

Experten-Chat

15. März 2017

Google

Teil 2 – Google Adwords

Fokus-Thema Google im März/April 17

- 15. März
 - Google Adwords
- 29. März
 - Google My Business
 - Google Maps
 - Google Hangouts
 - Google Allo und Duo
- 12. April
 - Google Analytics mit Jonas Tietgen als Experten

Agenda

- Google Adwords
 - Grundlagen & Ziele
 - Einrichtung
 - Tipps
 - Weiterführende Infos

Grundlagen & Ziele

Google Adwords



Ungefähr 8.970.000 Ergebnisse (0,71 Sekunden)

80 Hotels in Lübeck - Bestpreisgarantie - booking.com

Anzeige www.booking.com/Lübeck/Hotels

4,5 ★★★★★ Bewertung für booking.com

Hotels in Lübeck reservieren. Schnell und sicher online buchen.
Sofortige Bestätigung · Echte Bewertungen · Kundenservice jederzeit · Keine Buchungsgebühren
Weltweit führende Online-Reisebüro - 2015 – World Travel Awards

€0 - €50 Hotels
bis 50,00 € /Tag
Jetzt buchen

€50 - €100 Hotels
bis 100,00 € /Tag
Jetzt buchen

€100 - €150 Hotels
bis 150,00 € /Tag
Jetzt buchen

Hotels in Lübeck ab 36€ - Schnell. Einfach. Gratis - trivago.de

Anzeige www.trivago.de/Hotel/Lübeck

4,5 ★★★★★ Bewertung für trivago.de

trivago® Günstige Hotels in Lübeck, bis -77%. Finde Dein ideales Hotel!

1,300,000+ Hotels · Hotel? trivago® · Vergleichen & Sparen · Sparen

Ausstattung: WLAN, Frühstück, Pool, Fitnessraum

Zentrale Hotels · 4 Sterne Hotels · 3 Sterne Hotels · Hotels bis zu -77% · Die Besten Hotels

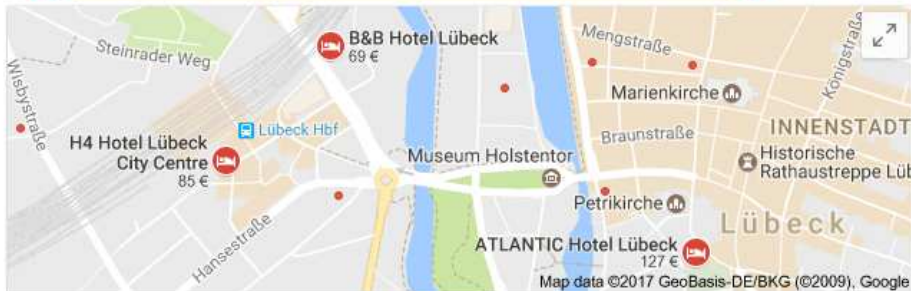
HRS Hotels in Lübeck - Jetzt mit Preisgarantie buchen - hrs.de

Anzeige www.hrs.de/Hotels/Lübeck

Jetzt direkt mit HRS Preisgarantie buchen & sparen: Hotel Lübeck!

Dienstleistungen: 24-Std.-Hotline in Köln, Stornierbar bis Anreise, Anreiseinfos per Mail

Hotels mit Frühstück · Beliebteste Hotels · Günstige Hotels · Hotels im Zentrum



So., 26. März

Mo., 27. März

2 Gäste · Preis · Bewertung · Hotelkategorie · Ausstattung · Sortieren nach

ATLANTIC Hotel Lübeck

4,5 ★★★★★ (78) · 4-Sterne-Hotel

Modernes Hotel mit WLAN und Restaurant

Kostenloses WLAN

127 €



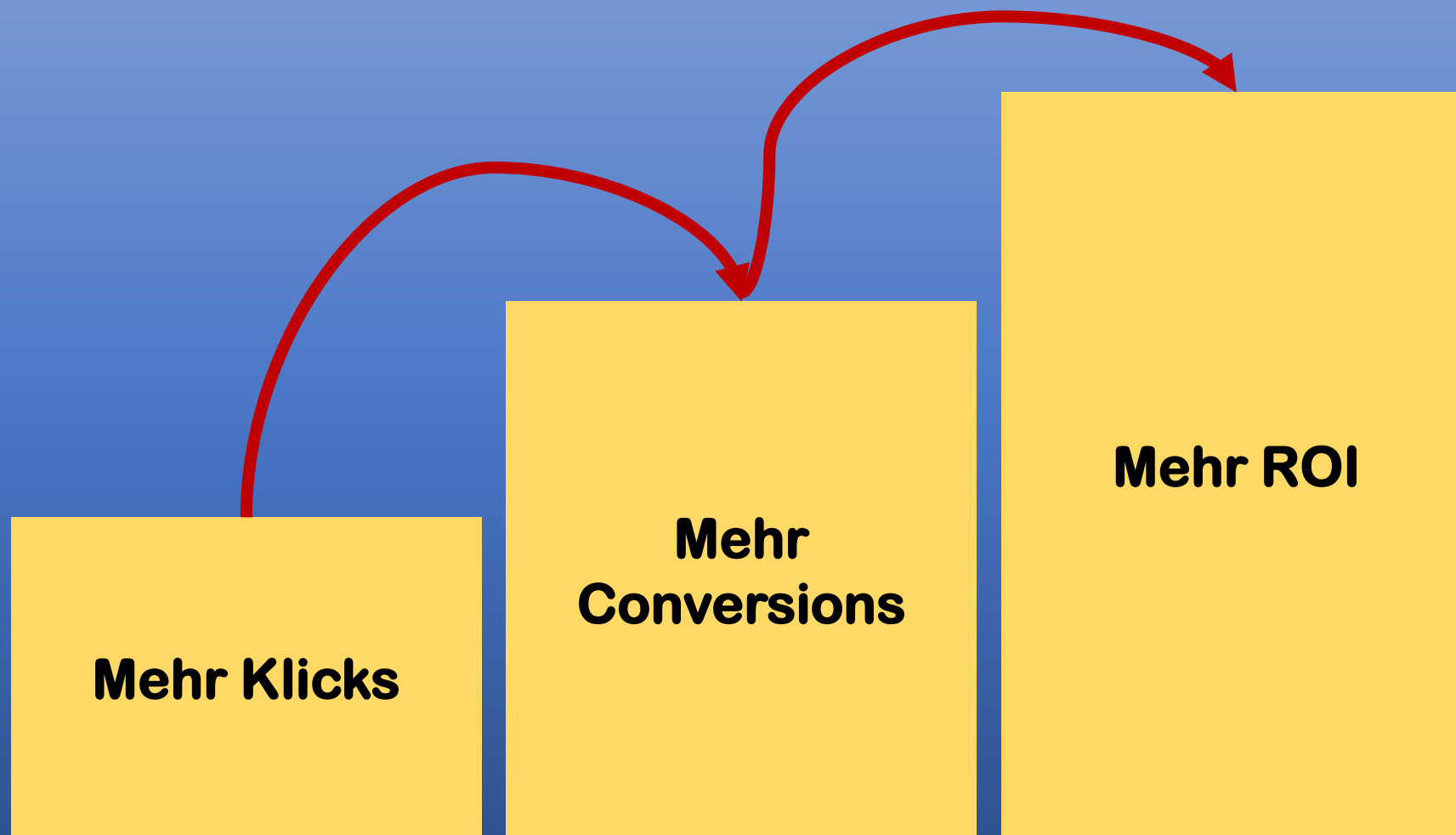
Wie bucht man Adwords?

The image shows a screenshot of the Google AdWords website. At the top left is the Google AdWords logo. To the right, there is a link that says "Schon Google AdWords-Kunde? Anmelden". Below the logo, there is a navigation menu with the following items: "Übersicht", "Vorteile", "Funktionsweise", "Kosten", and "Jetzt loslegen". The main content area on the left features the heading "Ihre Anzeige bei Google" and a paragraph explaining that with Google AdWords, you can be found by potential customers when they search for your products or services. Below this is a blue button labeled "Jetzt starten" and a line of text: "Kostenlose Starthilfe: 0800 6270 942 *". On the right side, there is a preview of a search result for "Kaffeebar am Bahnhof". The search bar shows the Google logo and the search term. Below the search bar, there are several colored bars representing different search results. The first result is titled "Kaffeebar" and includes a green "Anzeige" label, the URL "cafe.unternehmen-beispiel.de", and the text "Der perfekte italienische Kaffee. Für den perfekten Start in den Tag." Below this, there are more search results, some with blue and green bars, indicating different ad types or statuses.

Vorteile von Adwords

- Der Suchende hat bereits eine Kaufabsicht
- Der Anbieter sucht sich die passenden Kunden aus
- Der Anbieter kontrolliert die Werbekosten selbst
- Adwords sind sehr flexibel und können kurzfristig angepasst werden
- Ist das Angebot relevant und wird viel geklickt, ist es preiswert mit Adwords zu werben
- Messbare Erfolge

Ziele von Adwords

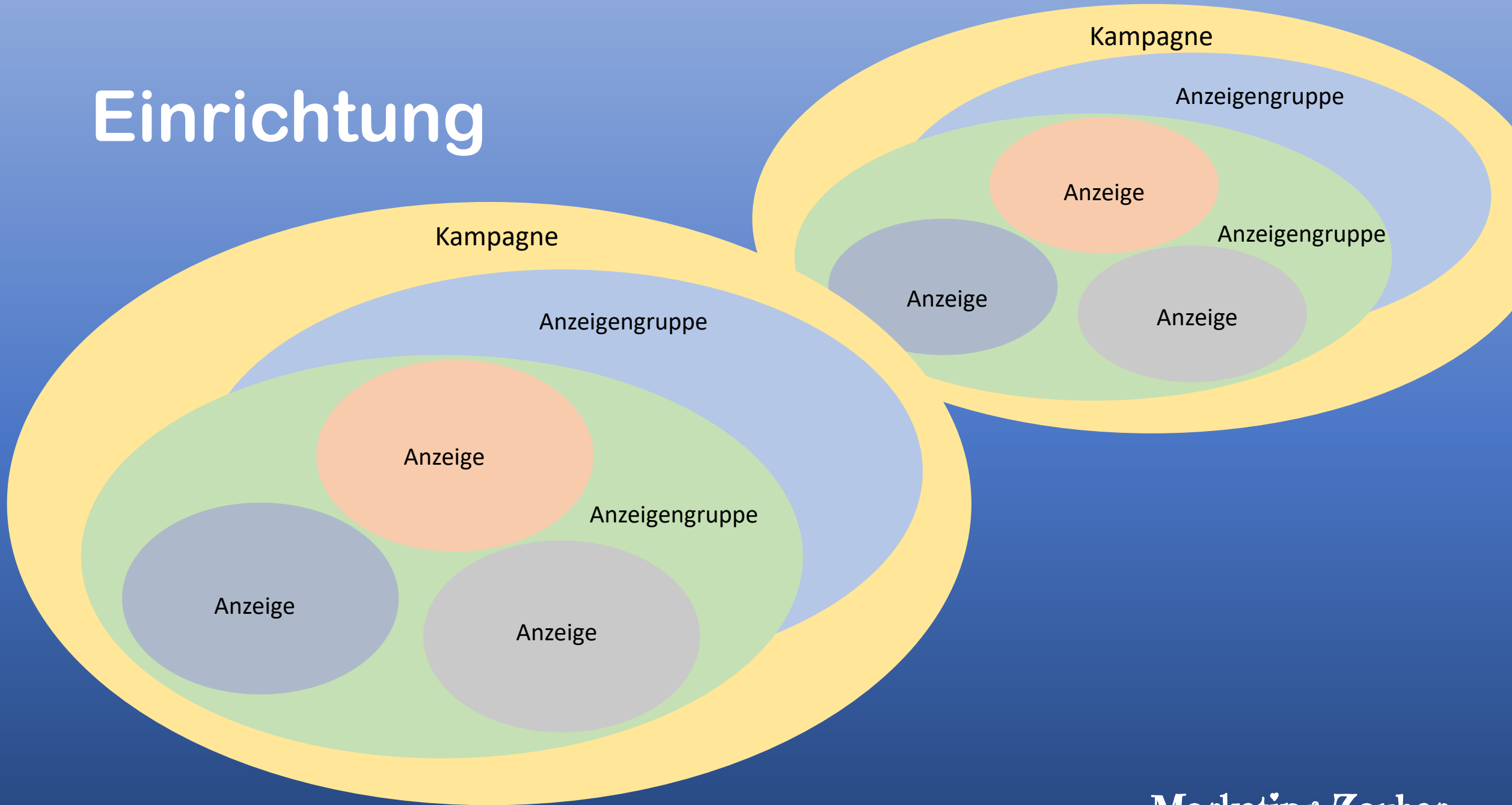


ROI



(Gewinnanteil / durchschnittlicher
Kapitaleinsatz) * 100 = ROI

Einrichtung



Beispiel

Google AdWords account: **Vollkommen.Braut** (Kunde: 554-955-3701)

Suchen

Alle Kampagnen

- Eröffnung
- Eröffnung-Einladung
- Terminvereinbarung**
- Terminvereinbarung

Kampagne: **Terminvereinbarung**

● Aktiviert Typ: ...

Anzeigengruppen

Keywords Auszu

Alle außer entferne

Klicks im V

Google AdWords account: **Winkelmann Immobilien** (Kunde: 785-875-0438)

Ihre Anzeigen werden derzeit nicht geschaltet. - Ihr

Suchen

Alle Kampagnen

- Hausverwaltung
- Ihre Hausverwaltung
- Immobilienmakler**
- Haus Kauf
- Haus Kaufen
- Immobilien
- Immobilien vermieten und verkaufen
- Wohnungen Mieten

Kampagne: **Immobilienmakler**

|| Pausiert Typ: ...

Anzeigengruppen

Keywords Auszu

Alle außer entferne

Google AdWords account: **Pflegedienst Limbach** (Kunde: 894-470-8356)

Suchen

Alle Kampagnen

- Pflege
- Demenz
- Demenz #2
- Pflegedienst**

Kampagne: **Pflegedienst**

● Aktiviert Typ: St

Einstellungen

Keywords Auszu

Alle aktivierten Key

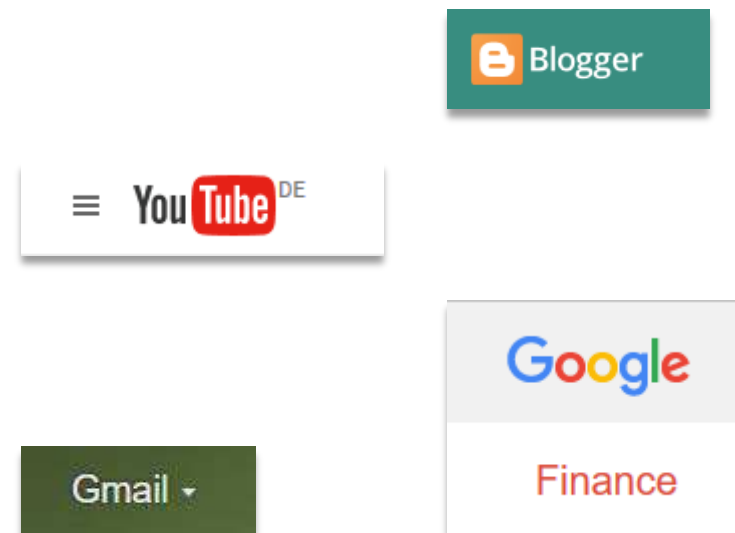
Klicks im V

Suchnetzwerk & Displaynetzwerk

Suchnetzwerk



Displaynetzwerk



Suchnetzwerk & Displaynetzwerk

Pflegedienst Wuppertal - Wir nehmen Patienten auf

[Anzeige](http://www.abucura-pflegedienst.de/Krankenpflege/Pflegedienst) www.abucura-pflegedienst.de/Krankenpflege/Pflegedienst

Abucura berät Sie über alle Fragen der häuslichen Alten- und Krankenpflege

Diskret & respektvoll · Sensibler Umgang · Professionelle Pflege

Dienstleistungen: Häusliche Pflege, Wundversorgung, Hauswirtschaft u Medigabe

Kontakt

Haushaltshilfe&Betreuung

Pflegeversicherung

Pflegeberatung



Bannerformate

im Google AdWords Display Werbenetzwerk

Achtung!
11 bzw. 22 Pixel werden von Google für die Anzeigen-URL und den Feedbacklink genutzt.

Wichtig!
Einzelne Banner dürfen die maximale Größe von 50KB nicht übersteigen.

Einrichtung einer Kampagne

Google Adwords

Ungefähr 977.000 Ergebnisse (0,61 Sekunden)



Hinweise zum Datenschutz bei Google

SPÄTER ERINNERN

ANSEHEN

Telefon-Coaching - meuselbach-seminare.de

[Anzeige](#) www.meuselbach-seminare.de/

Damit ihr Coaching nicht zu kurz kommt. Ortsunabhängig & flexibel.
Coaching - Workshops und Trainings · Mediation

[Wer kommt ins Coaching?](#)[Warum Telefon Coaching?](#)[Meine Coaching Inhalte](#)

Mehr Kunden, mehr Aufträge als - Coach, Trainer oder Berater

[Anzeige](#) www.coaching-training.online/

Mit Online-Coaching entwickeln wir jetzt Deine persönliche Mehr-Umsatz-Strategie
Angebote · Coaching Flatrate · Über Onlinecoaching

Einladung zum Skype-Marketing-Coaching · Marketing-Zauber

www.marketing-zauber.de/einladung-zum-skype-coaching/

Skype Marketing Coaching. Manchmal hast Du nur eine kurze Frage und brauchst einen Expertenrat.
Das Marketing-Coaching per Skype ist das Richtige für ...

Sommermagie – Marketing-Coaching Paket · Marketing-Zauber

www.marketing-zauber.de/sommermagie-marketing-coaching-paket/

Das Sommermagie-Coaching-Paket! ... Sichere Dir meine Unterstützung für Dein Marketing ... Fünf
Stunden Marketing- und Social Media Coaching per Skype.

Online Marketing Coaching via Skype - bartmedien

bartmedien.de/online-marketing-skype-coaching/

Online Marketing Coaching. Online Marketing Skype Coaching. Du willst erfolgreich Kunden im
Internet gewinnen? Deine Webseite braucht einen neuen ...

Marketing-Coaching zum Nulltarif - Marcel Leeb

marcel-leeb.de/shop/marketing-coaching-nulltarif/

Mit einem Marketing-Coaching errichten Sie tragende Marketingkonzepte und ... Ihnen 30 Minuten
kostenloses Marketing-Coaching per Telefon oder Skype.

Bilder zu skype marketing coaching



Ihre Anzeigen werden derzeit nicht geschaltet. - Ihre Kampagnen und Anzeigengruppen wurden pausiert oder entfernt. Aktivieren Sie sie, um Anzeigen zu schalten. [Anleitung](#) | [Weitere Informationen](#)

Suchen

Rat & Tat Marketing Birgit Schultz >
Alle Kampagnen: Birgit Schultz (Rat & Tat Marketing)

Kampagnen Anzeigengruppen Einstellungen Anzeigen Anzeigenerweiterungen Keywords Zielgruppen Automatische Ausrichtung Dimensionen Displaynetzwerk

Alle außer entfernte Kampagnen Segment Filter Spalten Kampagnen suchen [Änderungsverlauf anzeigen](#)

Klicks im Vergleich zu Keine Angabe Monatlich



+ KAMPAGNE	Bearbeiten	Details	Gebotsstrategie	Automatisieren	Label	Budget ?	Status ?	Impressionen ?	Interaktionen ? ↓	Interaktionsrate ?
Suchnetzwerk mit Displayauswahl Die beste Möglichkeit, die meisten Kunden zu erreichen						1,00 €/Tag	Pausiert	32.348	536 Klicks	1,66 % CTR
Nur Suchnetzwerk Google-Suche und Suchnetzwerk-Partner						1,00 €/Tag	Pausiert	3.091	26 Klicks	0,84 % CTR
Nur Displaynetzwerk Google-Netzwerk von Partnerwebsites						1,00 €/Tag	Pausiert	0	--	--
Shopping Die beste Methode zum Erstellen von Shopping-Anzeigen						1,00 €/Tag	Pausiert	0	--	--
Video Videoanzeigen auf YouTube und im Internet								35.437	562	1,59 %
Universelle App-Kampagne Im Suchnetzwerk, im Displaynetzwerk und auf YouTube für Ihre App werben						0,00 €/Tag		35.437	562	1,59 %
Gesamt - Suchnetzwerk								35.437	562	1,59 %
Gesamt - Displaywerbung								0	--	--

Typ: **Nur Suchnetzwerk - Alle Funktionen**

Kampagnenname

Kampagne 2

Typ

Nur Suchnetzwerk

- Standard** - Keyword-bezogene Textanzeigen in den Google-Suchergebnissen
- Alle Funktionen** - Alle Funktionen und Optionen, die für das Suchnetzwerk verfügbar sind
- App-Installationsanzeigen** - Anzeigen, über die Nutzer Ihre App herunterladen können
- App-Interaktionsanzeigen** - Anzeigen, mit denen die Nutzer zu Aktionen in Ihrer App angeregt werden
- Dynamische Suchanzeigen** - Anzeigenausrichtung auf Grundlage Ihrer Websiteinhalte
- Nur Anruf** - Anzeigen, die Nutzer veranlassen, bei Ihrem Unternehmen anzurufen

[Weitere Informationen zu Kampagnentypen](#)

oder Einstellungen laden aus

Bestehende Kampagnen

Werbenetzwerke Wenn Sie verschiedene Werbenetzwerke auswählen möchten, bearbeiten Sie den oben aufgeführten Kampagnentyp oder erstellen Sie eine neue Kampagne.

- Google Suchnetzwerk**
- Suchnetzwerk-Partner einbeziehen

Geräte Anzeigen werden standardmäßig auf allen unterstützten Geräten geschaltet.

Standorte Welche Standorte möchten Sie für die Ausrichtung Ihrer Kampagne verwenden (oder ausschließen)?

- Alle Länder und Gebiete
- Deutschland
- Ich möchte selbst auswählen

Zielregionen	Reichweite	Alle entfernen
Schweiz - Land	4.950.000	Entfernen In der Nähe
Österreich - Land	5.280.000	Entfernen In der Nähe
Deutschland - Land	43.500.000	Entfernen In der Nähe

Standort eingeben für Ausrichtung oder Ausschluss [Erweiterte Suche](#)

☰ Standortoptionen (erweitert)

- Ziel [?](#) Nutzer in meiner Zielregion bzw. Nutzer, die danach suchen oder sich dafür interessieren (empfohlen) [?](#)
 Nutzer in meiner Zielregion [?](#)
 Nutzer, die nach meiner Zielregion suchen oder sich dafür interessieren [?](#)

- Ausschließen [?](#) Nutzer an dem von mir ausgeschlossenen Standort bzw. Nutzer, die danach suchen oder sich dafür interessieren (empfohlen) [?](#)
 Nutzer in der von mir ausgeschlossenen Region [?](#)

💡 Basierend auf Ihren Zielregionen möchten Sie Ihre Anzeigen vielleicht auf Seiten ausrichten, die die folgenden Sprachen für die Benutzeroberfläche verwenden:

- Deutsch
- Englisch
- Französisch

[Vorgeschlagene Zielsprachen](#)

Sprachen [?](#) **Deutsch** [Bearbeiten](#)

Gebotsstrategie ? Wählen Sie aus, wie Sie Gebote für Ihre Anzeigen festlegen möchten.

Manuell: Manueller CPC ▼

Automatische Gebotsstrategien

Ausrichtung auf Suchseitenposition

Ziel-CPA

Ziel-ROAS

Kompetitive Auktionsposition

Klicks maximieren

Auto-optimierter CPC

Manuelle Gebotseinstellung

Manueller CPC

Auto-optimierten CPC aktivieren ?

In AdWords werden Ihre Gebote automatisch angepasst, um die maximale Anzahl an Conversions zu erzielen.

Standardgebot ?

Dieses Gebot gilt für

Budget ?

Auslieferungsmethode (erweitern)

en. ?

Gebotsstrategie [?] Wählen Sie aus, wie Sie Gebote für Ihre Anzeigen festlegen möchten.

Automatisch: Auto-optimierter CPC ▼

Ihre Gebote werden von AdWords automatisch so angepasst, dass Sie möglichst viele Conversions erzielen.

In einer Portfoliostrategie sind mehrere Kampagnen, Anzeigengruppen und Keywords in einer einzigen Gebotsstrategie zusammengefasst.

- Bestehende Portfoliostrategie verwenden
- Neue Portfoliostrategie erstellen

Name:

Standardgebot [?] €

Dieses Gebot gilt für die erste Anzeigengruppe in dieser Kampagne, die Sie im nächsten Schritt erstellen werden.

Budget [?] € pro Tag

Die tatsächlichen Tagesausgaben können variieren. [?]

☰ Auslieferungsmethode (erweitert)

Auslieferungsmethode [?] **Standard:** Die Anzeigenschaltung wird optimiert und das Budget wird gleichmäßig verbraucht (empfohlen).

Beschleunigt: Die Auslieferung von Anzeigen wird nicht optimiert. Dadurch wird das Budget schneller verbraucht und ist möglicherweise bereits vor Ablauf des Tages aufgebraucht.

Anzeigenerweiterungen

Mithilfe dieser optionalen Funktion können Sie relevante Informationen zu Ihrem Unternehmen in Ihren Anzeigen zeigen. [Tour starten](#)

- Standort [?](#) Meine Anzeigen um Standorterweiterungen ergänzen
- Google Sitelinks [?](#) Meine Anzeigen um einen Link zu meiner Website ergänzen
- Anruf [?](#) Meine Anzeigen um Telefonnummer ergänzen
- App [?](#) Meine Anzeigen um einen Link zu einer mobilen App ergänzen
- Bewertungen [?](#) Meine Anzeigen um Bewertungen ergänzen
- Callouts [?](#) Anzeigen um zusätzliche Beschreibungen erweitern
- Snippet-Erweiterungen [?](#) Snippet-Erweiterungen zu meinen Anzeigen hinzufügen

Erweiterte Einstellungen

Werbezeitplan: Startdatum, Enddatum, Anzeigenplanung

Startdatum

16.03.2017

Enddatum

Keine Angabe

25.03.2017

Ihre Anzeigen werden nach diesem Datum nicht mehr geschaltet, es sei denn, Sie ändern es später.

Anzeigenplanung ?

Montag	00	:	00	bis	00	:	00
Dienstag	00	:	00	bis	00	:	00
Mittwoch	00	:	00	bis	00	:	00
Donnerstag	00	:	00	bis	00	:	00
Freitag	00	:	00	bis	00	:	00
Samstag	00	:	00	bis	00	:	00
Sonntag	00	:	00	bis	00	:	00

+ Hinzufügen

Uhr anzeigen 12 Stunden 24 Stunden

Zeitzone Europe/Berlin (kann nicht geändert werden)

Anzeigenplanung ?

Montag bis Freitag	08	:	00	bis	10	:	00	X
Montag bis Freitag	17	:	00	bis	22	:	00	X
Montag bis Freitag	11	:	30	bis	13	:	30	X
Samstag	10	:	00	bis	22	:	00	X
Sonntag	10	:	00	bis	22	:	00	X

+ Hinzufügen

Uhr anzeigen 12 Stunden 24 Stunden

Zeitzone Europe/Berlin (kann nicht geändert werden)



☰ Anzeigenauslieferung: Anzeigenrotation

Anzeigenrotation ?

Für Klicks optimieren: Anzeigen zeigen, die vermutlich mehr Klicks erzielen

Diese Einstellung wird für die meisten Werbetreibenden empfohlen.

Für Conversions optimieren: Anzeigen schalten, die vermutlich mehr Conversions erzielen

Diese Einstellung wird empfohlen, wenn Sie das Conversion-Tracking von AdWords oder Google Analytics verwenden.

Gleichmäßige Anzeigenrotation: Anzeigen werden **mindestens 90 Tage** lang gleichmäßiger geschaltet und danach findet eine Optimierung statt.

Diese Option kann sinnvoll sein, wenn Sie Anzeigen auf der Grundlage Ihrer eigenen Daten leistungsabhängig schalten.

Unbestimmte Anzeigenrotation: Anzeigen mit schlechterer Leistung werden in gleichmäßigem Verhältnis zu leistungsstärkeren Anzeigen geschaltet. Es findet keine Optimierung statt.

Diese Option wird für die meisten Werbetreibenden nicht empfohlen.

☰ Dynamische Suchanzeigen

Website ?

Domain-Sprache ?

Ausrichtungsquelle ?

Den Google-Index meiner Website verwenden

Nur URLs aus meinem Seitenfeed verwenden

URLs aus dem Google-Index meiner Website und aus meinem Seitenfeed verwenden

☰ URL-Optionen für Kampagne (erweitert)

Tracking-Vorlage ?

Beispiel: `http://www.trackingc.com/?url={lpurl}&id=5`

Benutzer-definierter Parameter ?

{ } =

{ } =

{ } =

Speichern und fortfahren

Neue Kampagne verwerfen

Typ: Nur Suchnetzwerk - Alle Funktionen

Name der Anzeigengruppe

Eine Anzeigengruppe umfasst eine oder mehrere Anzeigen sowie einen Satz zugehöriger Keywords. Die besten Ergebnisse erzielen Sie, wenn Sie alle Anzeigen und Keywords dieser Anzeigengruppe auf ein Produkt oder einen Dienst ausrichten. [Weitere Informationen zum Strukturieren Ihres Kontos](#)

Anzeigengruppenname:

Anzeige erstellen

Textanzeige Dynamische Suchanzeige App-Interaktionsanzeigen Nur-Anrufanzeige

Finale URL

Anzeigentitel 1

Anzeigentitel 2

Pfad

/ /

Beschreibung

URL-Optionen für Anzeigen (erweitert)

Mobile URL

Tracking-Vorlage

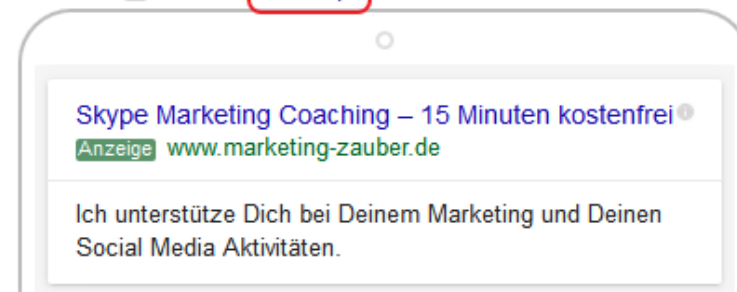
Beispiel: <http://www.tracking.com/?url={pur}&id=5>

Benutzer-definiertes Parameter =

{ Name } =

{ Name } =

Vorschau Mobil Desktop



Beispielanzeigen [Weitere anzeigen](#)



Mit **Anzeigenerweiterungen** können Sie Ihre Anzeige um zusätzliche Informationen wie Geschäftsadresse oder Telefonnummer ergänzen. [Tour starten](#)

Keywords

Keywords auswählen

Ihre Anzeige kann bei Google erscheinen, wenn Nutzer nach Dingen suchen, die Bezug zu Ihren Keywords haben.

Tipps

Fangen Sie mit 10 bis 20 Keywords an.

Verwenden Sie spezifische Keywords und vermeiden Sie Keywords, die nur aus einem Wort bestehen.

Wählen Sie Wortgruppen aus, die Kunden bei der Suche nach Ihren Produkten und Dienstleistungen verwenden würden.

Standardmäßig werden Keywords mithilfe des Übereinstimmungstyps "Weitgehend passend" den

Suchanfragen zugeordnet, damit Sie eine größere Bandbreite von relevanten Zugriffen nutzen können.

Diese Zuordnung können Sie mithilfe von [Keyword-Optionen](#) steuern.

[Weitere Informationen zur Auswahl effektiver Keywords](#)

Geben Sie nur ein Keyword pro Zeile ein.

Geben Sie hier Ihre Keywords ein.

- ☰ Kategorie: social media marketing
 - « Alle aus dieser Kategorie hinzufügen
 - « Hinzufügen social media marketing
 - « Hinzufügen marketing social media
 - « Hinzufügen social network marketing
 - « Hinzufügen social media marketing
 - « Hinzufügen marketing on social media
 - « Hinzufügen marketing through social media
 - « Hinzufügen using social media for marketing
 - « Hinzufügen marketing and social media
 - « Hinzufügen marketing with social media
 - « Hinzufügen social media in marketing
 - « Hinzufügen social media services
 - « Hinzufügen social media marketing services
 - « Hinzufügen social media for marketing
 - « Hinzufügen marketing in social media
 - « Hinzufügen sns marketing
 - « Hinzufügen smm marketing
 - « Hinzufügen best social media marketing
 - « Hinzufügen social media marketing 2016
 - « Hinzufügen marketing using social media

Geben Sie nur ein Keyword pro Zeile ein.

beratung soziale medien
social media beratung
marketing beratung
marketing coaching
+telefon marketing beratung
+telefon social media beratung
skype social media beratung
skype marketing beratung
unterstützung marketing
marketing hilfe
unterstützung social media
social media hilfe

- ☰ Kategorie: social media marketing
 - « Alle aus dieser Kategorie hinzufügen
 - « Hinzufügen social media marketing
 - « Hinzufügen marketing social media
 - « Hinzufügen social network marketing
 - « Hinzufügen social media and marketing
 - « Hinzufügen marketing on social media
 - « Hinzufügen marketing through social media
 - « Hinzufügen using social media for marketing
 - « Hinzufügen marketing and social media
 - « Hinzufügen marketing with social media
 - « Hinzufügen social media in marketing
 - « Hinzufügen social media services
 - « Hinzufügen social media marketing services
 - « Hinzufügen social media for marketing
 - « Hinzufügen marketing in social media
 - « Hinzufügen sns marketing
 - « Hinzufügen smm marketing
 - « Hinzufügen best social media marketing
 - « Hinzufügen social media marketing 2016
 - « Hinzufügen marketing using social media

Wichtiger Hinweis: Wir können nicht garantieren, dass diese Keywords die Leistung Ihrer Kampagne verbessern. Wir behalten uns das Recht vor, von Ihnen hinzugefügte Keywords abzulehnen. Sie sind für die von Ihnen ausgewählten Keywords und für die Gewährleistung verantwortlich, dass die Verwendung Ihrer Keywords nicht gegen geltende Gesetze verstößt.

Maximales Cost-per-Click-Gebot (max. CPC)

Standardgebot [?](#)

Sie können Gebote auf Keyword-Ebene separat festlegen.

€ 5,00

Erweiterte Einstellungen

URL-Optionen für Anzeigengruppen (erweitert)

Tracking-Vorlage [?](#)

Beispiel: [http://www.trackingo.com/?url=\[lpurl\]&id=5](http://www.trackingo.com/?url=[lpurl]&id=5)

Benutzer-definiertes
Parameter [?](#)

{ } =

{ } =

{ } =

Anzeigengruppe speichern

Neue Anzeigengruppe verwerfen

⚠ Diese Anzeige entspricht nicht unseren Richtlinien. Folgende Probleme müssen behoben werden:
Skype: Marken im Anzeigentext. [Details](#)

Anzeige erstellen

Textanzeige Dynamische Suchanzeige App-Interaktionsanzeigen Nur-Anrufanzeige

Finale URL [?](#)

Anzeigentitel 1 [?](#)

Anzeigentitel 2 [?](#)

Pfad [?](#)
//

Beschreibung [?](#)

Vorschau [?](#) Mobil | Desktop

Online Marketing Coaching – 15 Minuten
kostenfrei buchen

Anzeige www.marketing-zauber.de

Ich unterstütze Dich bei Deinem Marketing und Deinen
Social Media Aktivitäten.

IN DIESER ANZEIGENGRUPPE: Diese Kampagne endet bald... [Alle ansehen](#)

[Entwürfe](#) Gesamte Zeit: 05.11.2009 - 15.03.2017

Suchen

Rat & Tat Marketing Birgit Schultz > Alle Kampagnen > Skype-Marketing-Coaching >

Anzeigengruppe: Schnupper-Coaching

● Aktiviert Typ: Standard Anzeigengruppen-Gebote (Max. CPC) 5,00 € [Bearbeiten](#)

[Einstellungen](#) [Anzeigen](#) [Anzeigenerweiterungen](#) [Keywords](#) [Zielgruppen](#) [Automatische Ausrichtung](#) [Dimensionen](#)

[Keywords](#) [Auszuschließende Keywords](#) [Suchbegriffe](#)

Alle außer entfernte Keywords Segment Filter Spalten [Keywords suchen](#) [Änderungsverlauf anzeigen](#)

Klicks im Vergleich zu Keine Angabe Monatlich



+ KEYWORDS [Bearbeiten](#) [Details](#) [Suchbegriffe](#) [Gebotsstrategie](#) [Automatisieren](#) [Label](#)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Keyword	Status ^[?]	Max. CPC ^[?]	Klicks ^[?]	Impressionen ^[?]	CTR ^[?]	Durchschn. CPC ^[?]	Kosten ^[?]	Durchschn. Pos. ^[?]	Conversions ^[?]	Kosten/Conv. ^[?]	Conv.-Rate ^[?]	Alle Conv. ^[?]	View-through-Conv. ^[?]	Label ^[?]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	marketing coaching	Kampagne ausstehend	5,00 € (auto-optimiert)	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0,0	0,00	0,00 €	0,00 %	0,00	0	--
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	marketing beratung	Kampagne ausstehend	5,00 € (auto-optimiert)	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0,0	0,00	0,00 €	0,00 %	0,00	0	--
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	marketing hilfe	Kampagne ausstehend	5,00 € (auto-optimiert)	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0,0	0,00	0,00 €	0,00 %	0,00	0	--
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	unterstützung marketing	Kampagne ausstehend	5,00 € (auto-optimiert)	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0,0	0,00	0,00 €	0,00 %	0,00	0	--
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	social media beratung	Kampagne ausstehend	5,00 € (auto-optimiert)	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0,0	0,00	0,00 €	0,00 %	0,00	0	--
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	social media hilfe	Kampagne ausstehend	5,00 € (auto-optimiert)	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0,0	0,00	0,00 €	0,00 %	0,00	0	--
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	beratung soziale medien	Kampagne ausstehend	5,00 € (auto-optimiert)	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0,0	0,00	0,00 €	0,00 %	0,00	0	--
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+telefon marketing beratung	Kampagne ausstehend	5,00 € (auto-optimiert)	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0,0	0,00	0,00 €	0,00 %	0,00	0	--
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+telefon social media beratung	Kampagne ausstehend	5,00 € (auto-optimiert)	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0,0	0,00	0,00 €	0,00 %	0,00	0	--
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	skype marketing beratung	Kampagne ausstehend	5,00 € (auto-optimiert)	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0,0	0,00	0,00 €	0,00 %	0,00	0	--
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	skype social media beratung	Kampagne ausstehend	5,00 € (auto-optimiert)	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0,0	0,00	0,00 €	0,00 %	0,00	0	--
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	unterstützung social media	Kampagne ausstehend	5,00 € (auto-optimiert)	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0,0	0,00	0,00 €	0,00 %	0,00	0	--
Gesamt – alle außer entfernte Keywords ^[?]					0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0,0	0,00	0,00 €	0,00 %	0,00	0	
Gesamt – alle Anzeigengruppen ^[?]					0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0,0	0,00	0,00 €	0,00 %	0,00	0	

Alle Entwürfe

Alle Tests

Kampagnengruppen

Gemeinsam genutzte Bibliothek

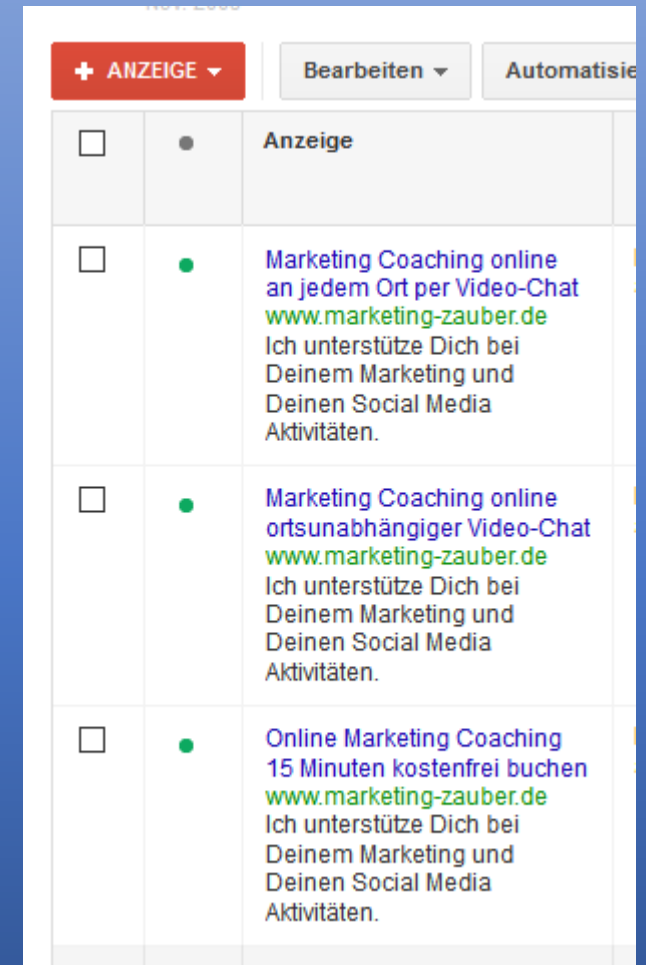
Bulk-Vorgänge

Label

Tipps

Zu Google Adwords

Tipp 1 - Testen



The screenshot shows a CRM interface with a table of advertisements. At the top, there are three buttons: '+ ANZEIGE' (highlighted in red), 'Bearbeiten', and 'Automatisiere'. The table has four rows, each representing an advertisement. Each row starts with a checkbox, followed by a status indicator (a grey dot for the first row, a green dot for the others), and then the advertisement text. The text includes the title, the website 'www.marketing-zauber.de', and a description of the service.

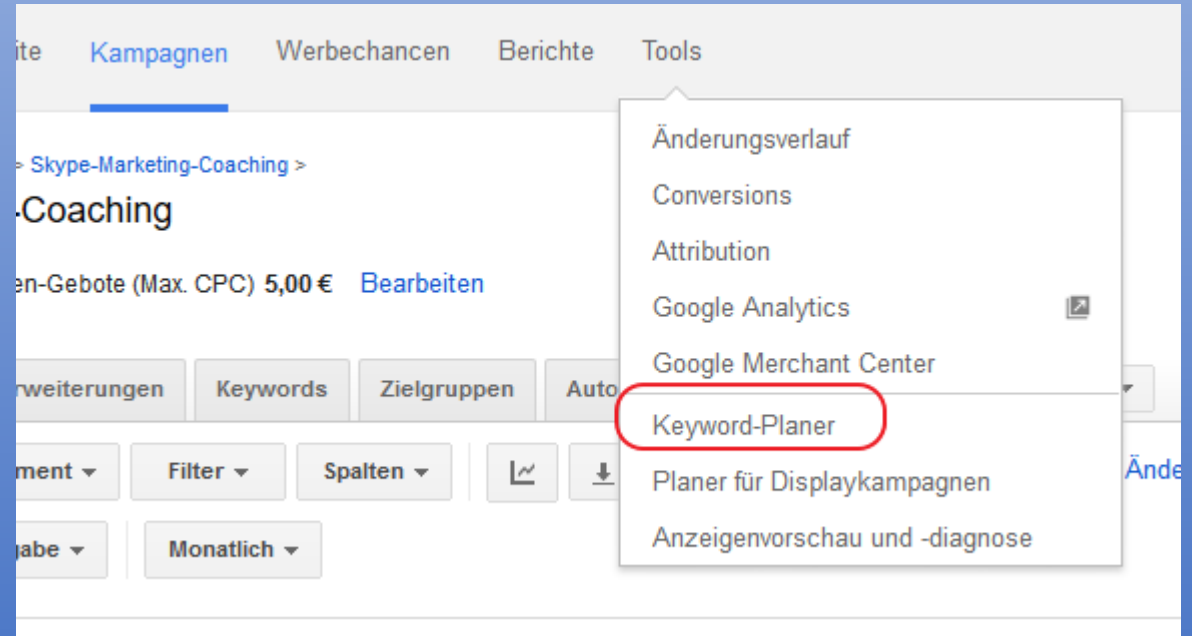
<input type="checkbox"/>		Anzeige
<input type="checkbox"/>	●	Marketing Coaching online an jedem Ort per Video-Chat www.marketing-zauber.de Ich unterstütze Dich bei Deinem Marketing und Deinen Social Media Aktivitäten.
<input type="checkbox"/>	●	Marketing Coaching online ortsunabhängiger Video-Chat www.marketing-zauber.de Ich unterstütze Dich bei Deinem Marketing und Deinen Social Media Aktivitäten.
<input type="checkbox"/>	●	Online Marketing Coaching 15 Minuten kostenfrei buchen www.marketing-zauber.de Ich unterstütze Dich bei Deinem Marketing und Deinen Social Media Aktivitäten.

Tipp 2 – Klein starten

Tipp 3 – Lang starten

Tipp 4 – Hoch starten

Tipp 5 – Zielgruppe fragen



Tipp 6 – Keyword-Planer

<input type="checkbox"/>	amazon balikleider grosse grösse 54 56	Weitgehend passend	Ausgeschloss ...	Eröffnung
<input type="checkbox"/>	hosenanzug hochzeit braut übergröße	Weitgehend passend	Ausgeschloss ...	Eröffnung
<input type="checkbox"/>	sweetheart brautkleid	Weitgehend passend	Ausgeschloss ...	Eröffnung
<input type="checkbox"/>	abendkleider rostock	Weitgehend passend	Ausgeschloss ...	Eröffnung
<input type="checkbox"/>	brautkleid größe 48 vintage	Weitgehend passend	Ausgeschloss ...	Eröffnung
<input type="checkbox"/>	gothic hochzeitskleider große größen	Weitgehend passend	Ausgeschloss ...	Eröffnung

Tipp 7 – Keywords ausschließen

Tipp 8 – Keywords Optionen einsetzen

Tipp 9 – hohen Relevanzfaktor anstreben

Tipp 10 – Landingpage optimieren

Tipp 11 – Monitoring

Tipp 12 – Conversion-Tracking

Stellt mir Eure Fragen!

Im Chat oder per Audio