

Google Ads – Kampagnen Management

2018-10-25 20:10:24 romanf

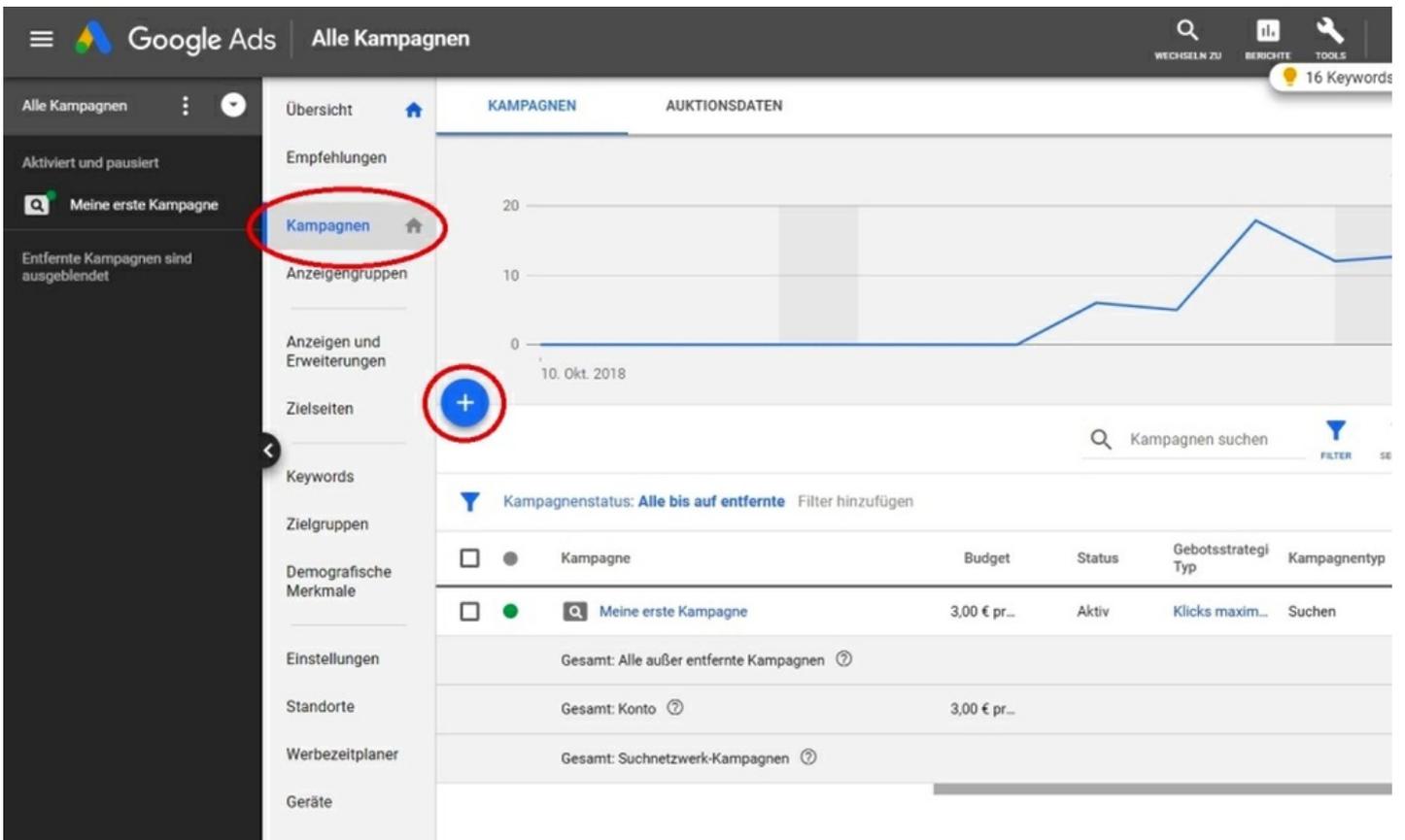
Google Ads Kampagnen Management

Die oberste Ebene bei Google Ads sind die Kampagnen. **Klicken Sie im linken Menü oben auf „Alle Kampagnen“:** Es wird Ihnen in der Mitte eine Übersicht in Form eines Diagramms für alle Kampagnen angezeigt (siehe Bild). Dort sehen Sie aktuelle Klickzahlen, Impressionen und die bisherigen Kosten der aktiven Kampagnen. Auf diesen Bereich gehe ich später noch im Detail ein. Auf der linken Seite sehen Sie alle Kampagnen, in diesem Fall die Kampagne „Meine erste Kampagne“. **Wenn Sie nur eine einzige Webseite / Onlineshop bewerben möchten reicht eine Kampagne völlig aus.**

The screenshot displays the Google Ads interface. At the top, the Google Ads logo is visible, followed by the text "Alle Kampagnen > Meine erste Kampagne". Below this, there is a navigation menu on the left with "Alle Kampagnen" selected. A red circle highlights the "Meine erste Kampagne" entry in the menu. The main content area shows the "Übersicht" (Overview) for the selected campaign. It includes a status indicator "Aktiviert" (Activated) and "Status: Aktiv" (Status: Active). The campaign type is "Suchnetzwerk" (Search Network). The overview section displays two key metrics: "Klicks" (Clicks) with a value of 108 and "Impressionen" (Impressions) with a value of 2170. The date "10. Okt. 2018" is shown at the bottom of the overview section.

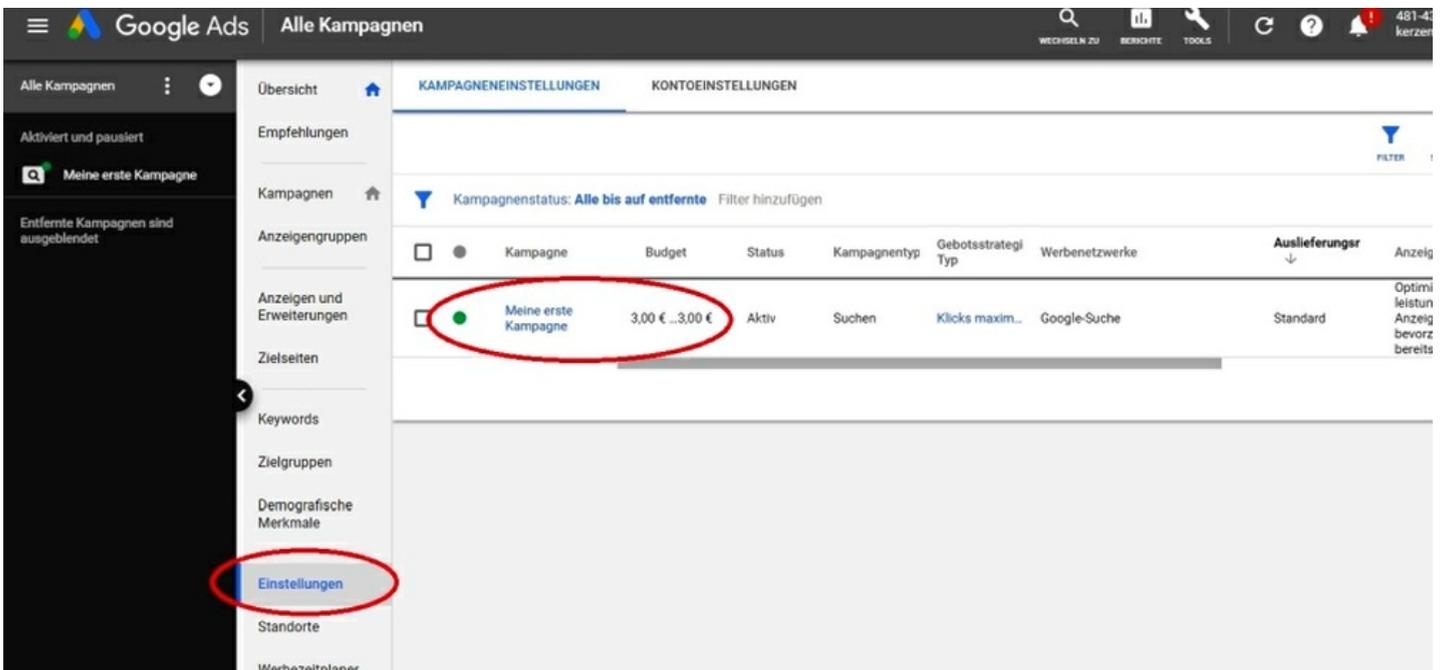
Sie möchten mehr Webseiten bewerben?

Wenn Sie für mehrere Webseiten / Onlineshops Werbeanzeigen schalten möchten, empfehle ich es mehrere Kampagnen zu erstellen. Damit können Sie Ihre Projekte übersichtlich strukturieren und verlieren nie den Überblick. **Klicken Sie in diesem Fall auf den Reiter Kampagnen und anschließen auf das +** um eine weitere Kampagne zu erstellen (siehe Bild). Anschließend können Sie eine nagelneue Kampagne erstellen oder vorhandene Kampagneneinstellungen laden. Das Laden von vorhandenen Kampagneneinstellungen ermöglicht es Ihnen nicht alle Einstellungen neu zu setzen, sondern die Einstellungen einer vorhandenen Kampagne als Grundlage zu verwenden. Dies ist nur sinnvoll wenn die neue Kampagne mit der vorhandenen Kampagne viel gemeinsam hat. **Für den Anfang empfehle ich Ihnen jedoch mit einer einzigen Kampagne zu starten und erstmal Erfahrungen mit dieser zu sammeln.**



Kampagneneinstellungen

Die ersten Einstellungen für Ihre Kampagne können Sie unter „Einstellungen“ in der zweiten Spalte von links vornehmen (siehe Bild) **Diese Ansicht zeigt nur die oberflächigen Kampagneneinstellungen an.** Sofern Sie mehrere Kampagnen haben, werden diese dort untereinander gelistet. Sie haben die Möglichkeit Ihrer Kampagne einen neuen Namen zu geben und das tägliche Budget festzulegen und darüberhinaus noch weitere Einstellungen. Sie brauchen an der Stelle erstmal nichts einstellen. **Gehen Sie direkt zu den Detail-Einstellungen zu Ihrer Kampagne indem Sie auf den blauen Kampagnennamen klicken, in diesem Fall auf den blauen Schriftzug „Meine erste Kampagne“.**



Detaillierte Kampagneneinstellungen

In den detaillierten Kampagneneinstellungen haben Sie die Möglichkeit folgende Einstellungen zu setzen:

- **Kampagnenname**
 - Falls gewünscht können Sie hier Ihre Kampagne umbenennen. Sofern Sie mehrere Kampagnen laufen haben auf unterschiedlichen Webseiten, empfehle ich als Kampagnennamen den Domainnamen zu verwenden (z.B. MeinOnlineshop.de).
- **Kampagnenstatus**
 - Die Standardeinstellung ist auf „Aktiviert“ gesetzt; Dies bedeutet das Ihre Kampagne derzeit aktiv ist und Anzeigen geschaltet werden

(Vorausgesetzt die „Anzeigengruppen“ sind nicht pausiert). Sie können die Kampagne auf „**Pausiert**“ setzen wenn Sie z.B. Ihre Kampagne überarbeiten möchten. Der Punkt „**Entfernt**“ bedeutet das Sie die Kampagne entfernen möchten, diese ist damit aber nicht von der Bildfläche verschwunden. In der linken Spalte oben können Sie bei den drei Punkten einstellen welche Kampagnen angezeigt werden sollen. Dort können Sie z.B. einstellen ob „Alle bis auf entfernte Kampagnen“ angezeigt werden sollen. **Spiele Sie ruhig einmal ein bisschen mit dem Kampagnenstatus und der Auswirkungen auf die Ansicht in der linken Spalte herum**, dabei können Sie nichts „zerschießen“.

- **Ziel**
 - Hierbei handelt es sich nicht um eine Einstellung im eigentlichen Sinn: **Google Ads möchte Ihnen auf Basis des hier von Ihnen ausgewählten Ziels Einstellungen und Funktionen empfehlen**. Der Reiter „Ziel“ ist in drei Unterbereiche gegliedert: Umsätze, Leads und Zugriff auf die Webseite. Wählen Sie das Ziel aus das am ehesten auf Ihr Vorhaben zutrifft.
- **Werbenetzwerke**
 - Nun kommen wir zu der ersten wirklich wichtigen Einstellung – der Wahl des Werbenetzwerkes. Unterschieden wird zwischen den beiden Varianten:
 - **Suchnetzwerk**
 - Kurz und einfach gesagt: **Mit Suchnetzwerk ist die Google-Suchmaschine gemeint (www.google.de)**. Werbeanzeigen werden hier direkt in der Suchmaschine angezeigt, **bis zu 4 Werbeanzeigen oberhalb der Suchergebnisse und bis zu 3 Werbeanzeigen unterhalb der Suchergebnisse**. Mit dem Suchnetzwerk haben Sie die größte Anzeigenreichweite (also erreichen Sie die meisten Menschen). Sie haben die Möglichkeit das Feld „**Google Suchnetzwerk-Partner einbeziehen**“ auszuwählen: Dies bedeutet das Ihre Anzeigen auch auf anderen Webseiten angezeigt werden, welche die Google-Suchmaschine in Ihre Webseite eingebunden haben.
 - **Displaynetzwerk**
 - Kommen wir zum Displaynetzwerk – eine irritierende Namensgebung für viele, dabei ist es ganz einfach: Das Displaynetzwerk bezeichnet **alle Webseiten AUSSER Google, die sogenannte Google AdSense-Banner in Ihre Webseite integriert haben**. Google AdSense ist sozusagen die andere Seite von Google Ads. Ein Beispiel: Ein Betreiber eines Reiseblogs möchte etwas mit seiner Seite verdienen. Er meldet sich bei Google AdSense an, erstellt dort Banner und baut diese in seine Webseite ein. Dabei kann er aber nicht direkt den Inhalt der Banner selbst bestimmen – sondern nur deren Größe. **Die Inhalte für die Banner werden von Werbetreibenden von Google Ads zur Verfügung gestellt**. Klickt ein Besucher des Reiseblogs nun auf den Banner drauf, erhält der Reiseblog-Betreiber eine Vergütung für den Klick, und dem Google Ads-Werbenden entstehen Kosten für den Klick. Um das Displaynetzwerk auch zu nutzen wählen Sie einfach das Feld „Google Displaynetzwerk einbeziehen“ aus. Für Google Ads-Neulinge empfehle ich zuerst nur mit dem Suchnetzwerk zu starten – in diesem Falle müssen Sie garnichts anklicken, da diese Option bereits als Voreinstellung gesetzt ist.
- **Standorte**
 - Den Punkt Standorte hatte ich ja schon in der „**Google Ads – Schnelleinrichtung einer Kampagne**“ kurz erwähnt. Hierbei legen Sie fest wo Sie Ihre Werbung geografisch schalten möchten. Es gibt die Optionen „Alle Länder und Gebiete“, „Deutschland“ und „Weiterer Standort eingeben“. Die ersten beiden Optionen sind wohl selbsterklärend. **Bei der dritten Option können Sie gezielt bestimmte Regionen auswählen wie z.B. einzelne Städte, Bundesländer und ganze Länder**. Mit dieser Option können Sie sehr präzise werben, ein Beispiel: Sie betreiben einen Deutschsprachigen Onlineshop und möchten Kunden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz gewinnen – dann fügen Sie diese drei Länder zu Ihren Standorten hinzu, Ihre Werbung erscheint dann in allen drei Ländern. Noch ein Beispiel: Sie sind Immobilienmakler und haben Immobilien in Köln, Flensburg und Passau – dann fügen Sie diese drei Städte zu Ihren Standorten hinzu, dann wird Ihre Werbung nur in diesen drei Städten zur Verfügung gestellt.
- **Sprachen**
 - Dieser Bereich ist denke ich selbsterklärend: Wählen Sie die Sprache aus die Ihre Kunden sprechen.
- **Budget**
 - Geben Sie an wie viel Sie pro Tag für die Werbung investieren möchten. Pro Monat zahlen Sie nicht mehr als Ihr Tagesbudget multipliziert mit der durchschnittlichen Anzahl der Tage des Monats. Sie können Ihr Tagesbudget jederzeit ändern, oder wenn es Ihnen zu teuer wird auch die ganze Kampagne pausieren – jederzeit.
- **Gebote**
 - Hier bestimmen Sie Ihre Gebotsstrategie: Für Neulinge empfehle ich den Punkt „**Klicks maximieren**“ einzustellen. **Lassen Sie das Feld „Maximales CPC-Gebot“ erstmal leer**. Auf die anderen Gebotstypen gehe ich in späteren Kapiteln näher ein.
- **Start- und Enddatum**
 - Stellen Sie ein wann Ihre Kampagne starten soll. Sofern die Kampagne schon aktiv ist können Sie das Startdatum natürlich nicht mehr anpassen. Wenn Sie möchten können Sie auch ein Enddatum eintragen, falls nicht läuft die Anzeigenschaltung einfach weiter.

Folgende Themen werden in späteren Kapiteln behandelt:

- Anzeigenrotation
- URL-Optionen für Kampagne
- Dynamische Suchnetzwerk-Anzeigen
- Ausschlüsse von IP-Adressen

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

🔄 Loading...

Autor: Roman Fürderer

Veröffentlicht am: 05.05.2019

Rubrik: Google Ads