



# Suchmaschinenwerbung (SEA)

## DOZENTIN

Viktoria Dirry, BSc

Akademie für Online Marketing & Social Media Management

## FRAGENKATALOG

10 Multiple-Choice Prüfungsfragen zur Stoffreflexion

### 1. Eine Suchmaschine ist...

- a.) eine Social Media Plattform für B2B Kommunikation
- b.) ein über ein HTML-DTML-Dokumente zu einem vorher spezialisierten Begriff gefunden werden können
- c.) ein Katalog
- d.) eine Software zur Erfassung von Lagerbeständen

**Antwort: B**

### 2. Wie wird ein Teilziel im Rahmen der Suchmaschinenwerbung (SEA) bezeichnet?

- a.) Conversion
- b.) Awareness
- c.) Feasibility Study
- d.) Infotainment

**Antwort: A**

**3. Welcher dieser Schritte wird beim Ablauf der Keyword-Recherche NICHT berücksichtigt?**

- a.) Diskurs mit anderen Personen
- b.) Doppelblindstudie
- c.) Persönliche Überlegungen
- d.) Befragung der Kunden

**Antwort: B**

**4. Welcher Kampagnentyp kann bei Bing Ads ausgewählt werden?**

- a.) In den Körperzellen stattfindende Stoffumwandlung
- b.) Energiegewinnung
- c.) In die Blutbahn aufgenommenen Nahrungsbestandteile
- d.) Die Aufteilung der Nahrung auf weiter verwertbare und nicht verwertbare Bestandteile

**Antwort: C**

**5. Welchen Vorteil hat die Keyword-Option "Genau passend" (Exact Match)?**

- a.) Führt zu Nutzern der Konkurrenz
- b.) Führt zu Nutzern mit dem geringsten Interesse
- c.) Führt zur größten Nutzergruppe
- d.) Führt zu Nutzern mit dem größten Interesse

**Antwort: D**

**6. Wofür werden TrueView Video Discovery-Videoanzeigen genutzt?**

- a.) um Neukunden zu generieren
- b.) um Testimonials anzulocken
- c.) um den Konkurs des Unternehmens abzuwenden
- d.) um Schwierigkeiten mit einem Markeninhaber abzuwenden

**Antwort: A**

**7. Wie wird das Anzeigenranking berechnet?**

- a.)  $\text{Anzeigenranking} = \text{Impressionen} * \text{Kosten}$
- b.)  $\text{Anzeigenranking} = \text{Visitors} * \text{ROI}$
- c.)  $\text{Anzeigenranking} = \text{Conversion Rate} * \text{Klickpreis}$
- d.)  $\text{Anzeigenranking} = \text{Qualitätsfaktor} * \text{maximaler CPC}$

**Antwort: D**

**8. Was erfasst die Kennzahl Conversions?**

- a.) Prozentwert an Klicks, die eine Conversion ausgelöst haben
- b.) Anzahl der Offline-Conversions
- c.) Anzahl aller Conversions
- d.) Anzahl der eingeblendeten Bildanzeigen

**Antwort: C**

**9. Zu was führt ein hoher Qualitätsfaktor?**

- a.) zu verärgerten Kunden
- b.) zu niedrigen Klickpreisen
- c.) zu hohen Kosten
- d.) zu Richtlinienverstößen

**Antwort: B**

**10. Was ist ein Vorteil von Dynamischen Sitelinks?**

- a.) Google empfiehlt deren Nutzung
- b.) keine Streuverluste aufgrund von zu breit gefächerten Zielgruppen
- c.) Ziel-URLs führen auf Webseiteninhalte, nach denen Nutzer suchen
- d.) Wettbewerb ist inaktiv

**Antwort: C**

**Wir wünschen viel Erfolg  
im Kurs Suchmaschinenwerbung (SEA)!**