

KUNDEN CASE STUDY



jobchannel ag

 jobchannel

jobchannel Conversion Tracking: Google Ads vs. Google Analytics.
Die Hutter Consult AG unterstützt im Bereich Conversion Tracking.

WWW.HUTTER-CONSULT.COM

KUNDE

jobchannel ag

Die jobchannel ag ist der führende Anbieter für das gezielte Rekrutieren von Fachkräften mittels spezialisierten Job- und Fachplattformen in der Schweiz.

Sie verfügen über ein Netzwerk von über 150 Job- und Fachplattformen, auf welchen durch eine klare Differenzierung, Stellenanzeigen stets die richtigen Kandidaten erreichen. Innerhalb dieses Netzwerks werden pro Monat insgesamt 2.5 Millionen Insetrate-Klicks erzielt.

Unternehmen

JOBCHANNEL AG

Kontakt

CHRISTOF ARTHO

ONLINEMARKETING/GL-MITGLIED/
CO-FOUNDER

Branche

RECRUITING

CHRISTOF ARTHO

ONLINEMARKETING / GL-MITGLIED / CO-FOUNDER

«Das Team von Hutter Consult steht der jobchannel ag seit Jahren in Form von Beratung und Support zur Seite und tüfelt zusammen mit unserem internen Online Marketing Team immer wieder an neuen Ideen, um die Zielgruppengenauigkeit stets zu verbessern.»

AUSGANGSLAGE

Aufgrund der hohen technischen Suchmaschinenoptimierung kundenseits und der hohen Relevanz für die Nutzer, erzielen die Plattformen der jobchannel ag im Google Suchnetzwerk bereits sehr gute organische Rankings. Ein hoher Anteil an Zugriffen wird zusätzlich durch das Advertising innerhalb von den Social Media Plattformen Facebook, Twitter und LinkedIn sowie Kampagnen im Google Suchnetzwerk generiert, welche durch die Hutter Consult betreut werden.

In den Google Ads-Kampagnen wurde das Conversion-Tracking bisher über den Conversion-Import aus dem Google Analytics gelöst. Da alle Plattformen über die gleiche Google Analytics Property abgebildet werden, findet aufgrund der grossen Datenmengen ein Sampling statt. Durch das automatische Zusammenführen der Daten, wird verhindert, dass alle einzelnen erzielten Conversions festgestellt werden. Somit werden im Google Ads Manager eine geringere Menge an Conversions getrackt, als in Wirklichkeit stattfinden.

Die Suchkampagnen auf dem Google-Netzwerk performen zwar gut, dennoch besteht die Möglichkeit, durch die Umstellung des Conversion-Trackings vom Google Analytics-Import auf das Conversion Tracking von Google Ads eine noch bessere Performance zu erzielen.

ZIELE

Das Ziel der Such-Kampagnen ist grundsätzlich die Interaktion mit den bezahlten Anzeigen auf den individuellen Plattformen. Dies kann entweder durch den Outbound-Klick auf die Webseite des Job-Ads passieren, durch die direkte Bewerbung oder die Erzielung eines Leads über die Job-Plattform (je nach Job-Inserat kann nur der Outbound-Klick gemessen werden).

1

ZUNAHME DER CONVERSIONS

Zunahme der Conversions bei der Conversion-Aktion «Job Ad Action».

2

VERBESSERTE CONVERSION-RATE

Die Conversion-Rate soll massgeblich gesteigert werden.

3

KOSTENSENKUNG

Die Kosten pro Conversion sollen reduziert werden.

4

AUTOMATISIERTE GEBOTSSTRATEGIE

Eine bessere Funktionsweise der automatisierten Gebotsstrategie durch eine zeitnahe und komplettere Conversion-Übertragung.

MASSNAHMEN

Im März 2021 wurden die Conversion-Tracking-Codes in Google Ads erstellt und über den Tag-Manager auf allen Jobplattformen eingebaut. Die Conversion-Einstellungen der Suchkampagnen wurden am 15. März 2021 von den aus Google Analytics importierten Conversions auf die Google Ads Conversions umgestellt. Die Kampagnen liefen auf der automatisierten Gebotsstrategie «Conversions maximieren». Am 16. April 2021 wurde die Attribution der Google Ads Conversion von «Positionsbasiert» auf «Datengetrieben» umgestellt.

ERGEBNISSE

Der Vergleich, der durchgeführt wurde, lief fünf Monate vom 1. April bis zum 31. August 2021. Verglichen wurden die Conversion-Daten mit dem Vorjahr.



MEDIASPEND +23 %

Die Ausgaben für die Kampagnen wurden etwas erhöht, um 23 %.



CONVERSIONS +229 %

Allein durch die Änderung des Conversion-Trackings konnten verglichen zum vorherigen Jahr 2.3 so viel Conversions erzielt werden.



KOSTEN/CONVERSION -62 %

Die Kosten pro Conversion konnten mit über 60 % gesenkt werden.



CONVERSION-RATE +323 %

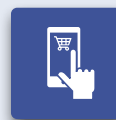
Es wurde eine Erhöhung der Conversion-Rate um 323 % erreicht.

EXPERTISE

Durch die langjährige und enge Zusammenarbeit mit der jobchannel ag konnte eine Vertrauensbasis aufgebaut werden, um den Kunden fachgerecht zum Thema Google, Tracking und Analytics zu beraten. Mit dem Vorschlag das Tracking zu ändern, konnte die Kundin mir ihren Werbeanzeigen im Google-Suchnetzwerk die Conversion-Rate massiv verbessern und die Kosten pro Conversion senken.



**BERATUNG
& STRATEGIE**



**WERBUNG
& ADS**



GOOGLE ADS



**PERFORMANCE
MARKETING**



ANALYTICS



IN VERBINDUNG BLEIBEN



**Kapellstrasse 6
CH 8355 Aadorf**



+41 52 508 70 10



info@hutter-consult.com



hutter-consult.com



**Blog & News | @hutterconsult
Unternehmen | @hutterconsultag**



Hutter Consult AG



WEITERBILDUNG & SPEZIALISIERUNG

SEMINARE & WORKSHOPS

**MARKETING
& ADVERTISING**

Facebook & Instagram, LinkedIn,
Google, YouTube und Pinterest



SEMINAR.HUTTER-CONSULT.COM