

Google Ads

Leitfaden & Checkliste



1. Einleitung

Gute Gründe, Google Ads einzusetzen

Durch Google Ads haben wir Werbetreibenden Zugriff auf Werbekanäle, mit denen wir Nutzer im entscheidenden Moment erreichen. Mit smarten Technologien sorgt Google dafür, dass wir dort optimale Ergebnisse erzielen. Mit Google Ads kann ich:

- Onlinemarketingziele in eine solide Strategie für digitales Marketing umwandeln (s. Nr. 3)
- neue/ vorhandene Zielgruppen mit individuellen Kampagnen effizient erreichen
- gewährleisten, dass mein Budget für digitales Marketing eingehalten wird, in dem ich den Leistungsplaner nutze
- von einem effektiven ROI profitieren

Welchen Kampagnentypen benötigen Sie?

Warum ist das wichtig? Der Kampagnentyp bestimmt, wo Nutzer Ihre Anzeigen sehen.

1. **Displaykampagnen:** Sie möchten die Markenbekanntheit bei Nutzern steigern, die sich online Inhalte ansehen.
2. **Shopping-Kampagnen:** Sie möchten für Ihre Produkte werben, Nutzer über die Artikel informieren sowie mehr Zugriffe und Ladenbesuche erzielen.
3. **Suchkampagnen:** Sie möchten Nutzer, die nach ähnlichen Produkten oder Dienstleistungen suchen, zu Interaktionen anregen.
4. **Videokampagnen:** Sie möchten Ihre Zielgruppe in großem Umfang erreichen und Ihr Unternehmen effektiv in Szene setzen.
5. **Spezielle Kampagnentypen:** Lokale Kampagnen, Hotelkampagnen, Discovery-Kampagnen

Was ist Ihr Marketingziel?

- Umsätze
- Leads
- Websitezugriffe
- > Suchkampagnen
- Markenbekanntheit
- Kaufbereitschaft
- Nutzerinteraktionen
- Anzeigen der relevantesten Zielgruppe präsentieren
- > Displaykampagnen
- Direkter Abverkauf über Online-Store/ E-Commerce-Plattform
- > Shoppingkampagnen

2. Checkliste

Um eine erfolgreiche Google Ads Kampagne einzurichten, sollten Sie folgende Informationen sammeln:

1. Haben Sie Erfahrung mit Google Ads? Was hat aus Ihrer Sicht gut geklappt, was nicht?
2. Was ist Ihr Marketingziel? (s.o.)
3. Haben Sie eine Präferenz für einen Kampagnentyp? Falls ja, warum?
4. Welche Conversions sind für Sie relevant? Dies sind z.B.
 - Anrufe
 - Leadformular

- Buchung per Webseite
- Newsletter-Abo
- Video ansehen
- Shop/ Abverkauf

5. Wer ist Ihre Zielgruppe?

- Wo sitzt diese Zielgruppe geografisch (Reichweite)?
- Welche Sprachen spricht Ihre Zielgruppe?
- Welche demografischen Eckdaten sind relevant (Alter, Geschlecht, Einkommen, Familienstand,...)
- Welche psychografischen Kenntnisse haben Sie über Ihre Zielgruppe?
- Haben Sie genug Daten für Remarketing (z.B. E-Mail-Adressen mehr als 1.000 Stück)?

6. Werbeziel in Zahlen

- Wie viel Euro ist ein Besucher auf der Webseite maximal wert?
- Wie viel Euro darf eine Conversion kosten?
- Wie viele Conversions pro Tag?
- Budget/ Monat

7. Beschreiben Sie Ihr Produkt: Kategorien/ Keywords/ Suchbegriffe

8. Wissen Sie jetzt schon, was ausschließende Keywords sein sollen?

9. Welche USPs können wir bewerben?
10. Welche Preise/ besondere Angebote/ Calls-to-Action können wir liefern?
11. Gibt es landing pages, die bereits auf Keywords (Domain/ Shortlink/ Programmierung/ Texte/ Grafiken etc.) optimiert sind? Wenn ja, welche?
12. Sind die insgesamt SEO-optimiert (Vermarktungsstrategie für die Webseite wie Links/ Blog, Social Media Marketing, Content-Marketing,...) MarketingSocial Signals
13. Auf welche weiteren Seiten können wir für Sitelinks verweisen?
14. Anzeigenerweiterungen:
 - Zusatzinformationen (25 Zeichen), z.B. 365 Tage Rückgaberecht, kostenloser Versand ab 25 €, 100% Bio,...
 - Snippets um Merkmale eines Produkts/ DL zu beschreiben, z.B. Ausstattung: WLAN, Frühstück, Pool, Fitnessraum, Spa
 - Standorterweiterungen (werden über ein Google My Business-Konto bereitgestellt); auch Affiliate-Standorterweiterungen
 - Anruferweiterungen
 - App-Erweiterungen
 - Preiserweiterungen
 - Angebotsweiterungen
15. Welche positiven User Signals können wir geben (Google-Bewertungen, Bewertungen per Link abrufbar etc.)
16. Displaykampagne: Wir benötigen Logo & Key Visuals (Haben Sie die Rechte an den Bildern?)

17. Besteht bereits ein Google Ads Konto?
18. Besteht ein Google Analytics-Konto?
19. Besteht ein Google Tag Manager Konto?
20. Auswertung bisheriger Kampagnen?
21. Bitte Kontakt zu Programmierer/ SEO-Verantwortlichen der Website
22. Kontodaten für Zahlungen
23. Admins
24. Sonstiges, das Sie uns mitgeben möchten
25. Zeitrahmen