

Google Ads – Schnelleinrichtung einer Kampagne

2018-10-25 17:10:55 romanf

Google Ads – Schnelleinrichtung einer Kampagne

Diese Schnellanleitung richtet sich an Nutzer die noch gar keine Erfahrung mit Google Ads haben und ein neues Konto von Anfang an einrichten möchten. Wer bereits ein Google Ads Konto hat kann direkt zum zweiten Kapitel „Google Ads Kampagnen Management“ springen.

In Google Ads anmelden

Fangen wir ganz vorne an: Zur Anmeldung in Google Ads rufen Sie die Domain <https://ads.google.com/> auf. Dort wählen Sie als erstes Ihr Google Konto aus. Im folgenden kommt die Seite welche Sie im rechten Bild sehen, auf der Sie Ihr wichtigstes Werbeziel auswählen können.

Dort können Sie zwischen 3 Werbezielen auswählen:

- **Mehr Anrufe**
 - Diese Option eignet sich besonders für Personen die neue Kunden hauptsächlich über das Telefon gewinnen und die Anzahl der Anrufer steigern möchten.
- **Mehr Ladenbesucher**
 - Diese Option eignet sich für Personen die mehr Kunden in Ihr lokales Unternehmen locken möchten, z.B. eine KFZ-Werkstatt, ein Friseurladen etc.. Es fallen somit alle Läden die einen wirklichen (keinen virtuellen) Standort haben und auch dort direkt Ihre Produkte oder Dienstleistungen vertreiben in diese Kategorie.
- **Mehr Verkäufe oder Registrierungen über die Webseite**
 - Diese Option ist für die meisten Personen interessant. Es geht darum mehr Besucher auf die eigene Webseite zu bringen, egal ob Onlineshop oder Dienstleistungsunternehmen. Die Ziele können ganz unterschiedlich sein: Mehr Verkäufe im Online Shop, mehr Anmeldungen für einen Newsletter, mehr Aufrufe eines Videos, mehr Registrierungen in einem Forum / einer Community, mehr Besucher für Ihren Reiseblog oder Ihre Affiliatewebseite.

In diesem E-Book werde ich besonders auf die letzte Option eingehen: **Mehr Besucher für die eigene Internetseite gewinnen**. Diese ist die meistgenutzte Option bei Google Ads-Betreibern und sicherlich auch für Ihr Vorhaben von Bedeutung. Wählen Sie eine für Sie zutreffende Option aus indem Sie unten rechts auf „Zielvorhaben auswählen“ klicken.

Welches ist Ihr wichtigstes Werbeziel?

Mit Anzeigen, deren Schwerpunkt auf einem bestimmten Ziel liegt, erreichen Sie die gewünschten Ergebnisse besonders gut

- Mehr Anrufe
- Mehr Ladenbesuche
- Mehr Verkäufe oder Registrierungen über Website

Kennen Sie sich schon mit Google Ads aus?

Google Ads | Neue Kampagne

1 Ihr Unternehmen und Ihre Zielgruppe — 2 Ihre Anzeige — 3 Budget und Überprüfung — 4 Abrechnung einrichten

Beschreiben Sie Ihr Unternehmen

Anhand dieser Informationen wird eine Anzeige erstellt, mit der Sie die richtigen Kunden ansprechen

Unternehmensname

Website des Unternehmens
Beispiel: www.example.com

ZURÜCK WEITER

Für welches Unternehmen möchten Sie werben?

Im folgenden können Sie Ihr Unternehmen in Google Ads anlegen – Klicken Sie dazu einfach auf **neues Unternehmen**. Geben Sie im folgenden einen

Unternehmensnamen ein (bis 120 Zeichen) und die Webseite Ihres Unternehmens ein und **klicken auf weiter**.

Wo möchten Sie Werbung schalten?

Nun kommen wir zu den Einstellungen, bei denen Sie festlegen können wo Sie Ihre Werbung schalten möchten (Geografisch). Entweder wählen Sie einen Radius um einen bestimmten Ort (zum Beispiel 50 Kilometer um Frankfurt) oder Sie legen ein bestimmtes Gebiet fest (zum Beispiel Deutschland, Niedersachsen, Österreich). Google Ads Anzeigen werden nur in den von Ihnen vorgegebenen Bereichen geschaltet. Wenn Sie zum Beispiel ein Immobilienmakler aus Frankfurt sind können Sie einstellen das Ihre Werbeanzeigen nur für Google-Benutzer aus dem Großraum Frankfurt geschaltet werden. Somit kann man seine Zielgruppe geografisch exakt eingrenzen. Besonders wichtig ist diese Einstellung vorallem für lokale Läden und Geschäfte – den es sicherlich für einen Friseursalon in Berlin nicht erstrebenswert die Werbeanzeigen für Google Nutzer in München auszustrahlen. Sofern Sie einen Online Shop betreiben sieht die Sache wieder anders aus: In diesem Fall macht es durchaus Sinn die Google Anzeigen bundesweit zu schalten, sofern Sie auch Kunden aus anderen Ländern für Ihre Produkte gewinnen möchten können Sie auch weitere Länder hinzufügen, indem Sie einfach bei „Bereich Hinzufügen“ ein weiteres Land auswählen. Wenn Sie alle Bereiche hinzugefügt haben an denen Ihre Anzeigen zur Verfügung gestellt werden sollen **klicken Sie unten auf weiter**.

The screenshot shows the 'Wo befinden sich potenzielle Kunden?' (Where are potential customers?) setup screen in Google Ads. It includes the following elements:

- Header:** Google Ads | Neue Kampagne
- Section:** Wo befinden sich potenzielle Kunden?
- Options for finding new customers:**
 - Umkreis um den Standort Ihres Unternehmens festlegen
 - Bestimmte Gebiete festlegen
- Business Address:** Wie lautet Ihre Geschäftsadresse? (Bad Kissingen, Deutschland)
- Radius:** In welchem Umkreis um den Standort Ihres Unternehmens? (25 km, slider from 5 to 65)
- Map:** A map showing the location of Frankfurt am Main with a blue circle indicating the 25 km radius.
- Potential Audience Size:** Potenzielle Größe der Zielgruppe: 910.748 Nutzer pro Monat. A note states: 'Dies ist die geschätzte Anzahl der Nutzer, die an den von Ihnen ausgewählten Standorten auf Google suchen. Die Größe der Zielgruppe hat keinen Einfluss auf Ihre Kosten.'
- Navigation:** ZURÜCK, WEITER

The screenshot shows the 'Produkt oder Dienstleistung auswählen' (Select product or service) screen in Google Ads. It includes the following elements:

- Header:** Google Ads | Neue Kampagne
- Progress:** 1 Ihr Unternehmen und Ihre Zielgruppe — 2 Ihre Anzeige — 3 Budget und Überprüfung — 4 Abrechnung einrichten
- Section:** Produkt oder Dienstleistung auswählen
- Language:** In welcher Sprache möchten Sie werben? (Deutsch)
- Category:** Welcher Kategorie gehört Ihr Unternehmen an?
 - Ledertasche Herren
 - Ledertasche Herren Braun
 - Ledertasche Schwarz Damen
 - Ledertasche Damen Braun
 - Ledertasche Schwarz
 - Ledertaschen
- Product Selection:** Für welche Produkte oder Dienstleistungen möchten Sie konkret in dieser Anzeige werben?
 - + WEITERE HINZUFÜGEN
 - Vorschläge:** herrentaschen, damenhandtaschen, ledertasche damen, marken taschen, lederhandtaschen, abendtaschen, italienische taschen, businestaschen
- Potential Audience Size:** Potenzielle Größe der Zielgruppe: 194.339 Nutzer pro Monat. A note states: 'Dies ist die geschätzte Anzahl der Nutzer, die an den von Ihnen ausgewählten Standorten nach Unternehmen wie Ihrem suchen. Die Größe der Zielgruppe hat keinen Einfluss auf Ihre Kosten.'
- Navigation:** ZURÜCK, WEITER

Wählen sie ihr Produkt oder Dienstleistung aus

Im folgenden müssen Sie Ihre angebotenen Dienstleistungen / Produkte auswählen. Es werden einem bereits mehrere Vorschläge zur Auswahl gestellt, welche auf Basis Ihres Unternehmensnamens und/oder Webseitenamen erstellt wurden. Diese Vorgaben sind nicht immer zutreffend. Sofern eine Vorgabe zutrifft wählen Sie aus der Liste aus oder geben Sie ganz unten eigene Dienstleistungen / Produkte an. Nachdem Sie Ihre Kategorie eingetragen haben wird Ihnen rechts oben die **Potenzielle Größe der Zielgruppe** angezeigt, also alle Personen die an denen von Ihnen gewählten Standorten nach dieser Kategorie suchen. Es ist völlig ausreichend wenn Sie für einen Onlineshop eine Oberkategorie auswählen, weitere Unterkategorien lassen sich später noch im Rahmen von Anzeigengruppen schnell und bequem in die Kampagne integrieren. **Klicken Sie nach Abschluss Ihrer Eingaben unten auf „weiter“.**

Die erste Anzeige verfassen

Auf der folgenden Seite können Sie Ihre erste Anzeige erstellen. Im rechten Feld sehen Sie eine Vorschau Ihrer Anzeige **Geben Sie zwei aussagekräftige Titel ein:** Ich gebe als ersten Titel „Ledertaschen günstig kaufen“ und als zweiten Titel „Umfangreiches Sortiment“ an. Als drittes geben Sie eine Beschreibung an, ich wähle die Beschreibung „Ledertaschen bequem und einfach online kaufen. Schneller Versand“. **Die beiden Titel sind die wichtigsten Elemente einer Anzeige** – Damit sollten Sie Ihre Kunden fesseln und zum Klick verleiten. Stechen Sie in diesen Bereichen unbedingt aus der Masse hervor und versuchen sie die 2 x 30 Zeichen im Titel der Anzeige optimal zu nutzen. Es ist nicht immer einfach einen perfekten Titel zu erstellen, da die Anzahl der verfügbaren Zeichen sehr Bbescheiden ist. Werfen Sie doch einmal einen Blick auf die Anzeigen Ihrer Konkurrenten um ein paar Beispiele zu bekommen. Wichtig ist aber vorallem das Sie einzigartige und überzeugende Titel erstellen. Sie müssen an dieser Stelle aber noch nicht die perfekte Anzeige erstellen: Dieser Bereich der Anzeigenerstellung im Rahmen der Ersteinrichtung ist bei Google Ads sehr einfach gehalten – auf die perfekte Anzeigenerstellung gehe ich nach der Kampagnenerstellung noch umfangreicher ein. **Klicken sie zum Abschluss der Anzeigenerstellung unten auf „weiter“ um zur nächsten Seite zu gelangen.**

Ihr Google Ads Werbebudget

Nun kommen wir zum Bereich Budget, also wie viel Sie monatlich für Ihre Anzeigen bereit sind auszugeben. Sie können im oberen Bereich einen Betrag eingeben oder den Schieberegler darunter benutzen. Im rechten Feld „Geschätzte Leistung“ können Sie sehen wie viele Aufrufe Ihre Anzeige mit dem von Ihnen vorgegebenem Budget womöglich erzielt und wie viele Klicks zu erwarten sind. Je höher das Budget desto höher natürlich die Reichweite. **Für den Anfang empfehle ich Ihnen ein Budget von maximal 10 € pro Tag.** Die Kosten variieren für jeden Klick, liegen jedoch insgesamt nie über Ihrem

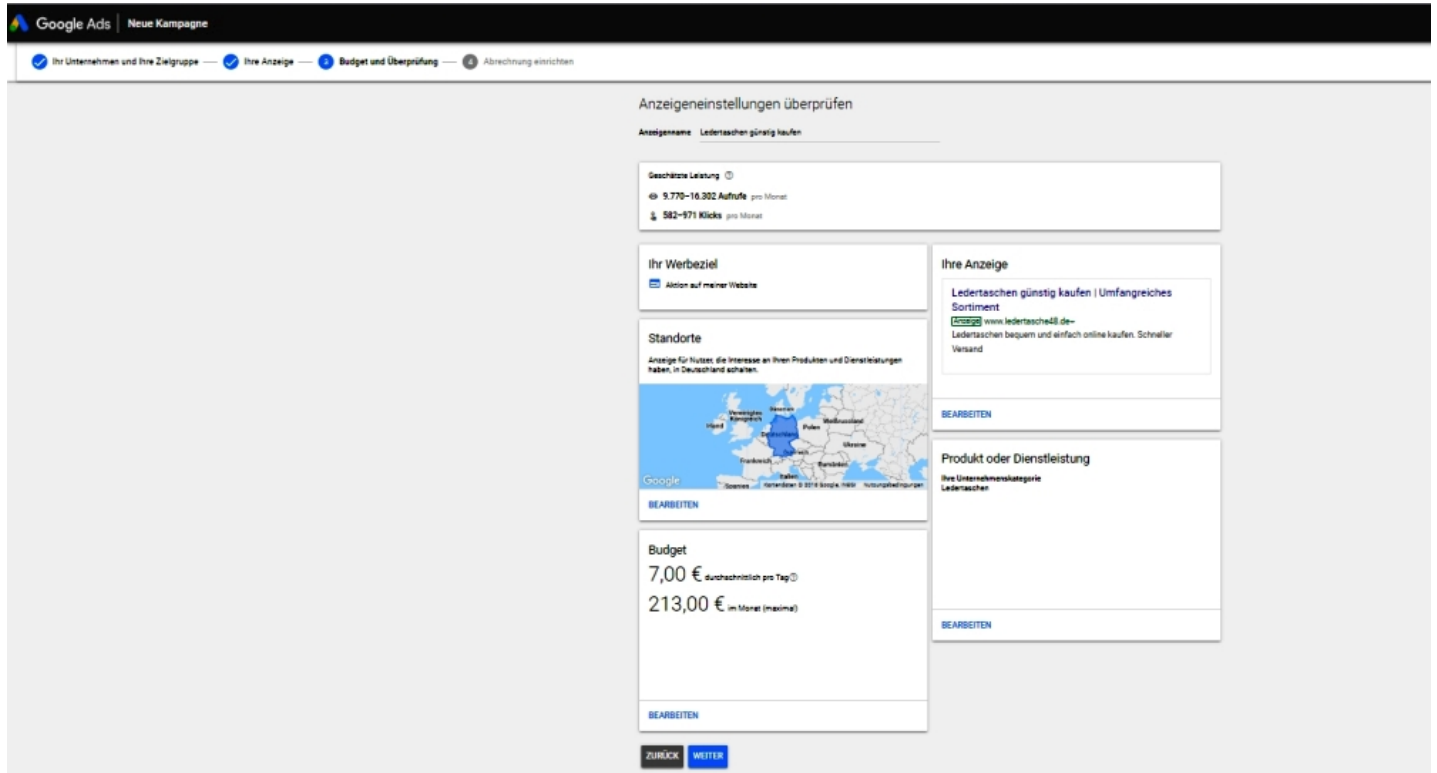
Monatsbudget. Sie müssen sich mit Ihrem Budget nicht direkt für einen ganzen Monat festlegen –**Sie können das Budget jederzeit ändern und die Anzeigenschaltung jederzeit stoppen**. Wie das Budget auf Ihre Kategorien / Dienstleistungen verteilt wird legen wir später genauer fest.**Wählen Sie einen für Sie vertretbares Budget aus und klicken Sie unten auf weiter**.

Zusammenfassung aller Eingaben

Im folgenden erhalten Sie eine Zusammenfassung von allen Ihrer vorher eingegebenen Daten: Sie haben hier die Möglichkeit jeden Bereich nochmals zu prüfen und zu bearbeiten. **Sofern alles korrekt ist klicken Sie unten auf „weiter“**. Sie gelangen zum letzten Schritt der Schnelleinrichtung – zu der Eingabe der Zahlungsinformationen.

Zahlungsinformationen

Nun sind wir bei den Zahlungseinstellungen angekommen, dem letzten Schritt der Schnelleinrichtung. Geben Sie als Land der Rechnungsadresse Ihr Land an, indem Sie Ihr Business betreiben. Die Zeitzone wird daraufhin automatisch aktualisiert. Sofern Sie einen Gutscheincode im Rahmen des Google Ads-Programms haben können Sie diesen im folgenden Feld eingeben. Der Gutschein wird bei der ersten Abrechnung automatisch verrechnet. Geben Sie weiter unten Ihre Anschrift und Zahlungsdaten ein. Die Belastung auf der gewählten Zahlungsart erfolgt automatisch nach Erreichen des Abrechnungsgrenzbetrages. **Klicken Sie unten auf weiter um die Eingabe der Zahlungsdaten abzuschließen**.



Diese Anleitung diente zur Schnelleinrichtung von Google Ads. Vorallem die Anzeigenerstellung wurde in diesem Rahmen nur am Rande erwähnt. Wenn sie meiner Anleitung gefolgt sind haben Sie alle Basisdaten Ihrer Kampagne angelegt.

Der wichtigste Teil kommt noch:

- Erstellung von mehreren Kampagnen
- Erstellung von Anzeigenerweiterungen
- Erstellung von Anzeigengruppen
- Die Keywordrecherche
- Die Optimierung der Landingpages (Zielseiten)

Alle Infos dazu finden Sie auf den folgenden Kapiteln meines E-Books.

★★★★★ (236 votes, average: 5,00 out of 5)

🔄 Loading...

Autor: Roman Fürderer

Veröffentlicht am: 05.05.2019

Rubrik: Google Ads