

GOOGLE ADS

DIE 10 GRÖSSTEN FEHLER

Was Sie tun müssen,
um bei Google Ads
Erfolg zu haben

[clickraum:](#)

01

Zuviel in zu kurzer Zeit

Baue das Konto mit den Kampagnen, Anzeigengruppen und Keywords langsam und in bedachten Schritten auf.

Weniger ist mehr! Achte von Anfang an auf eine gute Struktur und eine engmaschige Leistungskontrolle. Steuern täglich nach.

Empfehlungen blind befolgen

02

Google schlägt sinnvolle und viele weniger sinnvolle Optimierungsmöglichkeiten vor. Nur die wenigsten sind wirklich ratsam.

Achte dennoch auf einen sehr hohen Optimierungsfaktor, um die Auspielung zu forcieren.

03

Falsche Gebotsstrategie

Die Gebotsstrategie muß zum Conversion Ziel und der Art der Kampagne passen.

Mehr Markenbekanntheit erreicht man mit "Klicks maximieren" und "Angestrebter Anteil an möglichen Impressionen".

Für die Leadgenerierung ist "Conversions maximieren" geeignet - aber mit Vorsicht.

Unsichere Konklusionen

04

Falsche Schlußfolgerungen entstehen meist durch eine zu vage Daten- und Faktenlage oder Scheinkorrelationen. Stütze dich genügend ab.

Anpassungen müssen durch lange Zeitreihen und eine echte Kausalität begründet sein. Hierzu sollten auch externe Faktoren und Daten aus Web Analytics herangezogen werden, um etwaige Veränderungen richtig einzuordnen.

Langweilige Anzeigentexte

05

Bei Werbeanzeigen kommt es auf jedes Wort an. Je weniger Platz desto mehr Kreativität ist gefragt. Nutze die Anzahl der Überschriften und die volle Zeichenzahl aus. Wecke Neugierde und hebe dich deutlich von Mitbewerbern ab.

Bereite inhaltlich passende Landing Pages vor. Nutze Sitelinks und Anzeigenerweiterungen, um maximale Nischenkompetenz zu zeigen. Biete einen Zusatznutzen an, den nur Du hast.

Zu wenig Targeting

06

Targeting beginnt beim Keyword, den Keyword-Optionen und der Abgrenzung der Kampagne. Eine unklare Ausrichtung sorgt für zu wenig Trennschärfe. Klickrate und Nutzererfahrung auf der Landing Page bleiben so unter dem Durchschnitt. Kurz: Je präziser und einmaliger die Anzeige desto besser.

Schöpfe auch alle Möglichkeiten der zeitlichen und örtlichen Ausspielung aus und ergänze die Zielgruppeneinstellungen (Beobachten).

Zu wenig Datenauswertung

07

Nutze die bereits gesammelten Daten zur Verfeinerung der Aussteuerung. Probiere und teste neue Einstellungen aus diesem Erfahrungsschatz. Vermehre bzw. adaptiere Gutes und Bewährtes, z.B. Anzeigen, Targetings

Kontrolliere auch in kurzen Intervallen alle Suchanfragen und bilde Ausschlußlisten.

Keine Chancen-Verwertung

08

Auch neben den Must-Keywords gibt es viele Chancen in Form von Nischen, die Mitbewerber nicht erkannt haben. Hier können hohe Sichtbarkeiten und Klickraten bei moderaten Geboten erreicht werden.

Voraussetzung ist die Einarbeitung in das Thema aus "Sicht des Kunden" und nicht die eines "betriebsblinden Experten".

Vorsicht: Fachidiot schlägt Kunde tot.

Keine präzise Erfolgskontrolle

09

Viele Konten dümpeln vor sich hin und verlieren viel Werbebudget und Return on Investment.

Jeder Werbetreibende sollte daher die wahren Akquisekosten kennen und diese einpreisen.

Dazu zählen im eCommerce z.B. die Retourenquote oder im Bereich der Dienstleistung die Konvertierungsrate von Erstanfragen und Angebotskalkulationen zu Aufträgen.

Keine Kontinuität & Ausdauer

10

Wer rastet, rostet. Google Ads sollten daher stets durchlaufen. Dadurch gewinnt man eine solide Datenbasis und verbessert sich kontinuierlich.

Wichtig ist auch ein gesunder Mix aus Performance- u. Awareness Kampagnen.

Letzere steigern die Markenbekannt und wirken erst zeitversetzt. Erfolge zeigen sich meist an andere Stelle, z.B. bei Unpaid Traffic.

Fragen? Wir helfen gerne.

clickraum GmbH
SEA. SEO. SMM. Websites
63225 Langen (Hessen)
FON +49 6103 2021 067

info@clickraum.de
www.clickraum.de