeln.

Die Methode lässt sich nicht nur auf das Personalmarketing anwenden, sondern auch auf den Vertrieb oder das klassische Produktmarketing. Unternehmen, die ihre Sichtbarkeit strategisch verbessern wollen, können mit diesen Daten nachvollziehen, ob ihre Maßnahmen den gewünschten Effekt haben. Denn wenn die Zielgruppe gezielt nach einer Marke oder einem Angebot sucht, ist das eine klare Bestätigung für die Wirksamkeit der Marketingstrategie.

Keyword	Suchvolumen	
markilux emsdetten ausbildung	80	
tece emsdetten ausbildung	70	
ausbildung emsdetten	70	

Abfrage am 02.02.2025