

Google Ads Marketing in der Praxis

Mathias Rau, Google Account Manager - Alpha Search

Januar 2020

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	3
2	Struktur verbessern in Google Ads	3
3	Optimale Google Ads Werbeanzeigen	4
4	Keyword Optimierung	4
5	CTR überwachen und optimieren	4
6	Conversions optimieren	5
7	Automatische Gebotssteuerungen	5
8	Zusammenfassung	6

1 Einleitung

Auf den folgenden Seiten erfahren Sie, wodurch sich Google Ads von normalen Werbeschaltungen unterscheidet und warum Google Ads eine der erfolgreichsten Werbemethoden im Internet ist. Bei allen hier vorgestellten Maßnahmen wird ein gutes Verständnis der Zielgruppen, Produkte und Dienstleistungen vorausgesetzt.

Was ist Google Ads?

Google Ads ist mehr als das bloße Schalten von Anzeigen im Google Suchergebnis. Google bietet mit Google Ads ein System, mit dem optimal auf das tatsächliche Suchverhalten der Zielgruppe eingegangen werden kann. Beispielsweise ist es möglich, mit Google Ads automatisiert Werbeanzeigen für nicht vorhergesehene Suchanfragen zu schalten. Damit diese Werbeschaltungen optimal funktionieren, ist es erforderlich, deren Funktionsweise regelmäßig zu überwachen und anzupassen.

In Google Ads entstehen bei jedem Klick auf eine Werbeanzeige Kosten. Diese Klickkosten sind abhängig vom jeweiligen Keyword und werden über die inhaltliche Relevanz zwischen Keywords, den Anzeigeninhalten und den Inhalten der Zielseiten berechnet. Beachtet man diese Sachverhalte bei der Umsetzung einer Google Ads Kampagne, ergeben sich dadurch geringere Kosten und eine deutlich bessere Kampagnenleistung.

2 Struktur verbessern in Google Ads

Es gibt in Google Ads folgende Hierarchie; die Konto Ebene, die Kampagnen Ebene und die Anzeigengruppen Ebene. Werbeanzeigen und Suchbegriffe werden bei einer Google Ads Optimierung über Anzeigengruppen nach Inhalt gruppiert. Dadurch können Werbeanzeigen gezielt auf das Thema einer Anzeigengruppe ausgerichtet werden. Auch die Keywords in einer solchen Anzeigengruppe entsprechen dem Thema der jeweiligen Gruppe.

Diese Vorgehensweise verbessert die Anzeigenrelevanz und ermöglicht eine hervorragende und produktbezogene Ansprache der Zielgruppe, sowie geringere Klickkosten und eine bessere Kampagnenleistung.

Alpha Search

3 Optimale Google Ads Werbeanzeigen

Bevor man Anzeigen entwirft, ist es sinnvoll, sich ein Bild von den Werbeinhalten der Mitbewerber zu verschaffen. Dadurch erfährt man, welche Produktmerkmale in einer Branche besonders hervorgehoben werden und welche weniger kommuniziert werden. Unter Berücksichtigung aller Informationen gestaltet man auf die jeweilige Anzeigengruppe inhaltlich ausgerichtete Werbeanzeigen.

Dadurch ergibt sich eine hohe inhaltliche Relevanz zwischen den Keywords einer Anzeigengruppe und den Werbeanzeigen. Ebenso macht es Sinn, in einer Anzeigengruppe mehrere Werbeanzeigen zu schalten, um über A/B Tests die leistungsstärksten Anzeigen innerhalb einer Anzeigengruppe zu ermitteln.

4 Keyword Optimierung

Bei einer Google Ads Optimierung darf eine regelmäßige Überprüfung der tatsächlich geschalteten Suchanfragen nicht fehlen. Vielen ist nicht bewusst, dass bei bestimmten Keyword Optionen von Google Ads ähnliche Suchanfragen geschaltet werden, die nicht immer für das Erreichen der Werbeziele sinnvoll sind.

Deshalb sollte bei einer Google Ads Optimierung kontinuierlich überprüft werden, ob die tatsächlich geschalteten Suchanfragen für das Erreichen der Werbeziele geeignet sind oder nicht. Ungeeignete Suchanfragen sollten immer ausgeschlossen werden oder die Keyword Option des auslösenden Keywords angepasst werden.

Warum dieser Aufwand? Würde man Suchbegriffe nur in der Keyword Option genau passend schalten, käme nur ein Bruchteil der möglichen Suchanfragen zustande.

5 CTR überwachen und optimieren

Die Klickraten CTR sind ein wichtiger Bestandteil, um die Effektivität von Keywords und Werbeanzeigen zu beurteilen. Beispielsweise geht bei Keywords die Klickrate in die Berechnung des Qualitätsfaktors ein und wirkt sich auf die Höhe der Klickpreise aus. Gute Klickraten führen zu einer Verbesserung der Anzeigenposition eines Keywords bei geringeren Klickkosten.

Außerdem weist eine größere Klickrate bei Werbeanzeigen darauf hin, dass die

Alpha Search

Zielgruppe besser angesprochen wird. Über eine gute Klickrate CTR kann man die durchschnittlichen Klickpreise senken und die CTR ist ein gutes Maß dafür wie gut die Zielgruppe angesprochen wird.

6 Conversions optimieren

Conversions sind messbare Ereignisse der Webseitenbesucher wie das Ausfüllen eines Formulars, das Ausführen eines Telefonanrufs oder dem Download eines PDF Dokumentes. Wenn man diese Ereignisse über ein Webanalyse Tool wie Google Analytics erfasst, kann man diese Conversions mit Keywords und Werbeanzeigen in Google Ads verknüpfen. So ist es in Google Ads möglich festzustellen, welche Keywords oder Werbeanzeigen zu mehr Kontaktanfragen führen und welche nicht.

Durch die Verwendung von Conversions in Google Ads wird ein Smartbidding zur Steuerung der Gebote ermöglicht. Dadurch kann die Anzahl an Kontaktanfragen oder anderen Ereignissen bei gleichem Budget maximiert werden.

7 Automatische Gebotssteuerungen

Damit man über ein Keyword gefunden werden kann, ist es in Google Ads erforderlich, diesem einen maximalen Klickpreis zuzuordnen. Diese Gebote können je nach Keyword variieren. In Google Ads gibt es einige Programme, über die man die Gebote der Keywords automatisch steuern kann. Jedoch muss man bei der Auswahl dieser Gebotssteuerungen prüfen, ob für deren Verwendung alle Voraussetzungen erfüllt sind. Falls dies nicht der Fall ist, arbeiten diese Programme nicht einwandfrei und die Kampagnenleistung verschlechtert sich.

Deshalb sollte das beste Bid Management mit der größten Effektivität und Wirtschaftlichkeit ermittelt werden. Manchmal ist es sogar sinnvoll, ganz auf die automatische Gebotssteuerung zu verzichten und alle Keyword Gebote manuell zu pflegen.

8 Zusammenfassung

Google Ads ist ein System, das eine Marketing Automation im Bereich Suchmaschinenwerbung ermöglicht. Alle in diesem PDF Dokument vorgestellten Optimierungsmaßnahmen dienen dazu, das Google Ads System immer besser auf die jeweiligen Zielgruppen auszurichten. Eine sorgfältige Konfiguration von Google Ads ermöglicht dem System, sogar auf unvorhergesehene Suchanfragen optimal zu reagieren. Dies ist besonders dann wichtig, wenn eine geringe Nachfrage innerhalb der Zielgruppe besteht.

Lampertheim, 19.Januar 2020

Alpha Search Marketing

Alpha Search wurde 1997 als eine auf Suchmaschinen Marketing spezialisierte Agentur gegründet. In den ersten Jahren positionierten wir Webseiten namhafter Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz auf den ersten Ergebnisseiten der damaligen Suchmaschinen und in Business Verzeichnissen. Seit 2001 haben wir unsere Geschäftstätigkeit um Google Ads Marketing mit Conversion Optimierung erweitert und uns in den letzten 18 Jahren darauf spezialisiert.

Alpha Search nimmt regelmäßig an Weiterbildungen von Google teil und ist ein zertifizierter Google Partner. Unsere Zertifizierung über Google ergänzen wir durch 22 Jahre Erfahrung im Online- und Content-Marketing in vielen Projekten. Dadurch können wir uns auf jede Branche optimal einstellen.

Kontakt

Alpha Search Marketing

Kunigundenstr.11
D-68623 Lampertheim

phon 06241-985064
fax 06241-985065
mail info@alpha-search.de

Alpha Search

Kunigundenstrasse 11
68623 Lampertheim