

Ing. Schönberg Christian

Einzelpreis: kostenlos

Softwareentwicklung



Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 – 2014

[Impressum hier klicken](#)

<http://schoenberg.company>

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Google AdWords:

Mit **Google AdWords** können **Werbetreibende** Werbung schalten, die sich nach den eingegebenen Suchwörtern orientieren. Bei optimaler Gestaltung der **Google AdWords-Werbeanzeige** lässt sich damit die **Zielgruppe** mit relativ geringen Streuverlusten erreichen und ansprechen. Ähnliche Programme gibt es z.B. auch von Yahoo Search Marketing und Microsoft Advertising.



Funktionen:

Sehr wichtig für den Werbetreibenden sind dabei die **Schlüsselwörter** (Keywords). Damit sollte eine gezielte Ausrichtung auf die Interessen der Besucher ermöglicht werden. Es können aber auch **negative Schlüsselwörter** definiert werden, die eine Anzeige des geschalteten Werbetextes ausschließt. Dabei wird von Google **keine Grundgebühr** verrechnet, sondern die Kosten fallen erst mit den Klicks auf die Anzeige und den damit verbundenen **Webseitenbesuchen** an. Werbetreibende können außerdem einen **Höchstpreis** festlegen, den sogenannten maximalen CPC (Cost-per-Click).

Der CPC, sowie der sogenannte **Quality Score** beeinflussen anschließend die **Platzierung** der Anzeige.

Formate:

Am bekanntesten und verbreitetsten sind sicherlich die **Textanzeigen**. Diese besteht aus einer Überschrift (bis zu 25 Zeichen), eine Beschreibung (2 Zeilen mit je 35 Zeichen), sowie der Verweis auf die Zielseite. Es gibt aber auch **Image-Anzeigen** und **Videoanzeigen**.

Vorteile:

- **Kontrolle:** die entstehenden Kosten können durch ein Tagesbudget begrenzt werden. Außerdem kann die Schaltung der AdWords-Anzeige jederzeit unterbrochen bzw. neu aktiviert werden.
- **echte Besucher:** die Kosten entstehen erst, wenn ein Besucher auf das Inserat klickt und Ihre Webseite besucht.
- **Örtlichkeit:** das Erscheinen der Inserate kann bezüglich Land, Sprache, bzw. Region eingegrenzt werden.

Nachteile:

- **Zeitaufwand:** die Erstellung und vor allem die Optimierung der Anzeige erfordert zumeist erheblichen Zeitaufwand
- **erfolgreiche Anzeigen:** das häufig angestrebte Ziel (nach dem Motto "1 Euro investieren, 5 Euro verdienen") ist extrem schwierig zu erreichen

Formate:

Textanzeigen, Image-Anzeigen und Videoanzeigen

Vorteile / Nachteile

FAZIT: Einer der wichtigsten Punkte dabei ist ständig testen und optimieren, um das gesetzte Ziel (z.B. Produktverkäufe,..) bestmöglich erreichen zu können

Wichtiges zu beachten

Häufige Fehler

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

wichtige Punkte zu beachten:

- **Zielgruppe und Keywordauswahl:** zuerst müssen Sie überlegen, welche Zielgruppe Sie ansprechen möchten und welche Suchbegriffe diese eingibt, wenn diese nach Ihrem Produkt oder den Informationen auf Ihrer Webseite suchen würden. Bei der Recherche nach passenden Keywords sollten auch die tatsächlichen Suchhäufigkeiten berücksichtigt werden.

- **Mehrphrasen Keywords:** Google Benutzer geben zumeist 2 bis 3 Suchbegriffe ein. Daher sollten auch die Keywords Ihrer Anzeige auf diese Suchbegriffe ausgerichtet sein

- **detaillierte Zielgruppenansprache:** Es ist zumeist nicht sinnvoll für 50 Keywords eine Anzeige zu schalten und diese auf eine allgemeine Webseite dafür zu leiten. Sondern es sollten diese in kleinere Anzeigengruppen unterteilt werden, die die jeweilige Zielgruppe spezifisch genau anspricht und die Webseite genau dazu passend ausgeführt ist

- **Platzierung:** es ist nicht unbedingt die oberste Platzierung der Anzeige erforderlich, sondern in der Regel genügt es, unter den ersten 4 Positionen platziert zu sein

- **ausschließende Keywords:** Wenn Sie zum Beispiel ein Produkt verkaufen, macht es keinen Sinn, Besucher anzusprechen, die den Suchbegriff "kostenlos" eingegeben haben, da diese vermutlich kein Kaufinteresse haben

- **passende Landingpage:** Der Besucher sollte beim Klick auf Ihre Google AdWords-Anzeige sofort auf die passende Unterseite geleitet werden. Damit erreichen Sie einen höheren Qualitätsfaktor und ergibt zumeist niedrigere Gebühren und bessere Platzierung.

- **Erfolgskontrolle:** binden Sie zur Erfolgsmessung z.B. Conversion-Tracking (Besuchsaktionsauswertung) ein. Damit können Sie Ihre Anzeigen effektiv optimieren. Sie sollten auch regelmäßig durch Daten des Monitorings, sowie der Kampagnenstatistiken überprüfen, ob sich der Erfolg in die richtige Richtung entwickelt.

- **auch mobile Landing Pages erstellen:** Immer mehr Besucher gelangen über das Smartphone auf Ihre Webseite. Daher sollte diese auch am Android Smartphone, iPhone, usw. möglichst optimal dargestellt werden. Dies lässt sich unter anderem auch mit Responsive Design erreichen. Dabei passt sich Ihre Webseite genau dem Endgerät an.

häufige Fehler:

- **unspezifische Keywords:** die Keywords sollten zielgerichtet und relevant sein. Unspezifische Keywords hingegen führen zu einer geringeren CTR (Click-through-Rate), schlechterem Quality Score, damit höherem effektiven Klickpreis und höheren Streuverlusten

- **nicht dazu passende Landingpage:** dabei sollten für jede Anzeigengruppe auf eine Spezialseite geleitet werden. Auf dieser sollte auch das angesprochen bzw. geboten werden, was in der Anzeige versprochen wurde.

- **zu hohe Streuverluste:** Wenn Sie regional tätig sind, sollten Sie auch von der regionalen Eingrenzung Gebrauch machen. Außerdem kann auch eine zeitliche Einschränkung sinnvoll sein, z.B. nur zu Büroöffnungszeiten, nur Werktagen, usw.

