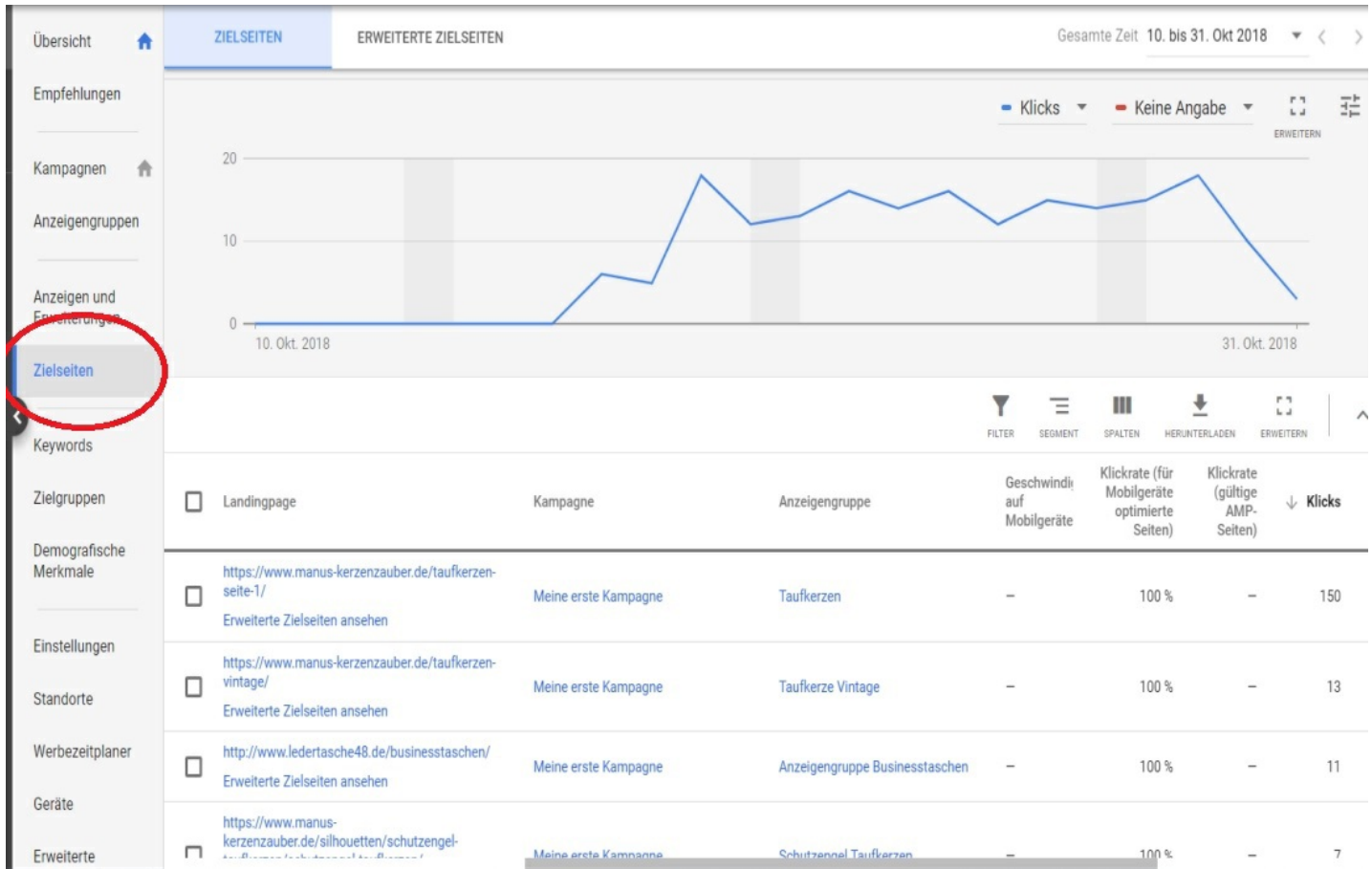


# Google Ads – Zielseiten

Zielseiten zeigen Ihnen Statistiken zu den Besuchen Ihrer einzelnen Zielseiten an, also den Seiten auf die ein Besucher gelangt nachdem er auf Ihre Anzeige geklickt hat. Es werden Daten wie „Geschwindigkeit auf Mobilgeräten“, „Klickrate“ und „Anzahl der Klicks“ in Tabellenform dargestellt. Sie gelangen zu den Zielseiten in dem Sie in der zweiten Spalte von links auf den Reiter „Zielseiten“ klickt (siehe Bild 1). Um weitere Details zu den Zielseiten zu bekommen klicken Sie entweder direkt auf eine Zielseite (Landingpage) in der ersten Spalte oder oben auf den Reiter „Erweiterte Zielseiten“. Hier haben Sie einen Überblick über folgende Daten Ihrer Zielseiten:



## Impressionen

Eine Impression bedeutet nichts anderes, als die Darstellung Ihrer Anzeige, also wie oft Ihre Anzeige insgesamt bei Suchanfragen in der Google Suchmaschine angezeigt wurde. Ein Beispiel: Sie schalten Werbung für das Keyword „Dachdecker Nürnberg“. Ein Google-Nutzer gibt diesen Suchbegriff auf der Google-Suchmaschine ein und Ihre Anzeige erscheint auf Seite 1. Nun haben Sie mit Ihrer **Anzeige 1 Impression** ausgelöst. Geht der Besucher nun auf die zweite Suchergebnisseite, und dort wird wieder Ihre Anzeige gelistet, sind Sie schon bei **2 Impressionen**. **Impressionen geben also an WIE OFT Ihre Anzeige gesehen wird** Aber keine Angst, Sie bezahlen nicht pro Impression, sondern pro Klick auf Ihre Anzeige.

## CTR – Click-through-Rate

Die Klickrate (Click-through-Rate – CTR) zeigt Ihnen an, wie oft Ihre Anzeige angeklickt wurde, und zwar in Bezug auf die Impressionen. Die Click-through-Rate lässt sich errechnen indem Sie die Anzahl der Klicks auf Ihre Anzeige durch die Anzahl der Impressionen teilen. Mit diesem Wert können Sie ermitteln wie effektiv Ihre Anzeige ist und gegebenenfalls Änderungen an dieser vornehmen. Je höher der CTR Wert, desto effektiver die Anzeige. Ziel sollte sein, alle Anzeigen auf einen mindestens zweistelligen Wert zu bekommen.

## Durchschnittlicher CPC

Der durchschnittliche Cost-per-Click (CPC) ist der durchschnittliche Betrag, den Sie für einen Klick ausgegeben haben. Wenn Sie zum Beispiel mit Ihrer Anzeige zwei Klicks erzielt haben, von denen einer 0,20 € und der andere 0,40 € kostet, ergibt dies einen durchschnittlichen CPC von 0,30 €.

## Kosten

Die Kosten geben die gesamten Ausgaben für die jeweilige Landingpage an.

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

Loading...

Autor: Roman Fürderer

Veröffentlicht am: 05.05.2019

Rubrik: Google Ads