



Gegoogelt, gefunden:

Warum SEA-Anzeigen vor allem für **lokale Händler** sinnvoll sind!

Google

Google
Partner

Bing
Partner

YouTube
Certified

facebook.



netspirits.

Agenda

- 1 Wie mächtig ist Google wirklich?
- 2 ... und wie nutze ich diese "Macht"?
- 3 SEA vs. SEO
- 4 Los geht's: Mit SEA starten
- 5 Welche Erfolge kann ich messen & vor allem wie?
- 6 Daten sammeln, auswerten & nutzen



Google

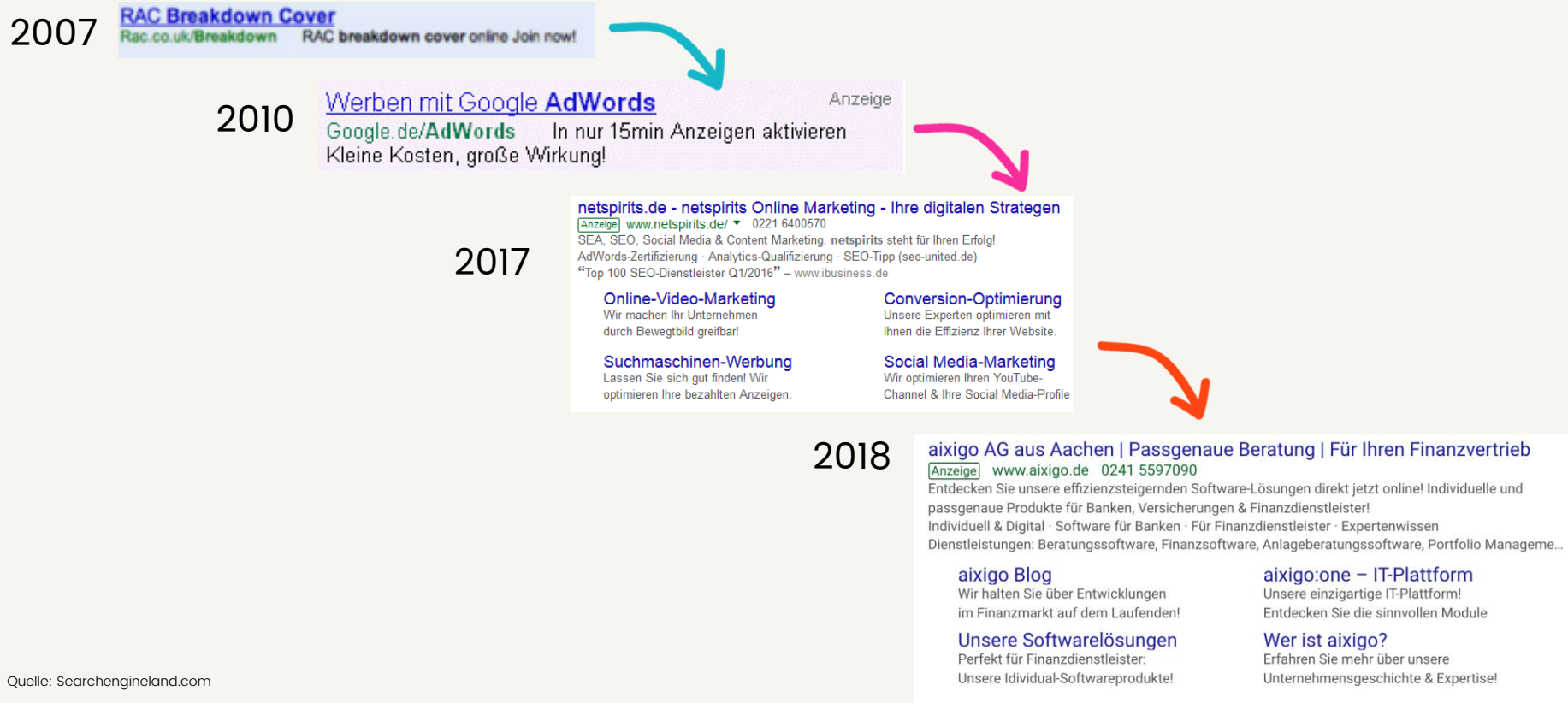
63.000 pro Sekunde

3.780.000 pro Minute

226.800.000 pro Stunde

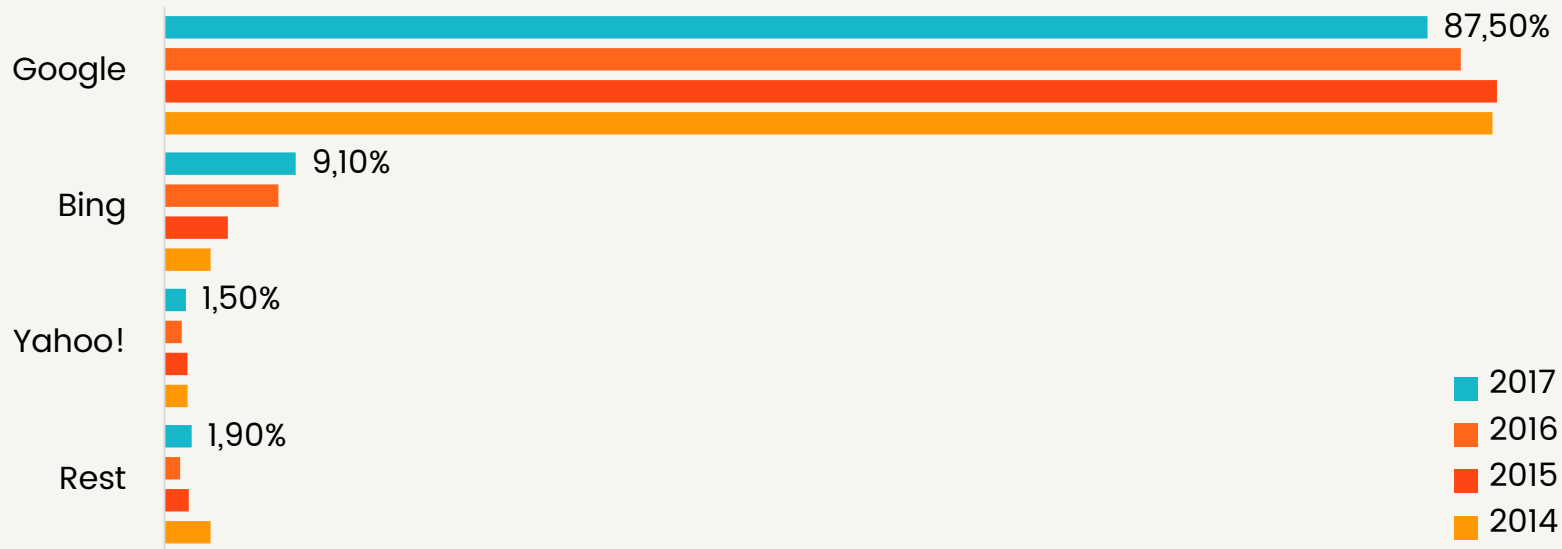
5.443.200.000 am Tag

Die Entwicklung der SEA-Anzeigen



Suchmaschinenutzung in Deutschland

Google bleibt weiterhin unangefochtene Nr.1 am Suchmaschinenmarkt. Bing gewinnt allerdings an Relevanz aufgrund des von Windows 10 und des Deals mit Mozilla Firefox.



Wer von euch hat schon
erste Erfahrungen
im **SEO** gesammelt?

... und wer von euch war (schnell)
erfolgreich?

SEO bietet viele Vorteile, jedoch genauso viele Nachteile

SEO ist:



Langwierig



Instabil



Intransparent



Teuer



ohne offiziellen Google-Support

Aus diesen Gründen ist **SEA**
der absolut richtige
Kanal für euch!

... denn, dank **Suchmaschinenwerbung**
können wir **unsere Präsenz** genau **dort**
schüren, wo interessierte User suchen.

Dadurch wird die **Effektivität & Effizienz**
der Werbung erhöht.

Wir sind genau dann präsent, wenn User ihren Bedarf äußern

- Kein anderer Werbekanal kann auf einem solch **direkten Weg Antworten auf konkrete Fragen** liefern.
- Wir haben die Möglichkeit **Anzeigentexte komplett individuell** zu gestalten und können daran jederzeit Anpassungen vornehmen.
- Die **Streuverluste sind minimal**, da es uns möglich ist, sogar **auf PLZ-Ebene** Werbung zu schalten. Darüber hinaus bietet Google **kontinuierlich bessere Targeting-Möglichkeiten**, um bestimmte Personengruppen noch gezielter ansprechen zu können.
- Durch **intelligente Marketingmaßnahmen** wie **“Remarketing“** kann man Nutzer auch noch über längere Zeit hinweg online ansprechen.

Targeting bei Google Ads

- Interessen
- Themen
- Keywords
- Placements
- Benutzerdefinierte Zielgruppen
- Demographie

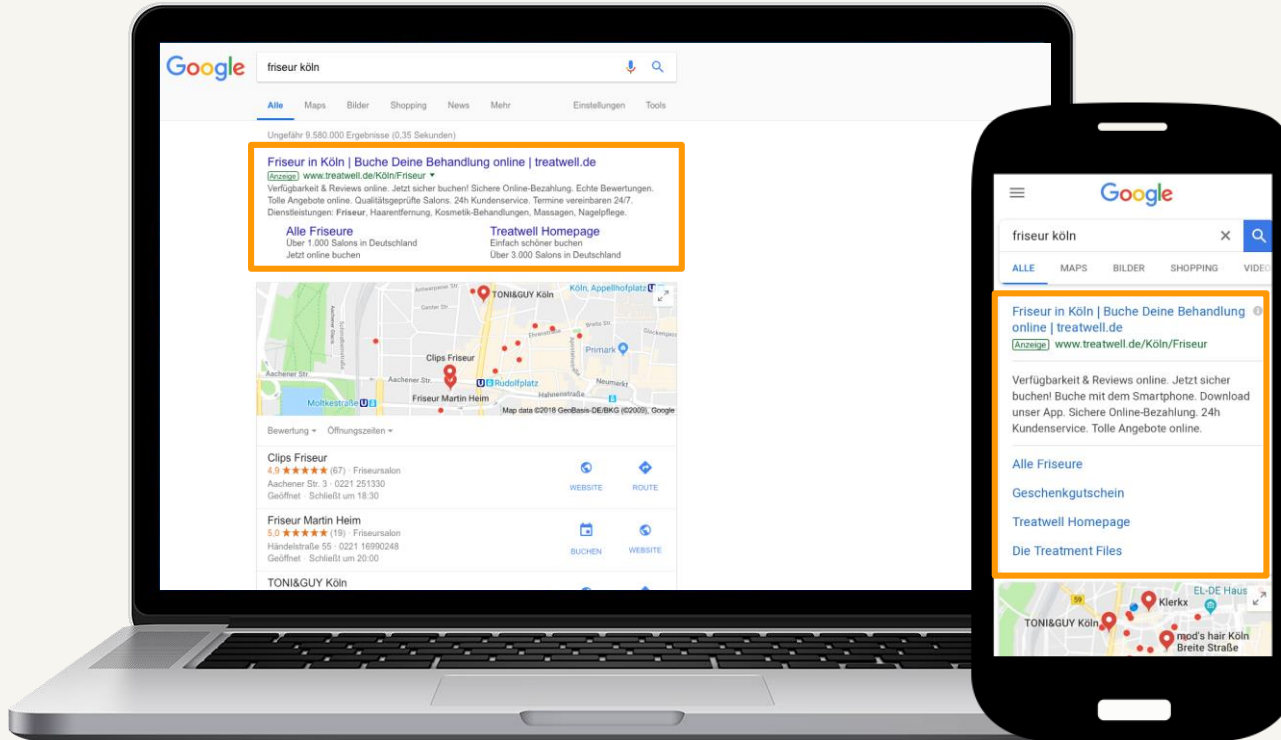


Du möchtest wissen, welche Interessen du laut Google hast?

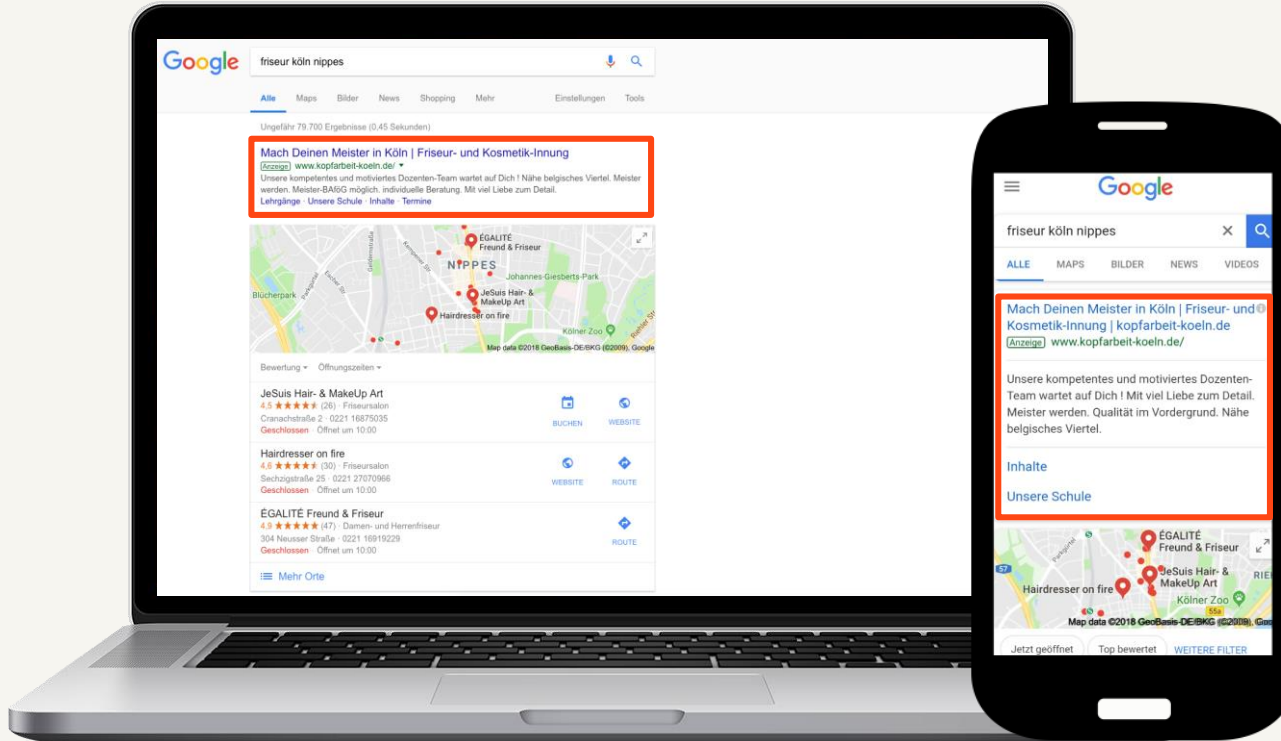
www.google.com/ads/preferences



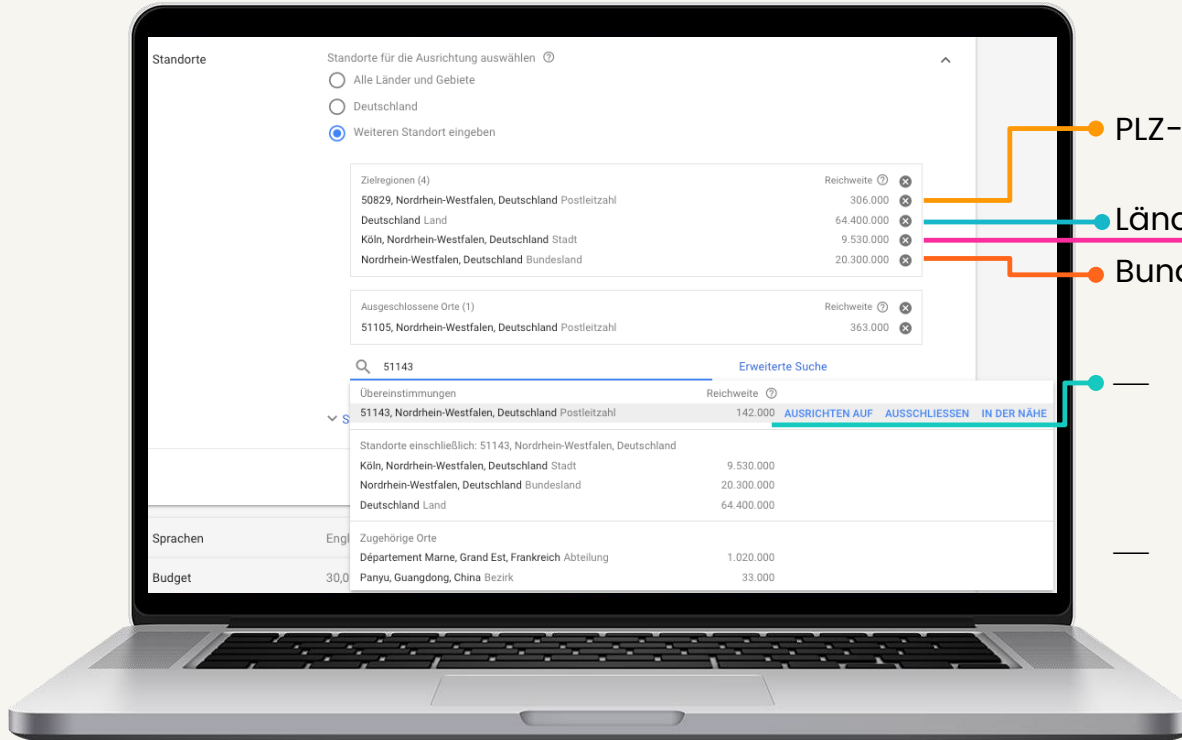
Suchanfragen mit lokalem Bezug



... werden wir noch etwas konkreter



Die besten Voraussetzungen: Werbung ohne Streuverluste



PLZ-Ebene

Länderebene

Stadtebene

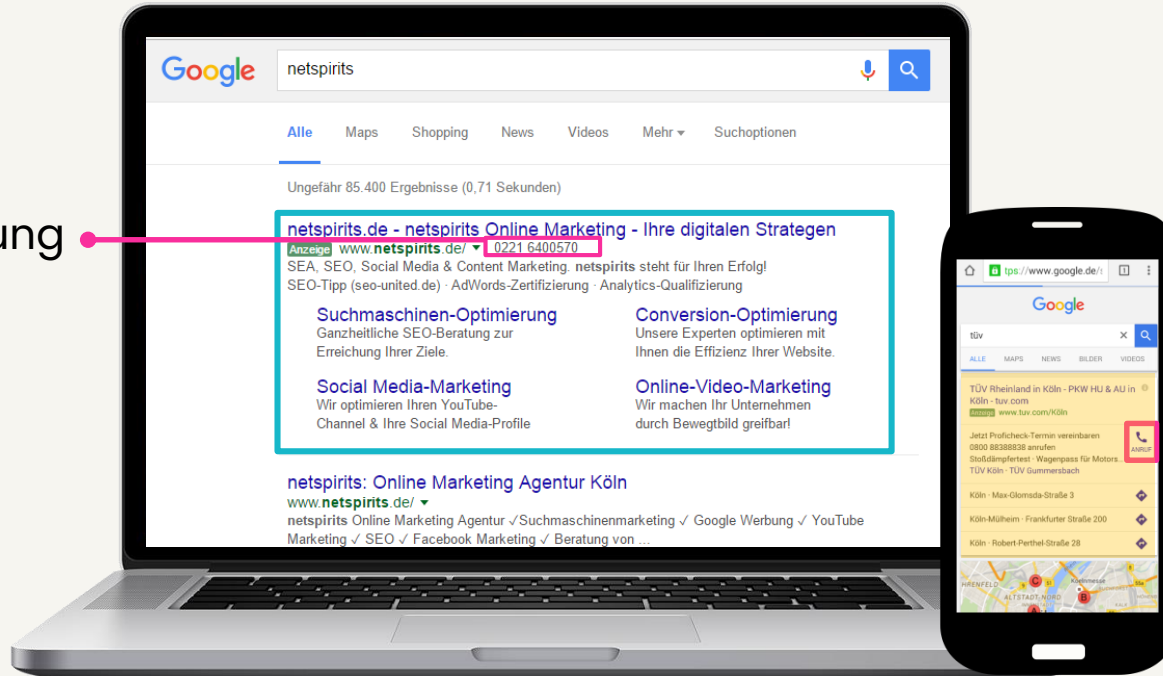
Bundeslandebene

Uns steht sogar eine **Umkreisfunktion** ("In der Nähe") zur Ausrichtung zur Verfügung

Keine Mindest- oder Maximalanforderungen bzgl. Standortausrichtung

Tracken von Anrufen

Anruferweiterung



Wo & wie werden Anzeigenerweiterungen erstellt?

The screenshot shows the Google Ads interface with the following elements:

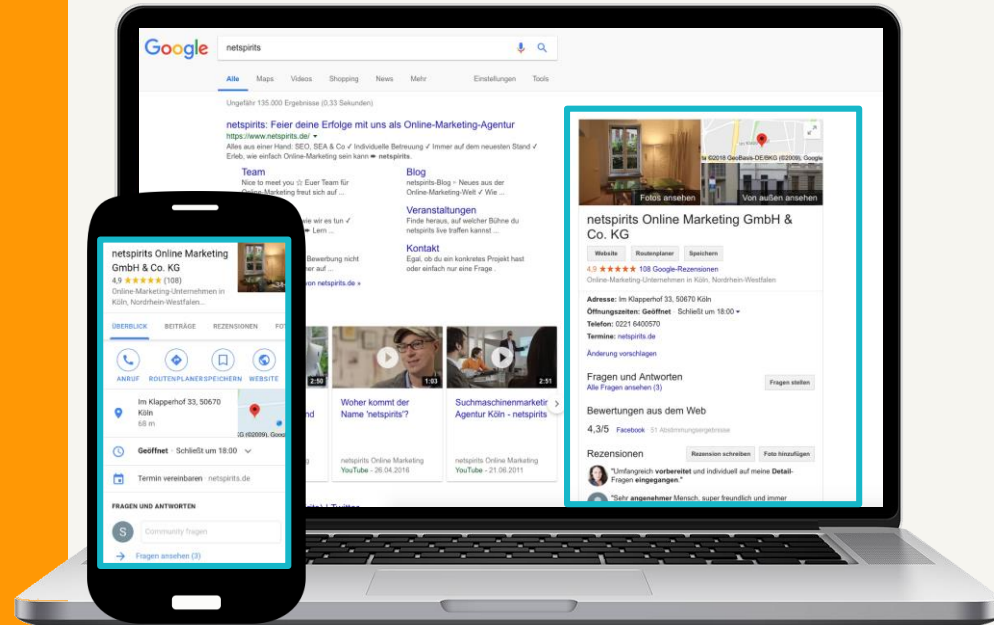
- Step 1:** The left sidebar menu is open, and 'Anzeigen und Erweiterungen' is selected.
- Step 2:** The top navigation bar shows 'ANZEIGEN' and 'ERWEITERUNGEN' tabs, with 'ERWEITERUNGEN' being the active tab.
- Step 3:** A '+' icon is visible in the top left of the main content area, indicating the option to add a new extension.

Erweiterung	Erweiterungstyp	Hinzugefügt
<input type="checkbox"/>	Anruferweiterun	01.01_Brand
<input type="checkbox"/>	Anruferweiterun	Kerzen_ruf
<input type="checkbox"/>	Anruferweiterun	Dynamisch
<input type="checkbox"/>	Anruferweiterun	Konto
<input type="checkbox"/>	Anruferweiterun	01.01_Brand
<input type="checkbox"/>	Anruferweiterun	05.01_Hausf

- 1 Auswahl der Ebene "Anzeigen & Erweiterungen"
- 2 Klickt euch auf die Ebene der Anzeigenerweiterungen
- 3 Wählt den Anzeigenerweiterungstypen aus, den ihr sehen bzw. bearbeiten wollt

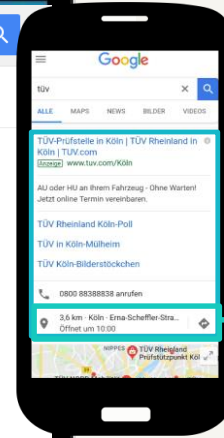
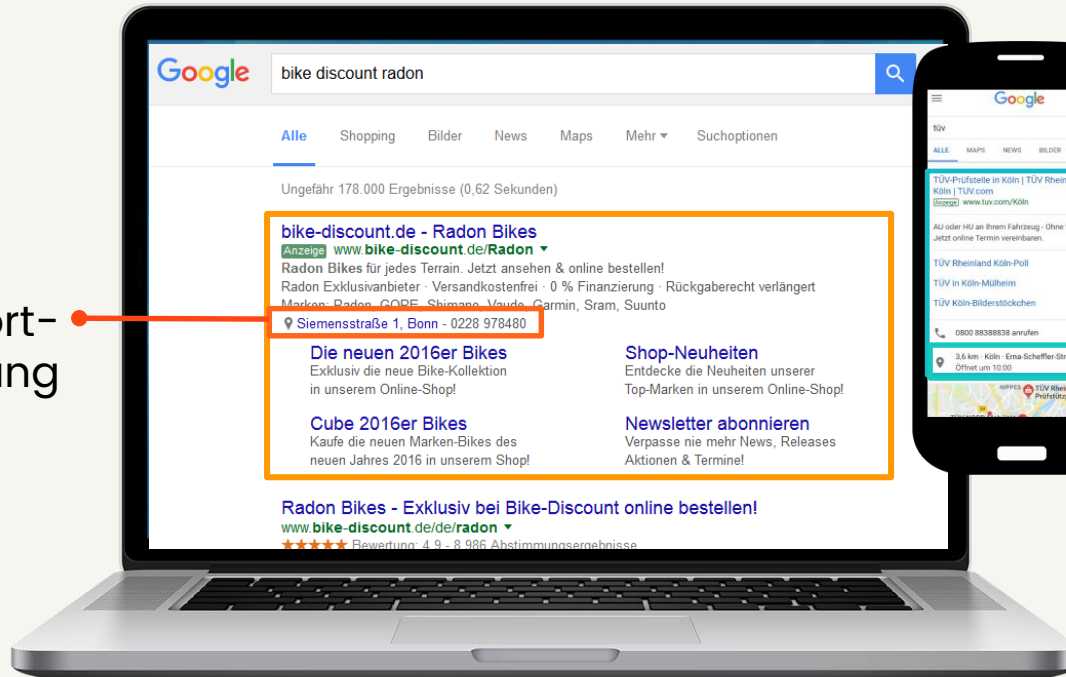
Google My Business

Die Kombination eines optimierten **Google-My-Business-Eintrags** und einer **lokalen Werbekampagne** sind unschlagbar!



Anzeigenerweiterung: Standorterweiterung

Standort-
erweiterung



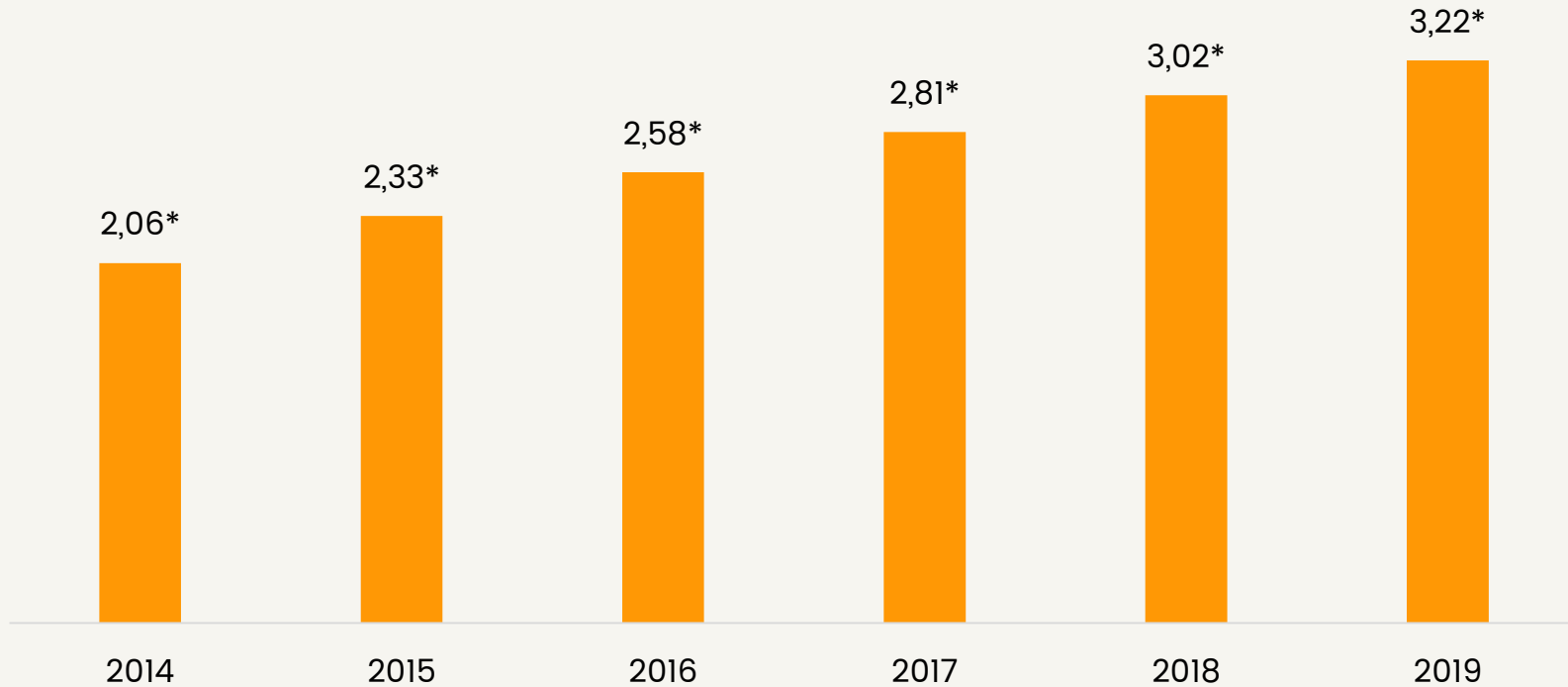
Direkte
Weiterleitung in
Google Maps
mit Zielführung!

**Besonders mobil gilt
es, viele Potentiale
zu nutzen ...**

... denn, mittlerweile haben
mehr Deutsche

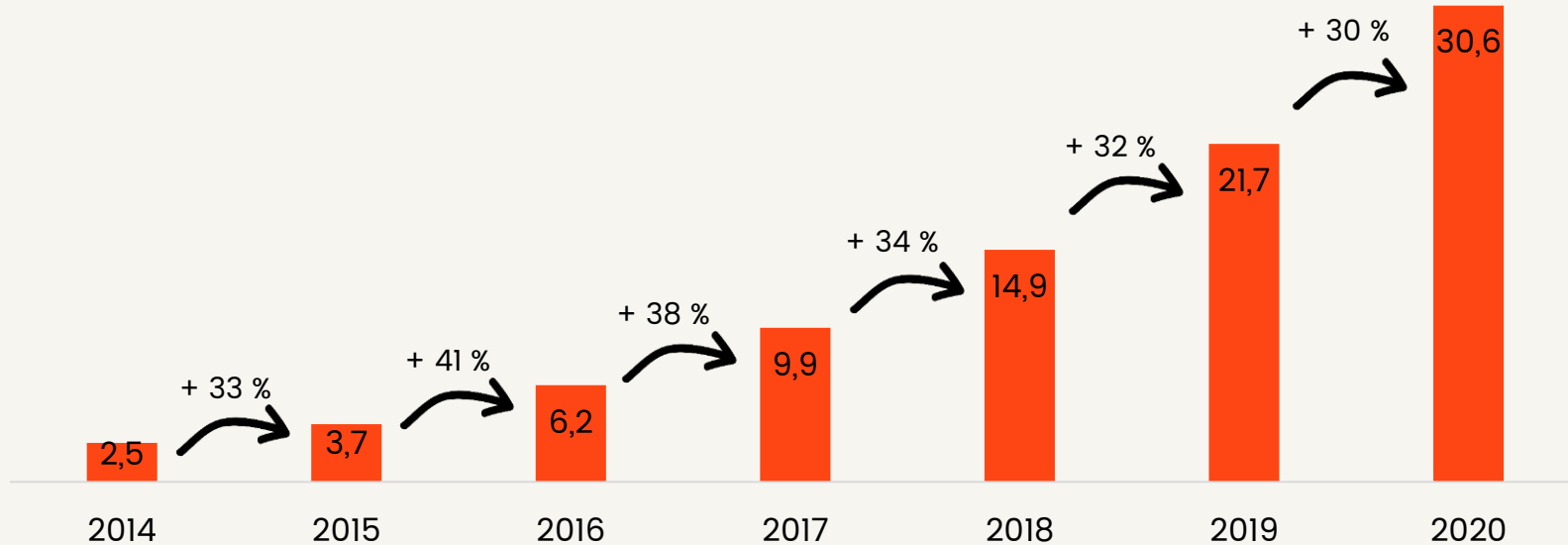
ein  als einen  !

Nutzer des mobilen Internets



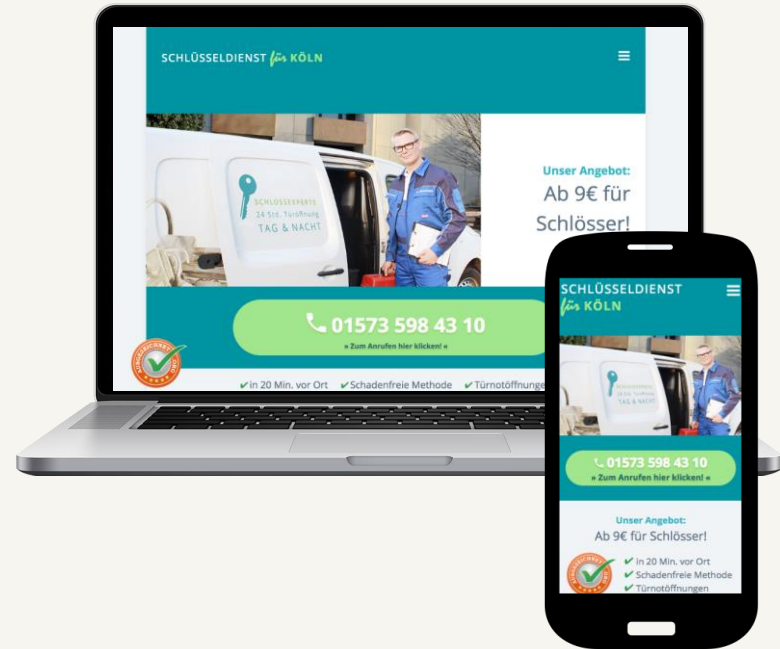
*Angaben in Milliarden

Nutzung des mobilen Datenvolumens weltweit



Bei mobilen Landingpages sollte beachtet werden, ...

- dass der User **schnell und ohne Umwege** die Informationen geliefert bekommt, die er angefragt hat.
- dass die **Webseitenstruktur intuitiv und zielgruppengerecht** ist.
- dass der **Call to Action prominent** platziert ist.
- dass die **Ladezeit gering** ist.
- dass die **Landingpage im Idealfall responsiv** ist.



Welche Ziele kann ich mit SEA erreichen?



SEA ist (lediglich) der **“Zubringer“**:

Online-Werbung **bringt** den Traffic zwar auf die Seite.

Mit einer gleichzeitigen Landingpage- und Conversion-

Rate-Optimierung **bleibt** er auch.

Welche Voraussetzungen müssen zum Start erfüllt sein?

1 Du benötigst **ein Google-Ads-Konto**.

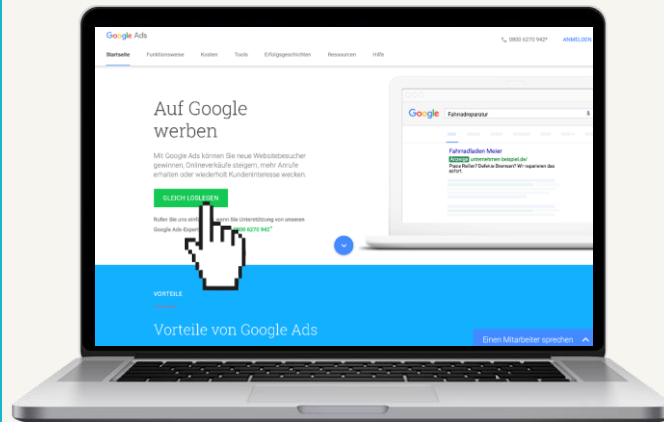
2 Du brauchst **Werbefbudget**.

Tipp: Orientiere dich an den von Google empfohlenen maximalen Kosten pro Klick (CPC), um eine Idee zu erhalten, welches monatliche Werbebudget zu erwarten ist.

3 Du solltest dir im Vorfeld **ein Kampagnenziel** überlegen und die zu adressierende Zielgruppe identifizieren, um ein effizientes Targeting zu gewährleisten.

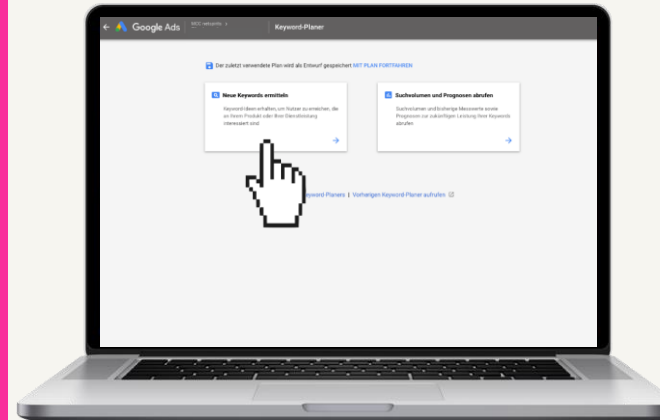
Wie erstelle ich ein Google-Ads-Konto?

1. Öffne die Seite ads.google.com
2. Registriere dich mit deinem Google-Account
3. Erstelle ein Konto indem du auf "Gleich loslegen" klickst
4. Durchlaufe die Schritt-für-Schritt-Anleitung



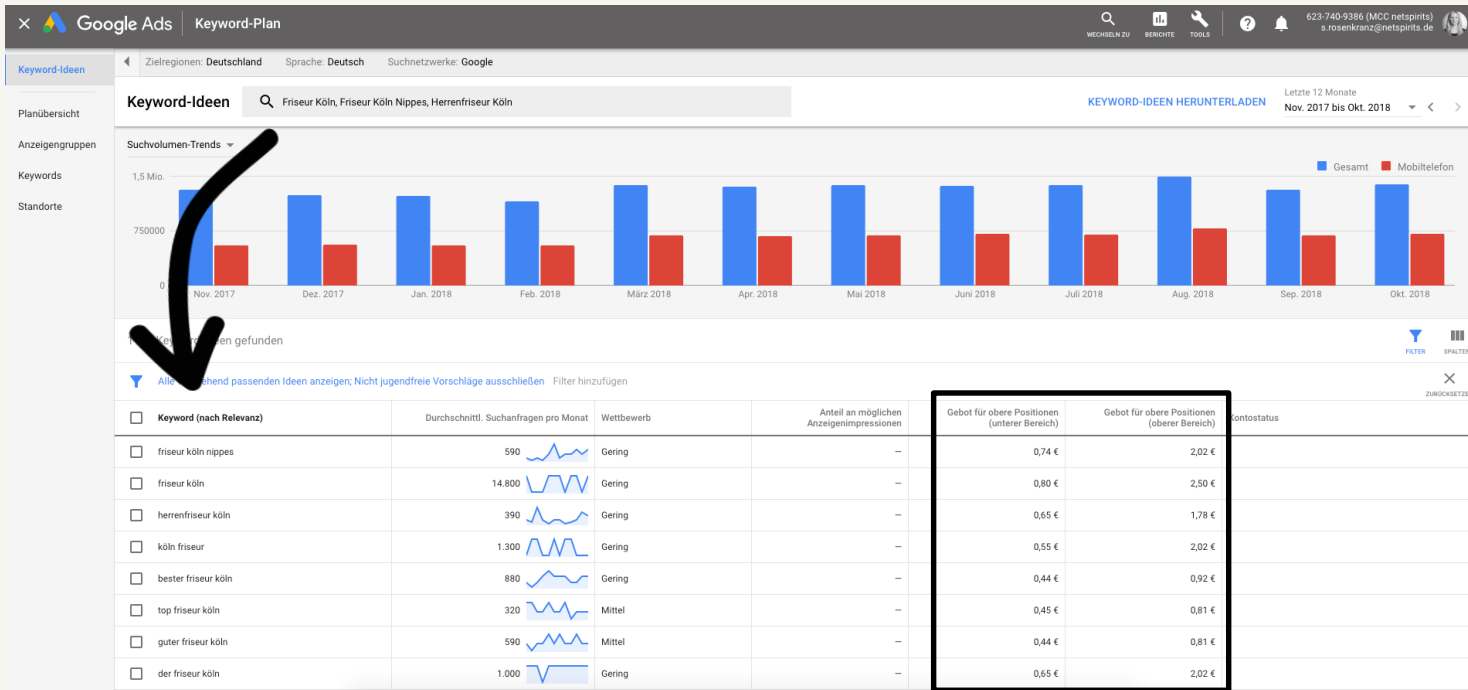
Wie viel Budget muss ich einplanen?

- Öffne den Keyword-Planer*
- Wähle die Option “Neue Keywords ermitteln”
- Wähle drei Begriffe aus, von denen Du ausgehst, dass sie von Deiner Zielgruppe gesucht werden um erste Keyword-Prognosen zu erhalten



*URL: ads.google.com/intl/de_de/home/tools/keyword-planner/

Der Prozess der Keyword-Recherche



Wie wird Werbung bei Google Ads abgerechnet?

- Jedes Keyword verfügt über einen **individuellen Klickpreis / Cost per Click (CPC)**.
- **Kosten entstehen nur**, wenn sich ein User dazu entschließt, auf unsere Anzeige zu klicken.
- Wir bezahlen in jedem Auktionsprozess ggf. einen **unterschiedlichen CPC**.
- Der voreingestellte Maximal-CPC gibt bloß die Obergrenze an, wie viel wir maximal bereit sind für einen Klick zu zahlen.

Ein Beispiel zur Veranschaulichung

Google Schlüsseldienst

Alle Maps News Bilder Videos Mehr Einstellungen Tools

Max. CPC Ungefähr 3.150.000 Ergebnisse (0,79 Sekunden) CPC

1,00 €	Tür öffnen in Köln - Seriöser 24h Schlüsseldienst - schlossexperte.de Anzeige www.schlossexperte.de/Schlüsseldienst/Köln Günstige Türöffnung in Köln ab 9€ - Schnell & zuverlässig, in 20 Min vor Ort! Vorteile: In 20 Minuten Vor Ort, Schadenfreie Methode, Türnotöffnungen, Günstig, Zuverlässig...	0,14 €
0,75 €	Schlüsseldienst Köln 24h - ca. 20 Min vor Ort ab 9 € f - de-24h.com Anzeige schluesseldienst-koeln.de-24h.com/ 4,9 ★★★★★ Bewertung für de-24h.com Schlösser. Öffnung ohne Beschädigung. Ihr seriöser Schlüsseldienst in Ihrer Nähe Schlösser - ab 9,00 € - 24 Stunden Service · Mehr ▾	0,13 €
0,50 €	Schlüsseldienst in Köln - Schlüsseldienst Alleben Anzeige www.schluesseldienst-alleben.koeln/Schlüsseldienst/Türöffnung 0221 96887657 Festpreis von 59 € bei zugefallener Tür. 24 Std./365 Tage. Rufen Sie an Absolute Preistransparenz · 365 Tage - Notdienst · Wir kommen sofort · 24 Std. Notdienst Dienstleistungen: Notöffnungen, Schließanlagen, Briefkastenanlagen, Schlüsselanfertigung, Einbruchs... 📍 Montanusstr. 1, Köln-Mülheim	0,12 €
0,25 €	Tür öffnen. ab 12,-€ - tun24h.de Anzeige www.tun24h.de/Schlüsseldienst für Schlösser, Türöffnung ohne Beschädigung Schlüsseldienst 24-H Aufsperrdienst · Schnell vor Ort · Schlüsselnotdienst Services: Türöffnung, Autoöffnung, Betreuung Von Schließanlagen...	0,11 €

Der Search Funnel

- Bezeichnet **den Weg des Suchenden** auf den Weg zu einer Conversion
- Alle Berührungspunkte des Nutzers im Rechercheprozess
- Vom **Generischen** zum **Spezifischen**



Die Match Types /1

Broad / Broad Match Modifier (Weitgehend)

Anzeigen können bei Suchanfragen ausgeliefert werden, die Rechtschreibfehler, Synonyme, verwandte Suchanfragen und andere relevante Varianten enthalten.

Beispiel: **Keyword:** +mützen für +frauen

Suchbegriff: schönä frauenmützen ihn köln kauffen

Die Match Types /2

Phrase (Wortgruppe)

Anzeigen werden bei Suchanfragen ausgeliefert, die eine Wortgruppe oder sehr ähnliche Varianten dieser Wortgruppe enthalten.

Beispiel: **Keyword:** "mützen für frauen"
Suchbegriff: angesagte mützen für frauen kaufen

Die Match Types /3

Exact (Genau passend)

Anzeigen werden bei Suchanfragen ausgeliefert, die den genauen Begriff oder sehr ähnliche Varianten dieses genauen Begriffs enthalten.

Beispiel: **Keyword:** [mützen für frauen]
Suchbegriff: mütze für frauen

Was

möchte ich mit der
Werbung
erreichen?

Überlege bereits im Vorfeld, **welches Ziel** du mit der Werbung bei Google erreichen willst. Je nach Ziel empfiehlt sich ein anderes Werbemedium.

Setze dir vor allem **realistische** Ziele!

Erlaube dir und dem System Zeit des Testens: Nicht jede Kampagne ist von Anfang an erfolgreich.

Push & Pull Marketing

Pull Marketing

Der Nutzer muss wissen, wonach er suchen soll. Er kennt seinen Bedarf.
(Produkt / Marke ist bekannt)

Suchnetzwerk

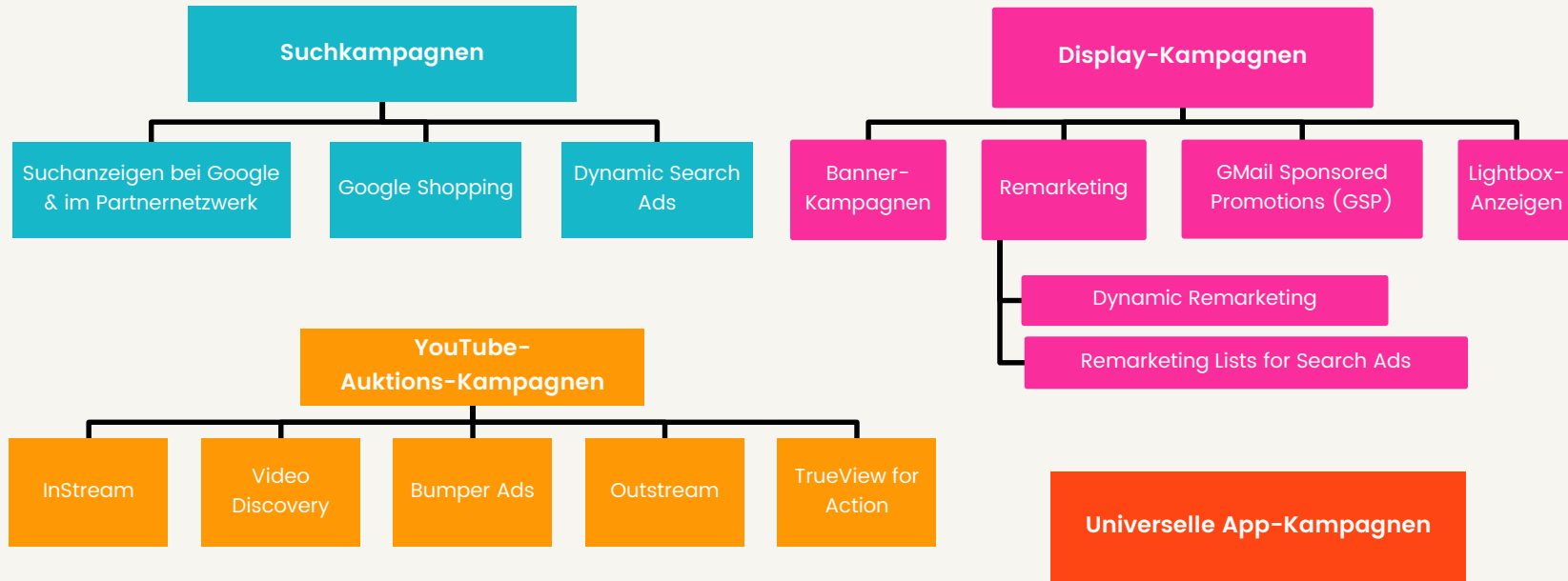
Push Marketing

Eine Marke bzw. ein Produkt soll bekannt gemacht werden.

Display-, YouTube-, & App-Kampagnen

Google Ads

Verfügbare Kampagnentypen



Key Performance Indicators /1

1 Impressions

Eine Impression wird immer dann erfasst, wenn unsere Anzeige in einem Werbenetzwerk von Google geschaltet wird, also auf google.de oder auf Websites und in Apps anderer Publisher.

2 Klicks

Klicks von Nutzern auf unsere SEA-Anzeige

3 Kosten

Übersicht der investierten Werbekosten

Key Performance Indicators /2

4 Durchschnittliche Position

Gibt Aufschluss darüber, welchen Rang/Position unsere Anzeige im Vergleich zu anderen Anzeigen einnimmt.

5 Conversions

Verschaffen einen Überblick darüber, wie oft Klicks auf unsere Anzeigen zu Aktionen geführt haben, die als wertvoll definiert wurden.
Beispiele für Conversions: Abverkäufe, Newsletter-Registrierung, Ladenbesuche, ausgefüllte Kontaktformulare, etc.

Key Performance Indicators /3

6 Conversion-Werte

Die Summe der Werte der erzielten Conversions. Der Conversion-Wert kann über ein Script automatisch erfasst werden. Alternativ wird jeder Conversion ein vorher definierter Wert zugewiesen.

7 Qualitätsfaktor

Der Qualitätsfaktor ist ein Schätzwert von Google, der angibt, wie relevant Anzeigen, Keywords und Zielseite für den Nutzer sind, der eure Anzeige sieht. Der Qualitätsfaktor entspricht einem Wert zwischen 1 und 10.

KPIs zur qualitativen Bewertung von Kampagnen / 1

1 Click-Through-Rate (CTR)

Mit der Klickrate wird angegeben, wie oft Nutzer auf unsere Anzeige geklickt haben, nachdem sie sie gesehen haben. An der Klickrate kann die Relevanz einer Anzeige abgelesen werden.

Formel: $\text{Klicks} / \text{Impressionen} \times 100$

2 Cost-per-Click (CPC)

Der Betrag, der durchschnittlich für den Klick auf unsere Anzeige investiert werden muss.

Formel: $\text{Kosten} / \text{Klicks}$

KPIs zur qualitativen Bewertung von Kampagnen /2

4 Conversion Rate (CR)

Gibt an, wie oft eine Interaktion mit einer Anzeige im Durchschnitt zu einer Conversion führt.

Formel: $\text{Conversions} / \text{Klicks} \times 100$

5 Kosten pro Conversion (CPA)

Der Betrag, der im Durchschnitt zur Erzielung einer Aktion (Conversion) investiert werden muss.

Formel: $\text{Kosten} / \text{Conversions}$

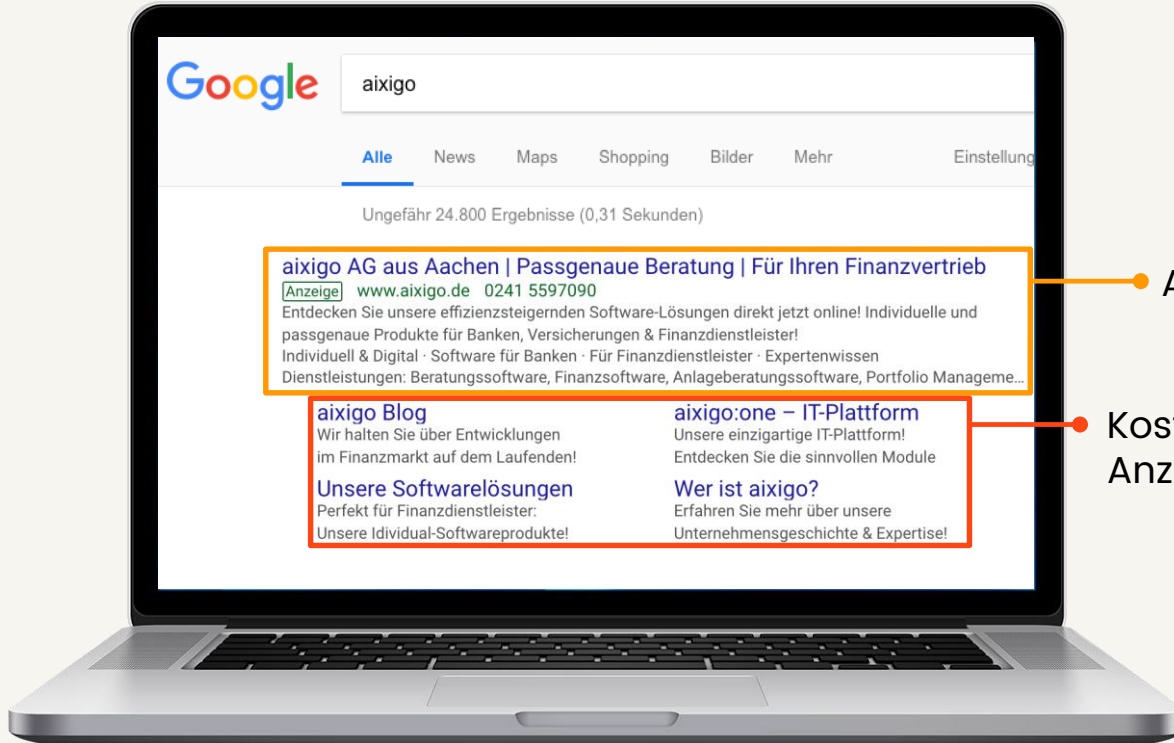
6 Return on Advertising Spend (ROAS)

Return on Advertising Spend gibt die Rendite an. Wie viel bekomme ich für einen investierten Euro wieder zurück?

Formel: $\text{Conversion-Wert} / \text{Kosten}$

Damit unsere KPIs unseren Zielen entsprechen, bedarf es
**guter, an die Bedürfnisse der
Zielgruppe angepasste Anzeigentexte.**

Wie gestaltet sich eine Ads-Anzeige?



aixigo AG aus Aachen | Passgenaue Beratung | Für Ihren Finanzvertrieb

Anzeige www.aixigo.de 0241 5597090

Entdecken Sie unsere effizienzsteigernden Software-Lösungen direkt jetzt online! Individuelle und passgenaue Produkte für Banken, Versicherungen & Finanzdienstleister!
Individuell & Digital · Software für Banken · Für Finanzdienstleister · Expertenwissen
Dienstleistungen: Beratungssoftware, Finanzsoftware, Anlageberatungssoftware, Portfolio Manageme...

aixigo Blog

Wir halten Sie über Entwicklungen im Finanzmarkt auf dem Laufenden!

Unsere Softwarelösungen

Perfekt für Finanzdienstleister:
Unsere Individual-Softwareprodukte!

aixigo:one – IT-Plattform

Unsere einzigartige IT-Plattform!
Entdecken Sie die sinnvollen Module

Wer ist aixigo?

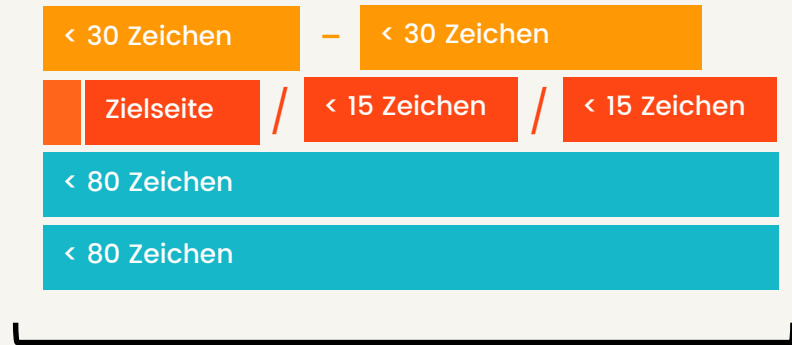
Erfahren Sie mehr über unsere Unternehmensgeschichte & Expertise!

● Anzeigentext

● Kostenlose Anzeigenerweiterungen

Expandable Text Ads (ETA) = Erweiterte Textanzeigen /1

- Anzeigentitel 1: 30 Zeichen
- Anzeigentitel 2: 30 Zeichen
- Textzeile: bis zu 80 Zeichen
- Zielseite: 30 Zeichen



Im Idealfall nutzen wir fast
alle der **verfügbaren 170
Zeichen.**

ETAs erstellen

- Angezeigte URL \neq Ziel-URL.
- Die Domain der Zielverlinkung wird automatisch aus der finalen URL extrahiert und in die Zeile der Ziel-URL übernommen.
- Innerhalb der Ziel-URL können wir einen “Pfad” erstellen. Bis zu zwei Felder mit jeweils max. 15 Zeichen. Bsp.:

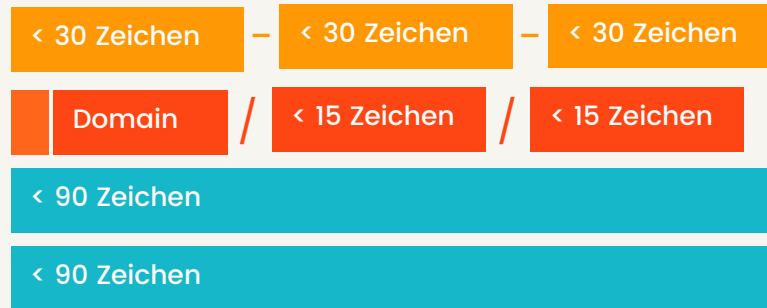
www.bader.de/Herrenmode/Jeans

https://www.bader.de/shop/herren/hosen?q=___Marke:BR%C3%9CHL___Groesse:025~026

- Nutzt Formulierungen in den Anzeigen, die die suchvolumenstärksten Keywords abdecken und sich im Idealfall ebenfalls auf der Landingpage wiederfinden lassen.
- Verwende Calls-to-Action und die direkte Ansprache (“Kaufen Sie hier online ein.”)

Update: ETAs 2.0

- Dank dieses Updates können wir nun sogar eine dritte Headline à 30 Zeichen in unseren Ads hinzufügen.
- Außerdem wurde die Anzeige um eine zweite Beschreibungszeile à 90 Zeichen erweitert.



Anzeigenerstellung im Ads-Konto

Textanzeige bearbeiten

Finale URL
<https://www.netspirits.de/online-marketing-leistungen/sea/>

1. Anzeigentitel
netspirits

2. Anzeigentitel 10/30
Deine SEA-Agentur

3. Anzeigentitel 17/30
Kostenloser Quick-Check NEU

Angezeigter Pfad 23/30
www.netspirits.de / [SEA-Agentur](#) / 2. Pfad

1. Textzeile 11/15 0/15
Die SEA-Experten der Agentur netspirits verhelfen dir zum maximalen Online-Erfolg.

2. Textzeile 82/90
Ruf' uns jetzt an und lass dich von unseren SEA-Spezialisten beraten! NEU

69/90

Desktop

netspirits | Deine SEA-Agentur | Kostenloser Quick-Check

Anzeige www.netspirits.de/SEA-Agentur

Die SEA-Experten der Agentur netspirits verhelfen dir zum maximalen Online-Erfolg. Ruf' uns jetzt an und lass dich von unseren SEA-Spezialisten beraten!

Mobil

netspirits | Deine SEA-Agentur | Kostenloser Quick-Check

Anzeige www.netspirits.de/SEA-Agentur

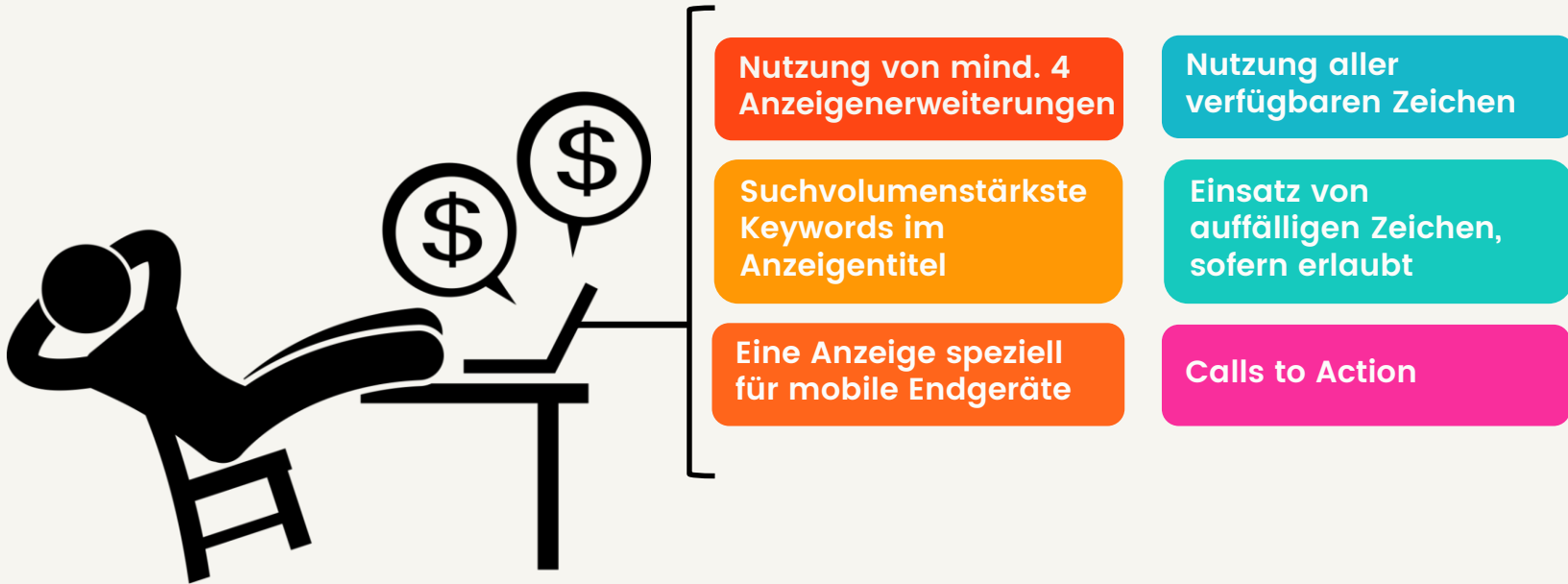
Die SEA-Experten der Agentur netspirits verhelfen dir zum maximalen Online-Erfolg. Ruf' uns jetzt an und lass dich von unseren SEA-Spezialisten beraten!

Richtlinien bei der Erstellung von Anzeigen

Beachtet zwingend die Richtlinien von Google:

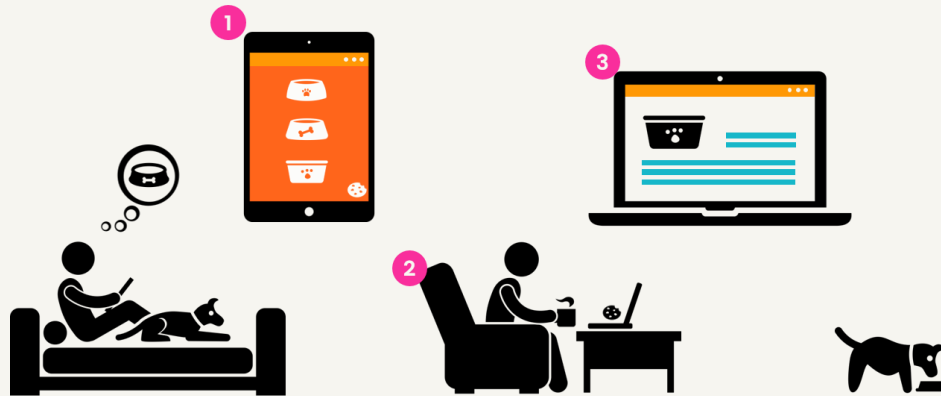
- Die **Verwendung von “!”** in den Headline-Zeilen ist verboten.
- Die **doppelte Nutzung von “!”** innerhalb der Anzeige ist untersagt.
- **Versalien** sind ebenfalls nicht erlaubt. Ausnahme bei eingetragenen Marken, wie zum Beispiel BADER, MEXX, DKNY, ...
- Achtet darauf, dass ihr **keine markenrechtlich geschützten** Begriffe verwendet, außer ihr habt eine Freigabe vom Markeninhaber erhalten.
- **Keyword Stuffing** ist untersagt (“Jetzt kaufen, kaufen, kaufen“ / “Hier, Hier, Hier“).
- Nutzt Formulierungen in den Anzeigen, die die suchvolumenstärksten Keywords der Anzeigengruppe abdecken und sich im Idealfall ebenfalls auf der Landing Page wiederfinden lassen.

Die perfekte Suchanzeige:

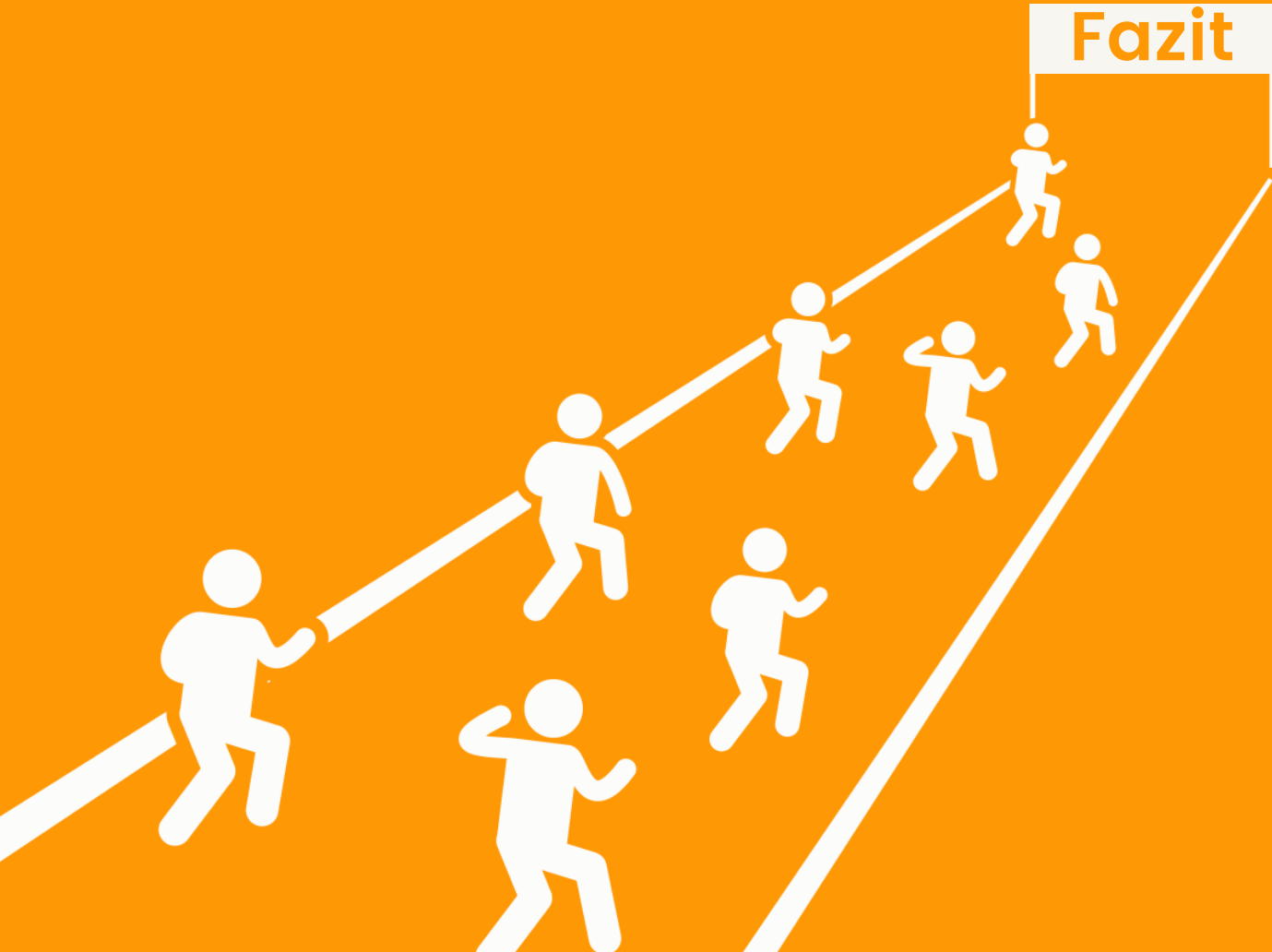


Wie funktioniert Remarketing?

Mit Remarketing (bzw. Retargeting) werden Besucher der eigenen Website auf anderen Sites gezielt, erneut angesprochen.
Die Anzeigen können individuell gestaltet werden und bspw. konkrete Angebote / Aktionen bewerben.



Fazit



Zusammenfassend gilt zu sagen ...

- Suchmaschinenwerbung zeichnet sich durch seine hohe Effizienz aus.
- Innerhalb kürzester Zeit kann mit **“geringem“ Budgeteinsatz** eine **extrem hohe Reichweite** generiert werden.
Und das Beste: Die **Streuverluste sind minimal!**
- Dank der **detaillierten Analysemöglichkeiten** können **wertvolle Erkenntnisse über eure Zielgruppe & Co.** generiert werden, die für die Optimierung der Kampagnen genutzt werden können.
... dies gilt selbstverständlich nicht nur für eure digitalen Werbemaßnahmen.
- Mittels sinnvoller Anzeigenerweiterungen wie bspw. der Anruferweiterungen können Werbeerfolge noch schneller generiert werden.



Wir sind netspirits.

netspirits GmbH & Co. KG Im Klapperhof 33 50670 Köln T +49 (0)221 6400 570 netspirits.de info@netspirits.de

