

horizont.net, 26.06.2009

Search Advertising: Agenturen diskutieren über Googles Reseller-Programm

Seite 9/10

Stefan Swertz, Vorstand von Adisfaction, Meerbusch



"Google verfolgt seine Interessen. Als die großen Werbetreibenden Google Ad Words weitgehend nutzten, hatten die Agenturen ihren Job als Vermittler erledigt. Da alle mitmachten, waren Provisionen nicht mehr nötig. Nun müssen noch die KMU als Kunden gewonnen werden. Da sind neue Helfer willkommen. Die Marktabdeckung wird der Schlüssel zum Erfolg sein: Wenn sie ausreichend ist, kann das Programm funktionieren."

[\[1\]](#) [\[2\]](#) [\[3\]](#) [\[4\]](#) [\[5\]](#) [\[6\]](#) [\[7\]](#) [\[8\]](#) [\[9\]](#) [\[10\]](#)