

Top 10 Optimierungstipps

Steigern Sie die Qualität und Leistung Ihrer Anzeigen

Verfassen Sie detaillierte und ansprechende Anzeigentexte

Erwähnen Sie relevante Details in Ihrem Anzeigentext – wie beispielsweise die Preise der angebotenen Produkte. Mit der Angabe derartiger Details können Sie sicherstellen, dass nur Nutzer auf Ihre Anzeige klicken, deren Erwartungshaltung mit Ihrem Angebot übereinstimmt. Diese Klicks führen in der Regel häufiger zu Conversions wie beispielsweise Verkäufen. Verwenden Sie darüber hinaus Handlungsanweisungen wie „Kaufen Sie“ oder „Melden Sie sich an“. So informieren Sie Interessenten darüber, was diese auf Ihrer Website für Aktionen ausführen können.

Wählen Sie die richtige Zielseite

Leiten Sie interessierte Nutzer auf eine Seite, die die in Ihrer Anzeige enthaltenen Informationen, Angebote oder Produkte und Services enthält. Interessenten, die nicht unmittelbar das finden, was sie zum Klicken auf eine Anzeige veranlasste, verlassen die entsprechende Seite eher wieder.

Verwenden Sie relevante Anzeigen und Keywords

Im Umkehrschluss gilt: Verwenden Sie relevante Anzeigen und Keywords. Potenzielle Kunden klicken auf Anzeigen, weil sie an dem beschriebenen Produkt oder Service interessiert sind. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass der Inhalt Ihrer Anzeige und Ihrer Keywords mit dem Inhalt der beworbenen Website übereinstimmt.

Erstellen Sie innerhalb Ihrer Kampagnen einzelne Anzeigengruppen

Erstellen Sie innerhalb Ihrer Kampagnen einzelne Anzeigengruppen, die jeweils bestimmte Produkte, Marken oder Services bewerben. Angenommen, Sie verkaufen Schuhe. In Ihrer Kampagne für Schuhe könnten Sie Anzeigengruppen für Sportschuhe, elegante Damenschuhe etc. erstellen. Sie können darüber hinaus für jedes produktbezogene Keyword eine eigene Ziel-URL angeben. Auf diese Weise stellen Sie sicher, dass Interessenten immer auf die Seite weitergeleitet werden, die für ihre Suchanfrage am relevantesten ist. Sie können einzelne Keyword-URLs mithilfe des Links „Keyword-Einstellungen bearbeiten“ (über der Tabelle mit Ihrer Keyword-Liste) bearbeiten.

Verwenden Sie unterschiedliche Keyword-Optionen

Damit stellen Sie sicher, dass Ihre Anzeige nur für Suchanfragen geschaltet wird, die für Ihre Produkte oder Services relevant sind. Mit der Standardoption „weitgehend passendes Keyword“ wird Ihre Anzeige geschaltet, wenn die Wörter im Suchfeld eingegeben werden. Die Option „Passende Wortgruppe“ definiert, dass die Wörter in der gleichen Reihenfolge eingegeben werden müssen, um Ihre Anzeige erscheinen zu lassen. Durch die Option „Ausschließende Keywords“ werden Suchanfragen ausgeschlossen, für die Ihre Anzeige irrelevant wären. Weitere Informationen zur Erstellung einer zielgerichteten Keyword-Liste erhalten Sie unter folgendem Link:

https://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=16928&hl=de_DE.

Vermeiden Sie zu allgemeine Keywords

Regionale Werbetreibende und Nischenanbieter sollten zu allgemeine Keywords vermeiden. Wenn Sie ein Nischenanbieter sind oder über einen regionalen Absatzmarkt verfügen, sollten Ihre Keywords dies widerspiegeln. Einige Keywords werden zu häufig verwendet oder sind keine branchenspezifischen Fachbegriffe und daher für Keywordlisten zu allgemein.

Richten Sie Ihre Kampagnen auf Ihre geographische Zielgruppe aus

Verwenden Sie geographische Keywords, um Ihre Kampagne auf Ihren örtlichen oder regionalen Markt zuzuschneiden. Wenn Sie zum Beispiel Reifen in Berlin verkaufen, können Sie „Reifen“ mit „Reifen Berlin“ ersetzen, um ein irrelevantes Erscheinen Ihrer Anzeige für Nutzer in München und Frankfurt zu vermeiden. Sie können Ihre Kampagne außerdem nach Regionen, Ländern und Sprachen ausrichten, damit Ihre Anzeige genau für die für Sie passende Zielgruppe geschaltet wird.

Verwenden Sie strategische Gebote

Analysieren Sie jedes Keyword hinsichtlich der Kosten vor dem Hintergrund des erzielten Gewinns. Erhöhen Sie die maximalen Preis-pro-Klick-Beträge (Cost-per-Click – CPC) der effektivsten Keywords und verringern Sie die maximalen CPC-Beträge von Keywords mit hohen Kosten aber niedrigem Gewinn. Weitere Informationen zu strategischen Geboten erhalten Sie unter folgendem Link: https://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=50081&hl=de_DE.

Analysieren Sie das Design Ihrer Website

Überprüfen Sie den Gesamtaufbau Ihrer Website, das Design, das Layout und die Funktionalität. Attraktive, nutzerfreundliche und informative Websites sind im Allgemeinen eher profitabel. Wir empfehlen Ihnen in diesem Zusammenhang die Verwendung eines Websiteanalyse-Programms. Mithilfe eines derartigen Programms erhalten Sie Informationen darüber, wie Nutzer auf Ihrer Website navigieren. Unter <http://www.google.de/analytics> erhalten Sie Informationen zu Google Analytics, dem kostenlosen Online-Analysetool von Google.

Prüfen Sie die Werbewirksamkeit Ihrer Kampagne

Prüfen Sie die Werbewirksamkeit Ihrer Kampagne, und nehmen Sie ggf. Änderungen vor. Ziehen Sie aus der Werbewirksamkeit Rückschlüsse auf effektive Strategien zum Erreichen Ihrer Werbeziele. Beim Beobachten der Anzeigen über einen längeren Zeitraum werden Sie vermutlich feststellen, dass einige Maßnahmen besonders gut, andere dagegen eher weniger gut funktionieren. Wenn Sie also beispielsweise feststellen, dass die Nutzer auf einen bestimmten Slogan nicht in gewünschter Weise reagieren, löschen Sie die Anzeige, und versuchen Sie etwas anderes.

Weitere Informationen zur Optimierung von Anzeigentexten erhalten Sie unter folgendem Link: https://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=21380&hl=de_DE.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Kontaktieren Sie unser Vertriebsteam: adwords-de@google.com

Online Helpcenter: <http://adwords.google.de/support>