

GOOGLE ADS

DIE 10 WICHTIGSTEN TIPPS

Was Sie tun müssen,
um mit Google Ads
erfolgreich zu starten

clickraum:

01

Listen für Schlüsselbegriffe

Verschaffen Sie sich einen Überblick zu den Schlüsselbegriffen Ihrer Branche. Welche typischen Worte und Wortkombinationen sind im Umlauf?

Ordnen Sie die Schlüsselbegriffe nach Suchintention und nach Ausgangspunkt im Kaufentscheidungsprozess ihrer Kunden.

02

Synonyme finden

Nicht jeder sucht gleich. Suchansätze und Suchbegriffe können sehr individuell sein. Sie sind ein Produkt aus Wissen, Erfahrungen und dem aktuellen Stimmengewirr (Buzz, Hype)

Überlegen Sie sich wie Alter, Bildungsgrad und Hintergrundwissen die Suchanfragen verändern könnten. Versuchen Sie sehr breit zu denken, um keine Kundengruppe auszuschließen.

03

Lokale Wortkombinationen

Die Mehrzahl aller Suchanfragen hat einen lokalen Bezug. Kombiniere die Suchbegriffe mit Ortsnamen, Regionen sowie Bundesländern und Ländern (sofern als Absatzgebiet sinnvoll)

#Frankfurt am Main
#Rhein-Main-Gebiet
#Hessen
#Deutschland

04

Weitere Keywords finden

Nutze zusätzlich Keywordtools, um weitere Begriffe zu finden und wichtige Querbezüge aufzudecken.

Bilde Taxonomien*, die häufig mit dem Suchbegriff erscheinen, um ein Gesamtbild zu erhalten.

*Gliederungen, Klassifikationen

05

Themenkategorien bilden

Bringe Ordnung in das Chaos, sortiere und ordne die Begriffe ein.

Bilde Taxonomien*, die häufig mit dem Suchbegriff erscheinen, um ein besseres Gesamtbild zu erhalten.

*Gliederungen, Kategorien, Klassifikationen

Website & Kategorien stimmig?

06

Stimme die Keyword-Kategorien und Einordnungen mit der Website-Struktur ab. Sind Unstimmigkeiten da oder wurde mglw. etwas übersehen? Macht eine andere Struktur u.U. heute mehr Sinn?

Wie strukturieren Mitbewerber? Ist eine gewisse Einheitlichkeit zu erkennen? Wo liegen etwaige Schwächen? Wenn ja, mache es besser.

07

Anzeigegruppe bilden

Schreibe zu jeder Anzeigengruppe mindestens drei verschiedene Anzeigentexte. Variiere mit Überschrift, Wortstellung und Vorteilen.

Konzentriere dich pro Anzeigengruppe auf nur wenige Keywords. Diese bilden ein sinnvolles Cluster. Verlinke die relevanteste Landeseite oder baue eine passende.

Bilde sinnvolle Kampagnen

08

Die Qualität des Kontos nimmt mit der Anzahl der Kampagnen tendenziell zu. Packe Anzeigengruppen, die eine gleiche Aussteuerung Budget, Zeit, Region, Zielgruppe, Gebotsstrategie) erfahren sollen zusammen.

Fasse ca. 1-5 Anzeigengruppen in einer Kampagne zusammen, um sich wichtige Steuerungsmöglichkeiten zu erhalten.

Engmaschige Kontrollen

09

Überprüfe täglich oder mindestens zweimal wöchentlich umfassend die Sucheingaben und aufgeschalteten Keywords. Wird das gewünschte Ziel erreicht? Checke die Keywords und Anzeigenauspielungen innerhalb einer Anzeigengruppe. Korrigiere zu geringe Klickraten zeitnah.

Web Analytics einbinden

10

Verknüpfe Deine Kampagnen mit Tools wie Google Analytics, Matomo oder eTracker.

Mache Erfolge oder etwaige Mißerfolge schneller sichtbar. Nutze Campaign-IDs.

Wie, wo und wann konvertieren Kampagnen besser? Habe ein waches Auge auf Wechselwirkungen zwischen Paid- und Unpaid Search sowie Social Media Maßnahmen.

Fragen? Wir helfen gerne.

clickraum GmbH

SEA. SEO. SMM. Websites

63225 Langen (Hessen)

FON +49 6103 2021 067

info@clickraum.de

www.clickraum.de