



7 Tipps für AdWords Optimierung

Die Performance von Google Ads wöchentlich überwachen

Erstellen Sie monatlich ausführliche Berichte, sowie wöchentliche Statusberichte mit aussagekräftigen Grafiken und Tabellen. So machen Sie die Entwicklung der wichtigsten Kennzahlen über die letzten Wochen und Monate sichtbar.

Informieren Sie sich wie Google Ads funktioniert!

Google Ads ist mehr als eine Anzeigen Schaltung wie man es von anderen Werbemedien kennt. Daher sollten Sie sich unbedingt über Google Ads und Funktionen in Google Ads informieren, da Sie sonst Geld verbrennen.

Wie sollten Sie eine Google Ads Kampagnen strukturieren?

Die Kampagnen Struktur ergibt sich aus der Anzahl an Produkten oder Dienstleistungen. Dabei ist das Ziel, Ihre Angebote optimal und differenziert zu bewerben. Manchmal ist es auch sinnvoll mehrere Kampagnen zu verwenden. Diese Vorgehensweise führt auch zu einem besseren Qualitätsfaktor.

Warum sollten Anzeigen optimiert werden?

Grundsätzlich sollte man mit mindesten 4 Anzeigen für jedes Produkt an den Start gehen. Diese Anzeigen sollten verschiedene Aspekte eines Produktes hervorheben. Mittels A/B Tests sollte ermittelt werden, welche Anzeigen bei der Zielgruppe besser ankommen.

Warum sollten Keywords optimiert werden?

Mit den Bezeichnungen Ihrer Produkte, sollten Sie in Google Ads umfangreiche Keyword Recherchen durchführen. Aus hunderten Suchanfragen selektieren Sie Long Tail Keywords, die erfolversprechend sind. Diese werden nach Themen in Gruppen zusammengefasst und regelmäßig überprüft und optimiert werden.

Welche Bedeutung haben Klickraten, auch CTR genannt?

Klickraten sind wichtige Kennzahlen, aus denen ersichtlich wird, wie gut die Relevanz von Anzeigen und Keywords ist. Eine schlechte Klickrate einer Anzeige bedeutet, dass diese nicht ausreichend die Zielgruppe anspricht. Solche Anzeigen werden deaktiviert oder überarbeitet. Hohe Klickraten führen zu einem höheren Qualitätsfaktor und niedrigeren Klickpreisen.

Warum sollten Conversions verwendet werden?

Es ist wichtig, in Google Analytics verschiedene Conversions zu definieren, die zur Erreichung der Ziele erforderlich sind. Diese Conversions können mit geeigneten smarten Gebotsstrategien optimiert und durch Optimierung der Zielseiten, Keywords und Anzeigen verbessert werden.