

Geggooggelt, gefunden

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



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

2007

RAC Breakdown Cover
Rac.co.uk/Breakdown RAC breakdown cover online Join now!

2010

Werben mit Google AdWords Anzeige
Google.de/AdWords In nur 15min Anzeigen aktivieren
Kleine Kosten, große Wirkung!

2016

bike-discount.de - Radon Bikes
Anzeige www.bike-discount.de/Radon ▾
Radon Bikes für jedes Terrain. Jetzt ansehen & online bestellen!
Radon Exklusivanbieter · Versandkostenfrei · 0 % Finanzierung · Rückgaberecht verlängert
Marken: Radon, GORE, Shimano, Vaude, Garmin, Sram, Suunto
📍 [Siemensstraße 1, Bonn](#) - 0228 978480

2018

netspirits.de - netspirits Online Marketing - Ihre digitalen Strategien
Anzeige www.netspirits.de/ ▾ 0221 6400570
SEA, SEO, Social Media & Content Marketing. netspirits steht für Ihren Erfolg!
AdWords-Zertifizierung · Analytics-Qualifizierung · SEO-Tipp (seo-united.de)
"Top 100 SEO-Dienstleister Q1/2016" – www.ibusiness.de

Online-Video-Marketing

Wir machen Ihr Unternehmen durch Bewegtbild greifbar!

Suchmaschinen-Werbung

Lassen Sie sich gut finden! Wir optimieren Ihre bezahlten Anzeigen.

Conversion-Optimierung

Unsere Experten optimieren mit Ihnen die Effizienz Ihrer Website.

Social Media-Marketing

Wir optimieren Ihren YouTube-Channel & Ihre Social Media-Profil

Seit 2019

Anzeige · www.netspirits.de/ ▾ 0221 6400570

netspirits bestimmt den Kurs | Wissen wohin die Reise geht

Kein vorgefertigtes Paket - es sind deine individuellen Wünsche auf die wir uns abstimmen.

📍 Im Klapperhof 33, Köln - Hours & services may vary

Suchmaschinenwerbung

Suche, Shopping, Display, Video - sichtbar & effektiv Umsatz steigern

Conversion-Rate

Mehr Umsatz dank glücklicher Kunden und Conversion-Rate-Optimierung.

FB-Marketing

Deine Zielgruppe zur idealen Zeit erreichen mit FB-Marketing.

YouTube-Marketing

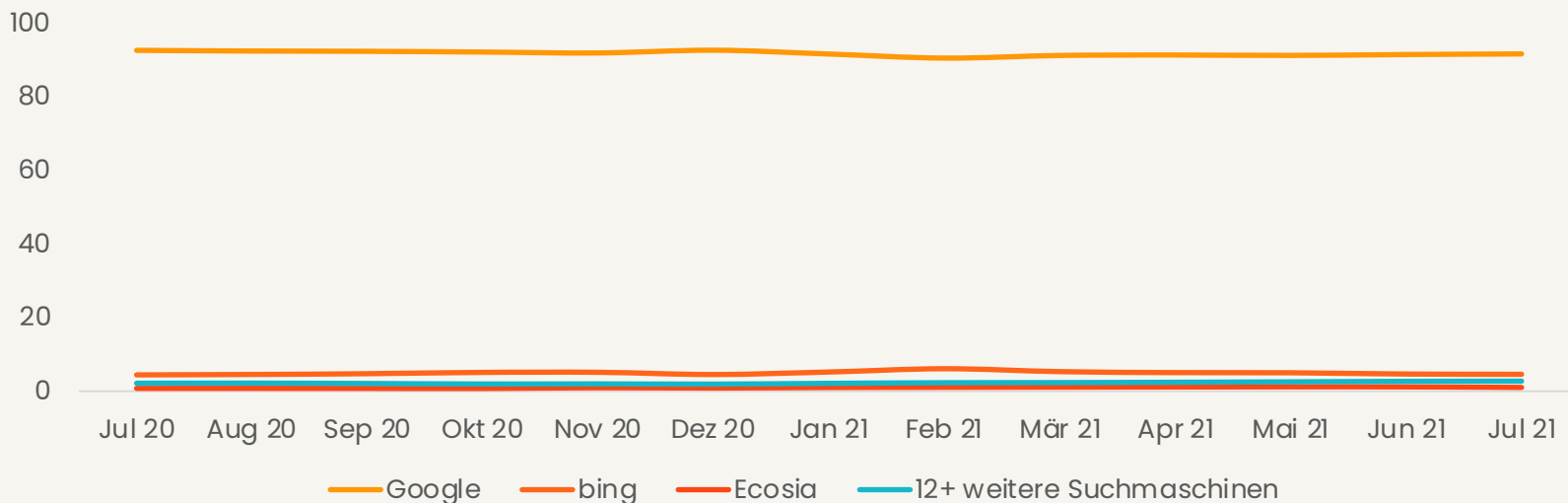
Werde zum Star für deine Kunden - mit uns als YouTube-Agentur!



netspirits.

Suchmaschinenutzung in Deutschland

Google bleibt weiterhin unangefochtene Nr. 1 am Suchmaschinenmarkt. Microsofts Suchmaschine bing liegt bei 5 %, ecosia hat es auf über 1 % geschafft. Zwölf weitere Suchmaschinen kommen insgesamt auf rund 2 %.



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 Nutzende auch noch über längere Zeit hinweg online ansprechen.



Targeting bei Google Ads

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

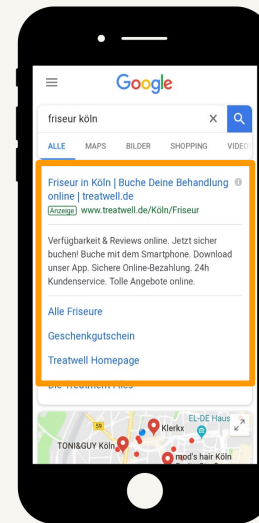
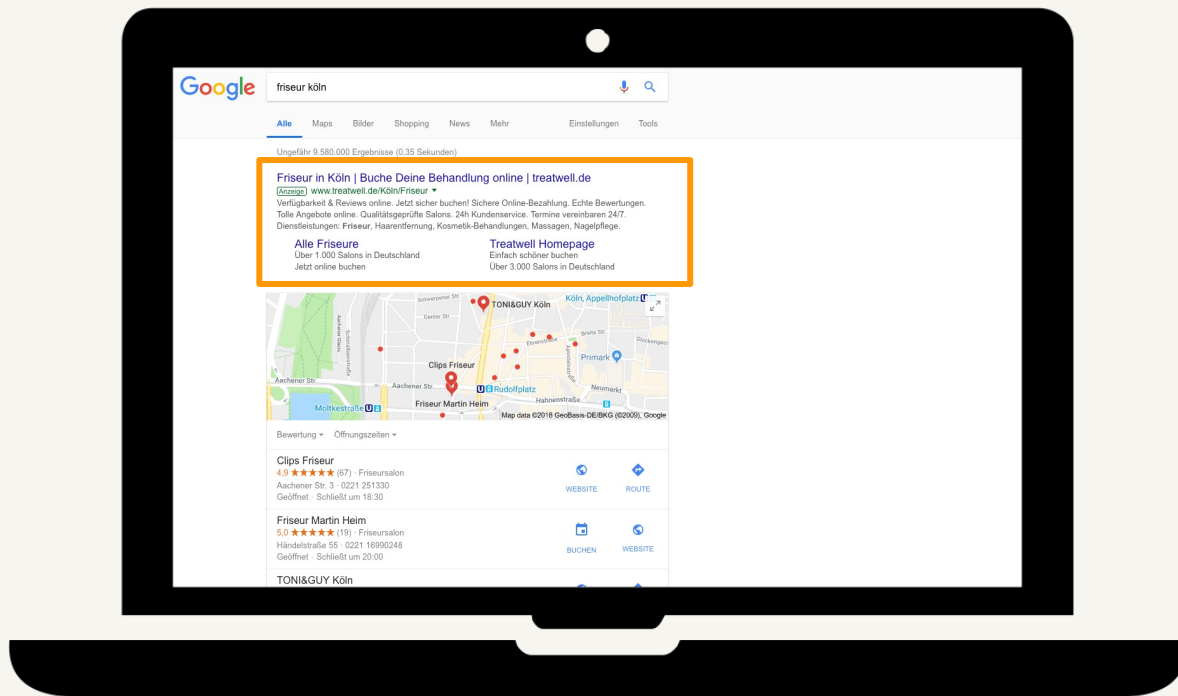


Du möchtest wissen, welche Interessen du laut Google hast?

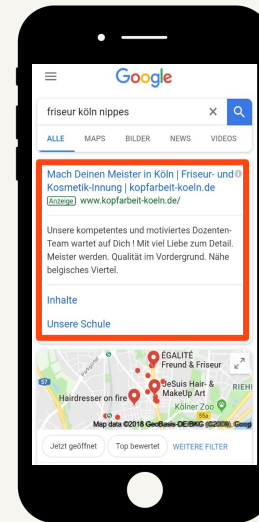
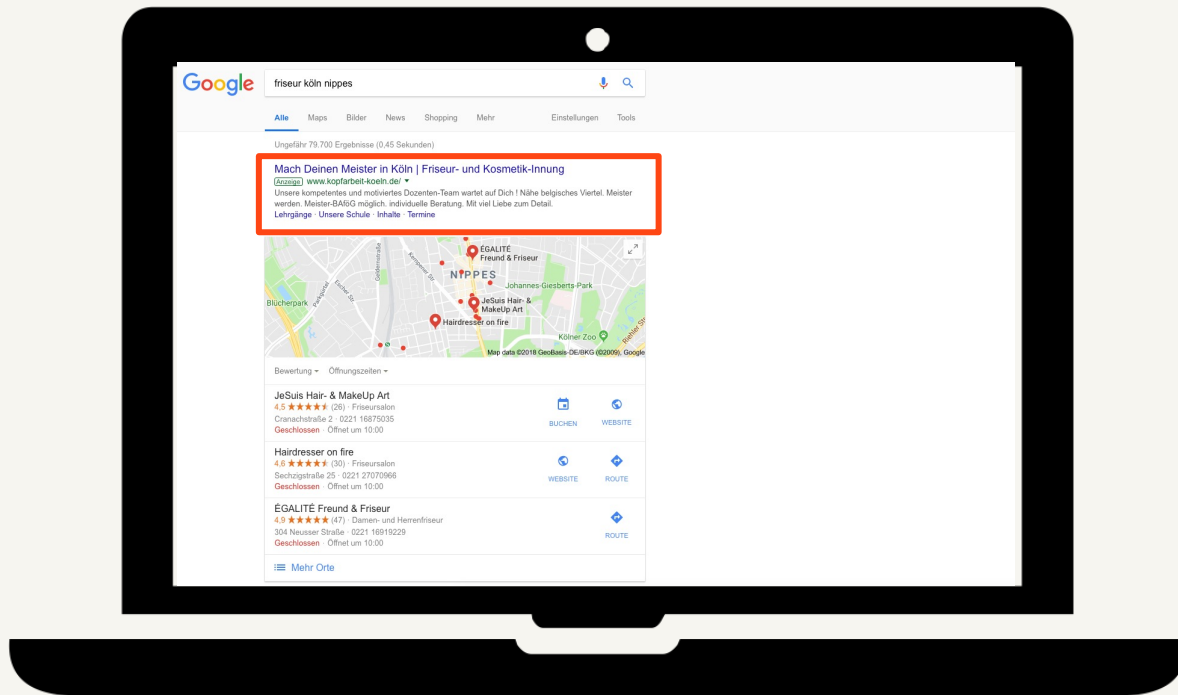
www.google.com/ads/preferences



Suchanfragen mit lokalem Bezug



... werden wir noch etwas konkreter



Die besten Voraussetzungen: Werbung ohne Streuverluste

Standorte

Standorte für die Ausrichtung auswählen ⓘ

☐ Alle Länder und Gebiete

☐ Deutschland

☒ Weiteren Standort eingeben

Zielregionen (4)

50829, Nordrhein-Westfalen, Deutschland Postleitzahl	Reichweite ⓘ
	306.000
Deutschland Land	64.400.000
Köln, Nordrhein-Westfalen, Deutschland Stadt	9.530.000
Nordrhein-Westfalen, Deutschland Bundesland	20.300.000

Ausgeschlossene Orte (1)

51105, Nordrhein-Westfalen, Deutschland Postleitzahl	Reichweite ⓘ
	363.000

Q 51143 Erweiterte Suche

Übereinstimmungen

51143, Nordrhein-Westfalen, Deutschland Postleitzahl	Reichweite ⓘ
	142.000

AUSRICHTEN AUF AUSSCHLIESSEN IN DER NÄHE

Standorte einschließlich: 51143, Nordrhein-Westfalen, Deutschland

Köln, Nordrhein-Westfalen, Deutschland Stadt	9.530.000
Nordrhein-Westfalen, Deutschland Bundesland	20.300.000
Deutschland Land	64.400.000

Sprachen Engl Zugehörige Orte

Département Marne, Grand Est, Frankreich Abteilung	1.020.000
Panyu, Guangdong, China Bezirk	33.000

Budget 30,0

PLZ-Ebene

Länderebene

Stadtebene

Bundeslandebene

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

Keine Mindest- oder Maximalanforderungen bzgl. Standortausrichtung



netspirits.

Tracking von Anrufen mittels Anruferweiterung

Anruferweiterung

The diagram illustrates the process of call tracking using caller ID extension. A pink line connects the text 'Anruferweiterung' to two devices: a mobile phone and a desktop computer. On the mobile phone, a Google search for 'tüv' is shown, with a red box highlighting the 'ANRUF' (Call) icon. On the desktop computer, a Google search for 'netspirits' is shown, with a red box highlighting the phone number '0221 6400570' in the search results.

Google
netspirits

Alle Maps Shopping News Videos Mehr ▾ Suchoptionen

Ungefähr 85.400 Ergebnisse (0,71 Sekunden)

netspirits.de - netspirits Online Marketing - Ihre digitalen Strategien

Anzeige **www.netspirits.de/** 0221 6400570
SEA, SEO, Social Media & Content Marketing. netspirits steht für Ihren Erfolg!
SEO-Tipp (seo-united.de) · AdWords-Zertifizierung · Analytics-Qualifizierung

Suchmaschinen-Optimierung
Ganzheitliche SEO-Beratung zur Erreichung Ihrer Ziele.

Conversion-Optimierung
Unsere Experten optimieren mit Ihnen die Effizienz Ihrer Website.

Social Media-Marketing
Wir optimieren Ihren YouTube-Channel & Ihre Social Media-Profilе

Online-Video-Marketing
Wir machen Ihr Unternehmen durch Bewegtbild greifbar!

netspirits: Online Marketing Agentur Köln
www.netspirits.de/ ▾
netspirits Online Marketing Agentur ✓ Suchmaschinenmarketing ✓ Google Werbung ✓ YouTube Marketing ✓ SEO ✓ Facebook Marketing ✓ Beratung von ...

Wo & wie werden Anzeigenerweiterungen erstellt?

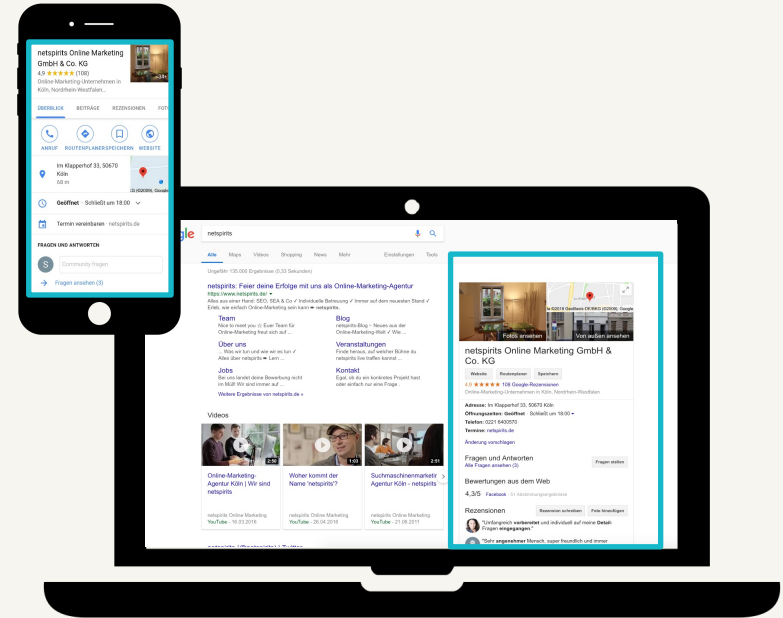
Google Ads interface showing the 'Anzeigen & Erweiterungen' (Ads & Extensions) section. The interface is divided into three main sections:

- 1** (Left sidebar): Navigation menu with options like 'Suchnetzwerk-Kampagnen', 'Displaynetzwerk-Kampagnen', 'Shopping-Kampagnen', and 'Aktiviert'.
- 2** (Top navigation bar): Tabs for 'ANZEIGEN' and 'ERWEITERUNGEN' (selected).
- 3** (Main content area): Table of ad extensions with columns for 'Erweiterung', 'Erweiterungstyp', and 'Hinzugefügt'. The table shows various extensions like phone numbers and website links, with a filter for 'Anruferweiterung' (Caller extension) applied.

- 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

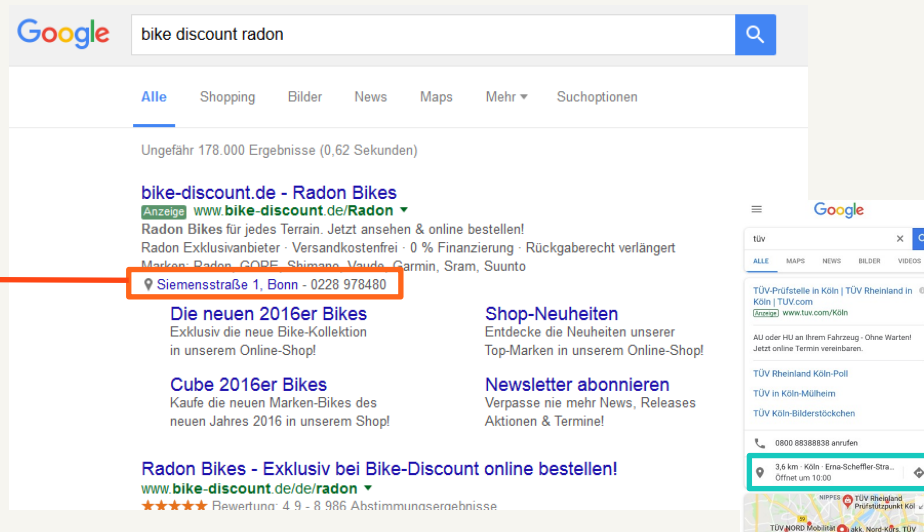
Google My Business

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



Anzeigenerweiterung: Standorterweiterung

Standort-
erweiterung



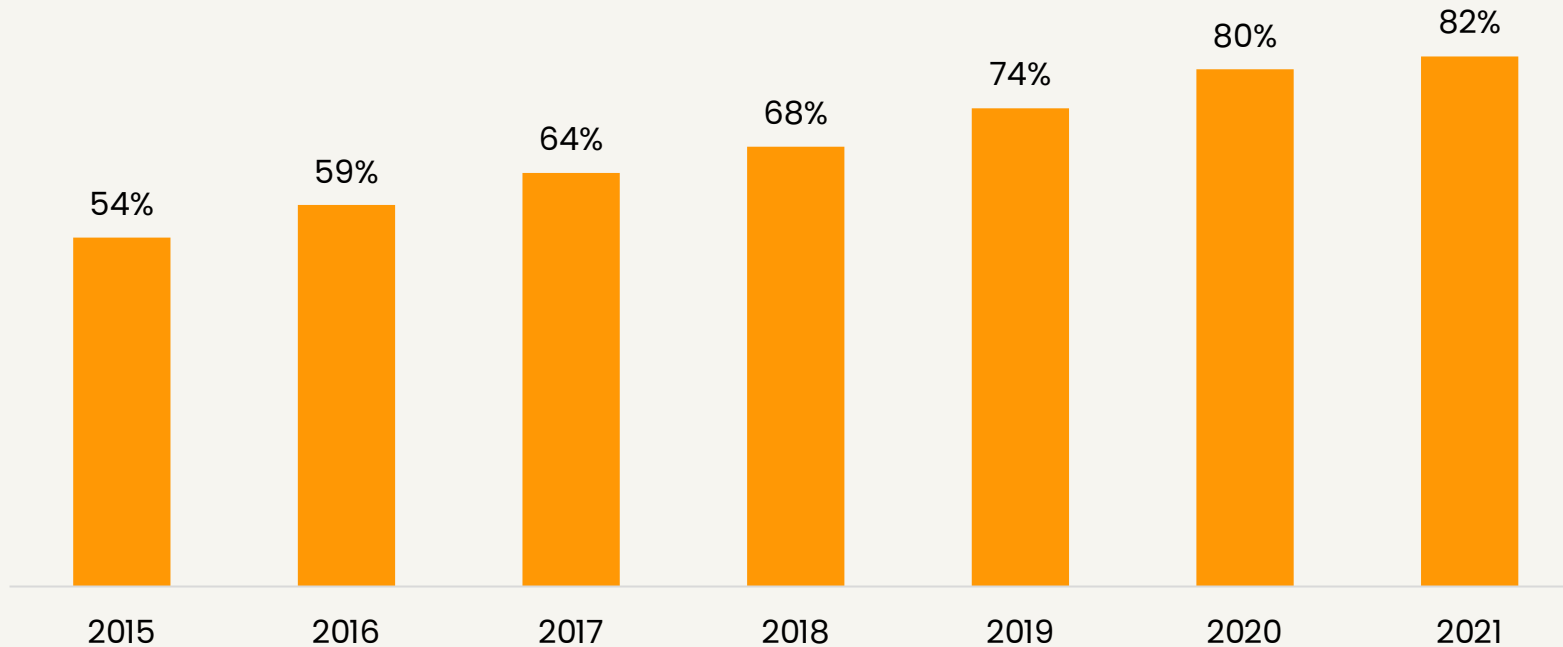
Direkte
Weiterleitung in
Google Maps
mit Zielführung!

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

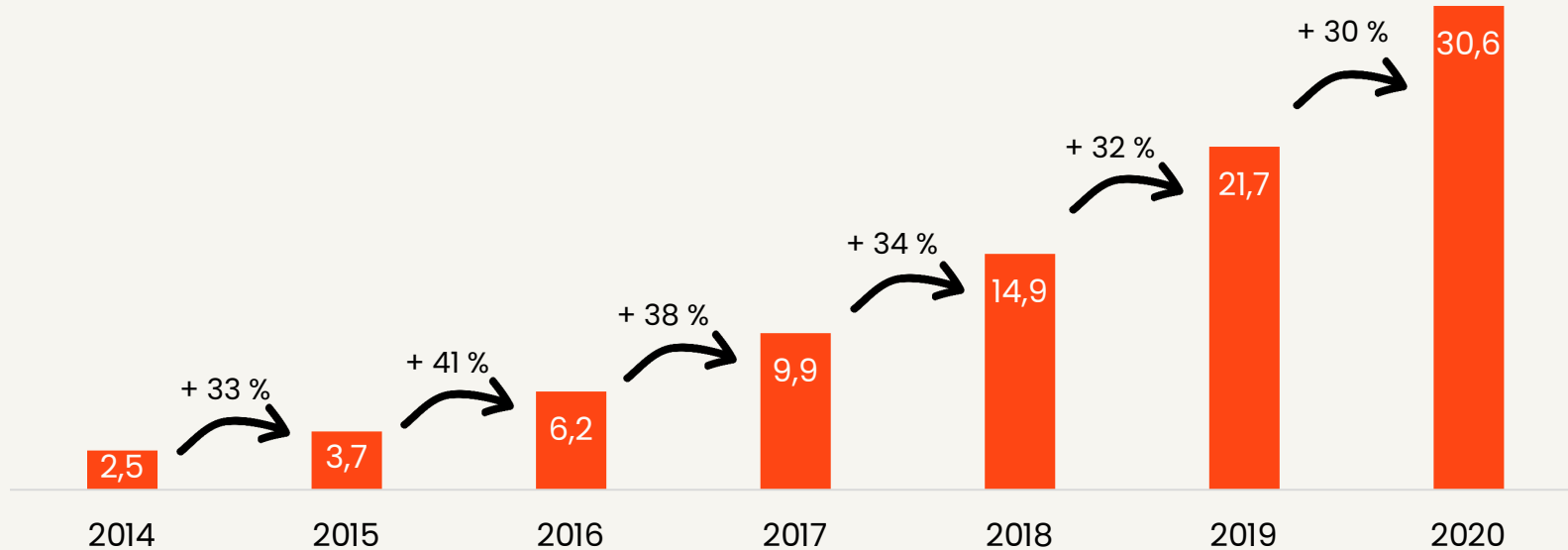
... denn, mittlerweile haben
mehr Deutsche

ein  als einen  !

Anteil der mobilen Internetnutzenden in Deutschland



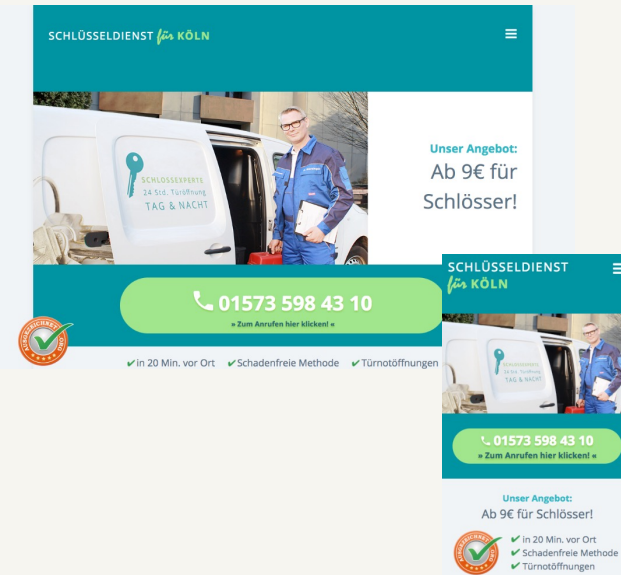
Mobiles Datenvolumen weltweit



Quelle: Statista.com (Juni 2016), Angaben in Exabyte

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** gestaltet ist.
- dass der **Call to Action prominent** platziert ist.
- dass die **Ladezeit gering** ist.
- dass die **Landing Page 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 Landing-Page- und Conversion-
Rate-Optimierung **bleibt** er auch.

Welche Voraussetzungen müssen zum Start erfüllt sein?

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

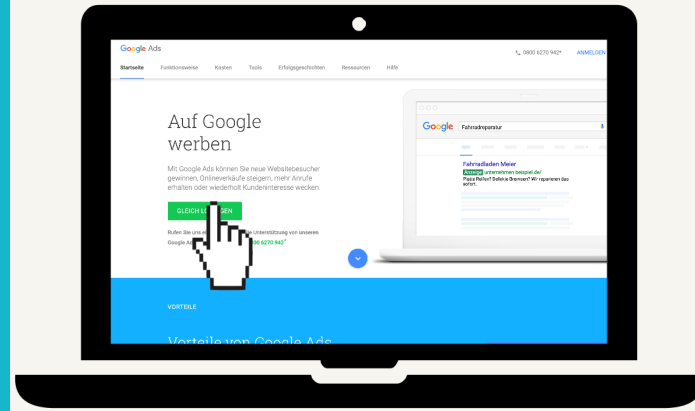
2 Du brauchst **Werbebudget**.

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.

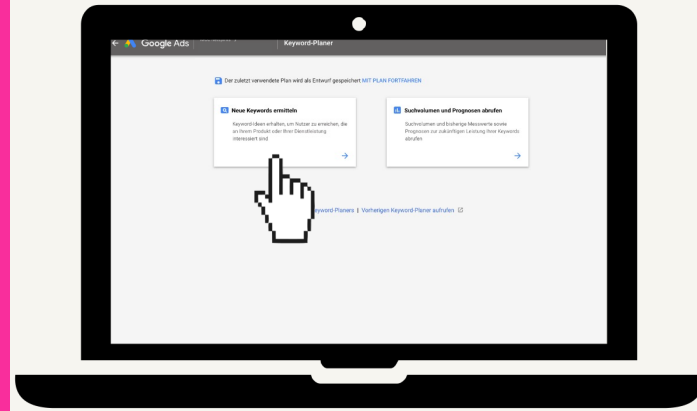
Wie erstelle ich ein Google-Ads-Konto?

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



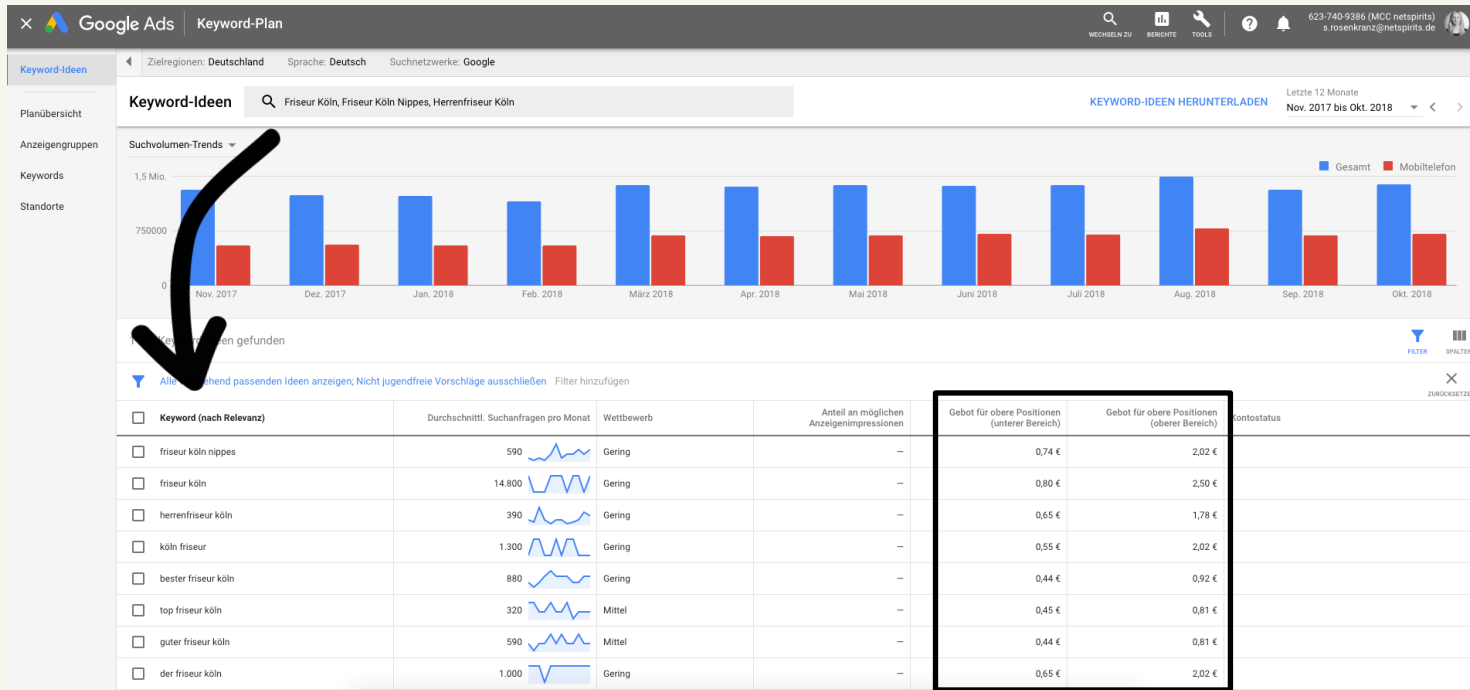
Wie viel Budget muss ich einplanen?

- 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 <small>[Anzeige] www.schlossexperte.de/Schlüsseldienst/Köln</small> 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 <small>[Anzeige] schluesseldienst-koeln.de-24h.com/</small> 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 Alsleben <small>[Anzeige] www.schluesseldienst-alsleben.koeln/Schlüsseldienst/Türöffnung</small> 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, Schließenanlagen, Briefkastenanlagen, Schlüsselanfertigung, Einbruchs... ☛ Montanusstr. 1, Köln-Mülheim			0,12 €
0,25 €	Tür öffnen. ab 12,-€ - tun24h.de <small>[Anzeige] www.tun24h.de/Schlüsseldienst</small> für Schlösser, Türöffnung ohne Beschädigung Schlüsseldienst 24-H Aufsperrdienst · Schnell vor Ort · Schlüsselnotdienst Services: Türöffnung, Autoöffnung, Betreuung Von Schließenanlagen...			0,11 €

Der Search Funnel

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



Die Match Types /1

Broad (Weitgehend)*

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

Beispiel:

Keyword: mützen für frauen

Suchbegriff: schönnä frauenhüte ihn köln kauffen

* Der Broad Match Modifier wurde 2021 abgeschafft. Eine Fallstudie, wie wir diesen Wegfall ausgleichen konnten, findest du unter <https://bit.ly/38rsvQJ>.

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

Wird nicht ausgespielt:

Keyword: "mützen für frauen"

Suchbegriff: bester laden für winter mützen

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

Wird nicht ausgespielt:

Keyword: [mützen für frauen]

Suchbegriff: hut für frauen kaufen

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/die Nutzer:in muss wissen,
wonach er/sie suchen soll. Er/sie
kennt seinen Bedarf.

(Produkt / Marke ist bekannt)

Suchnetzwerk

Push Marketing

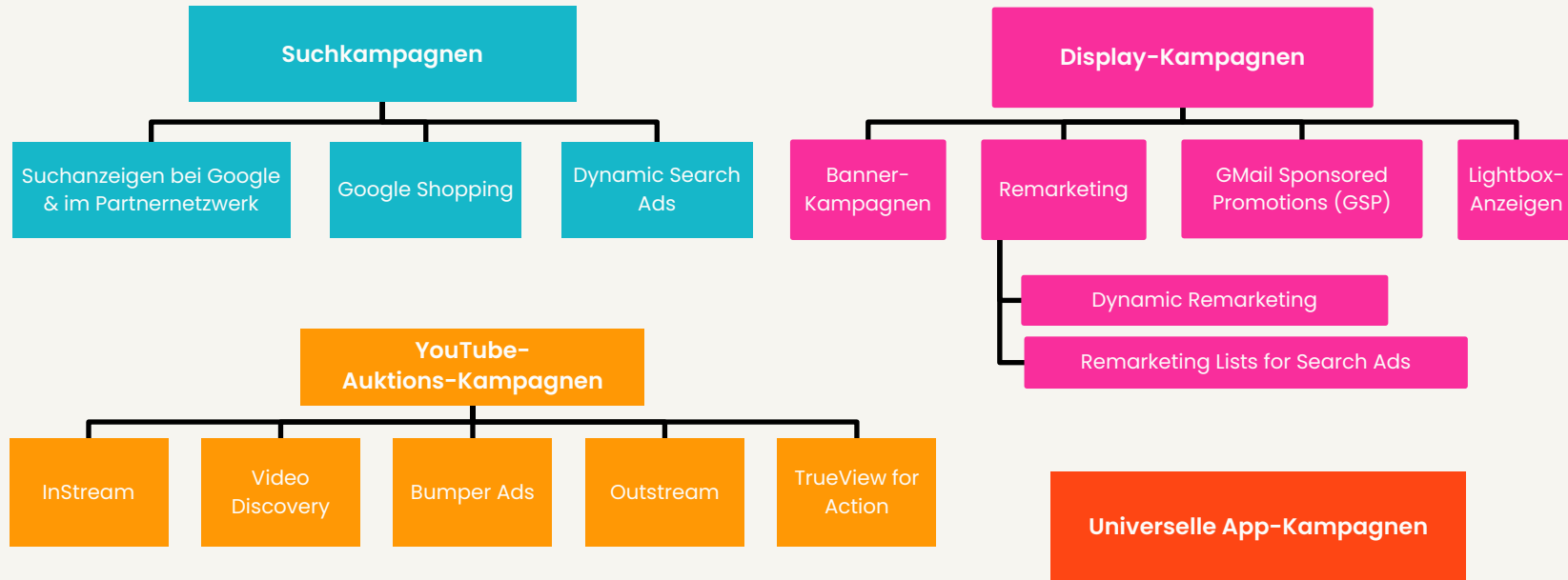
Eine Marke bzw. ein Produkt soll
bekannt gemacht werden.

Display-, YouTube-, & App-
Kampagnen



netspirits.

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 Nutzenden 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 Nutzende sind, die eure Anzeige sehen. 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 Nutzende 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?

The screenshot shows a Google search for 'aixigo'. The search bar contains 'aixigo' and the Google logo is on the left. Below the search bar are tabs for 'Alle', 'News', 'Maps', 'Shopping', 'Bilder', 'Mehr', and 'Einstellung'. The search results show 'Ungefähr 24.800 Ergebnisse (0,31 Sekunden)'. Two advertisement snippets are highlighted with orange and red boxes. The first snippet, titled 'aixigo AG aus Aachen | Passgenaue Beratung | Für Ihren Finanzvertrieb', includes a green 'Anzeige' label, the website 'www.aixigo.de', and a phone number '0241 5597090'. The second snippet, titled 'aixigo Blog', describes the company's focus on financial market developments and software solutions. The third snippet, titled 'aixigo:one – IT-Plattform', describes a unique IT platform for financial services.

Google

aixigo

Alle News Maps Shopping Bilder Mehr Einstellung

Ungefähr 24.800 Ergebnisse (0,31 Sekunden)

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!

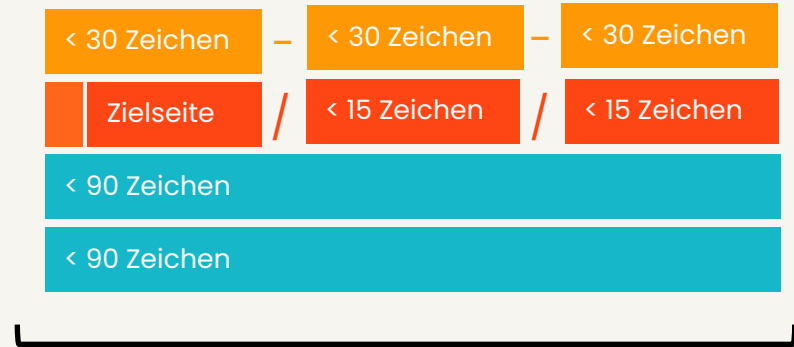
aixigo:one – IT-Plattform
Unsere einzigartige IT-Plattform!
Entdecken Sie die sinnvollen Module
Wer ist aixigo?
Erfahren Sie mehr über unsere Unternehmensgeschichte & Expertise!

● Anzeigentext

● Kostenlose Anzeigen-erweiterungen

Expandable Text Ads (ETA) = Erweiterte Textanzeigen /1

- Anzeigentitel 1: bis zu 30 Zeichen
- Anzeigentitel 2: bis zu 30 Zeichen
- Anzeigentitel 3: bis zu 30 Zeichen
- Angezeigter Pfad: bis zu 30 Zeichen
- 1. Textzeile: bis zu 90 Zeichen
- 2. Textzeile: bis zu 90 Zeichen



Im Idealfall nutzen wir (fast) alle
der **verfügbaren 300 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.")

Anzeigenerstellung im Ads-Konto

Textanzeige bearbeiten

Finale URL
<https://www.netspirits.de/online-marketing-leistungen/web-analytics-agentur>

Anzeigentitel 1
Web-Analytics Agentur

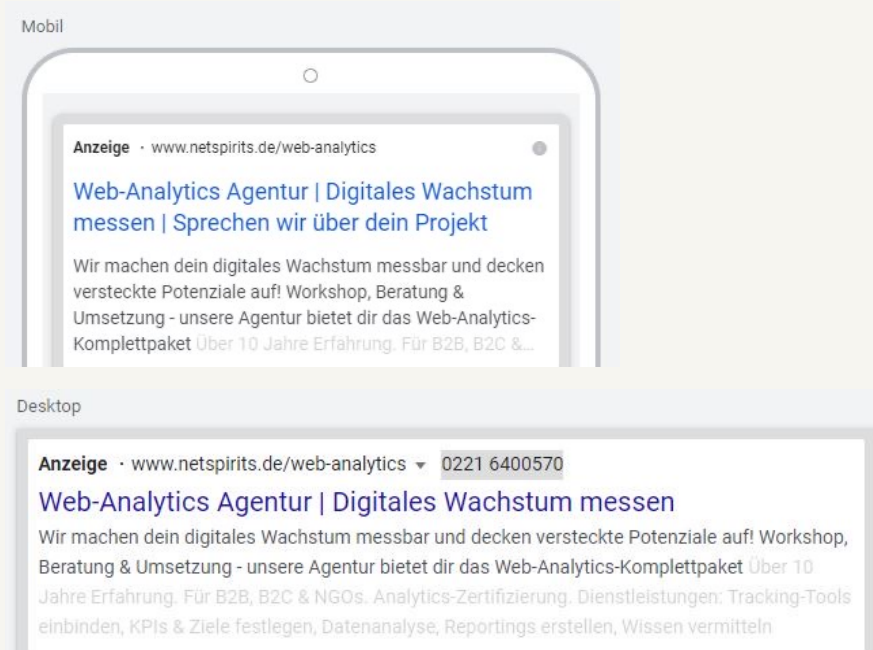
Anzeigentitel 2
Digitales Wachstum messen

Anzeigentitel 3
Sprechen wir über dein Projekt

Angezeigter Pfad
www.netspirits.de / Web-Analytics / Pfad 2

Textzeile 1
Wir machen dein digitales Wachstum messbar und decken versteckte Potenziale auf!

Textzeile 2
Workshop, Beratung & Umsetzung - unsere Agentur bietet dir das Web-Analytics-Komplettpaket



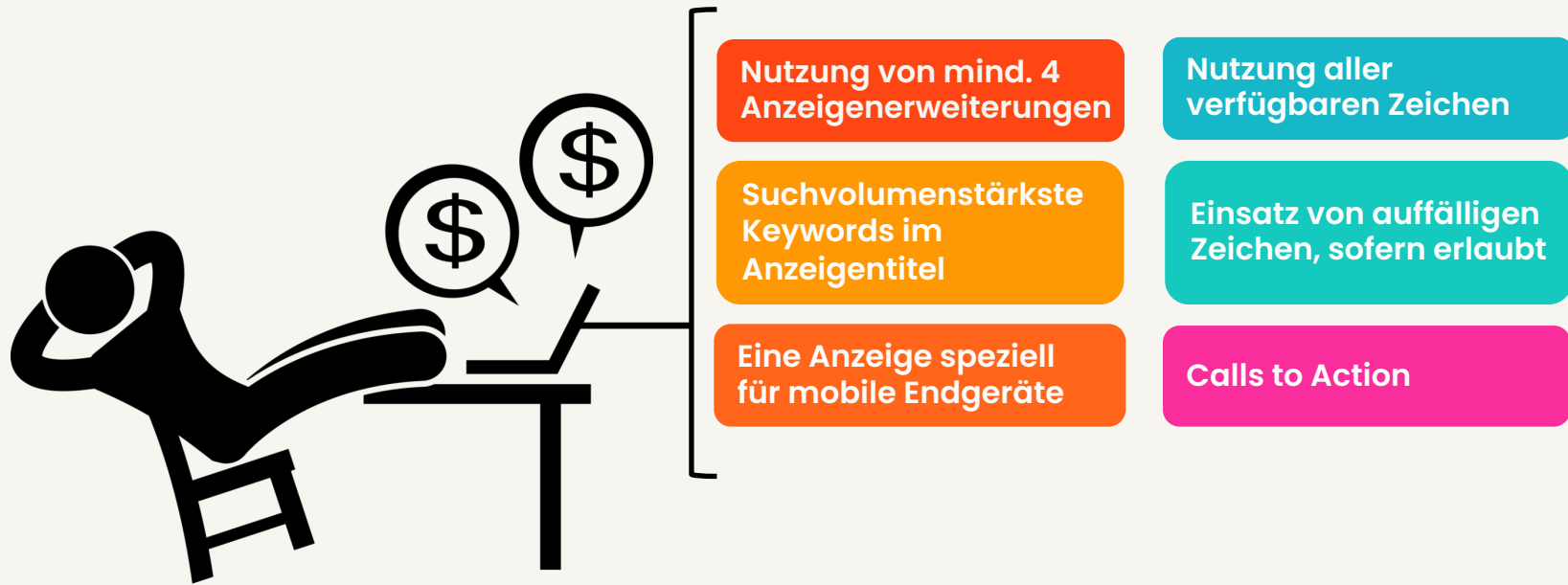
Richtlinien bei der Erstellung von Anzeigen

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** (“Jetzt kaufen, kaufen, kaufen” / “Hier, Hier, Hier”) ist untersagt.
- Nutzt Formulierungen in den Anzeigen, die die suchvolumenstärksten Keywords der Anzeigengruppe abdecken und sich im Idealfall ebenfalls auf der Landing Page wiederfinden lassen.

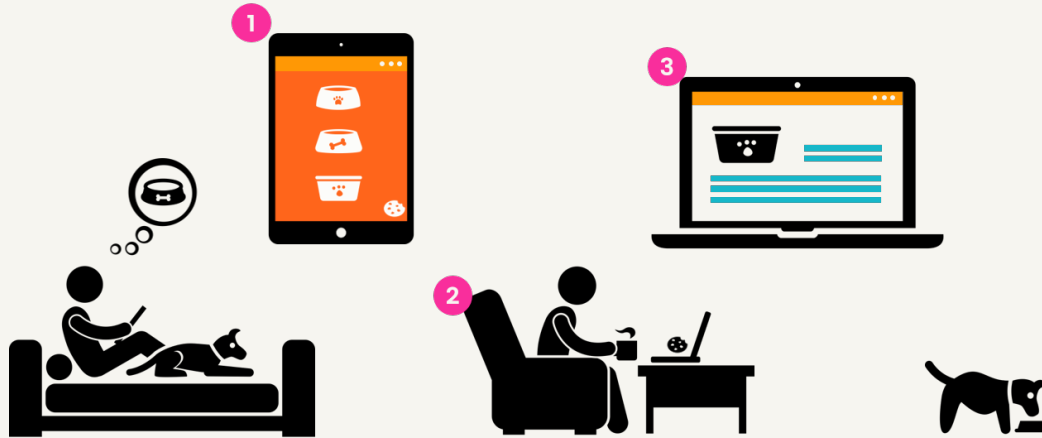


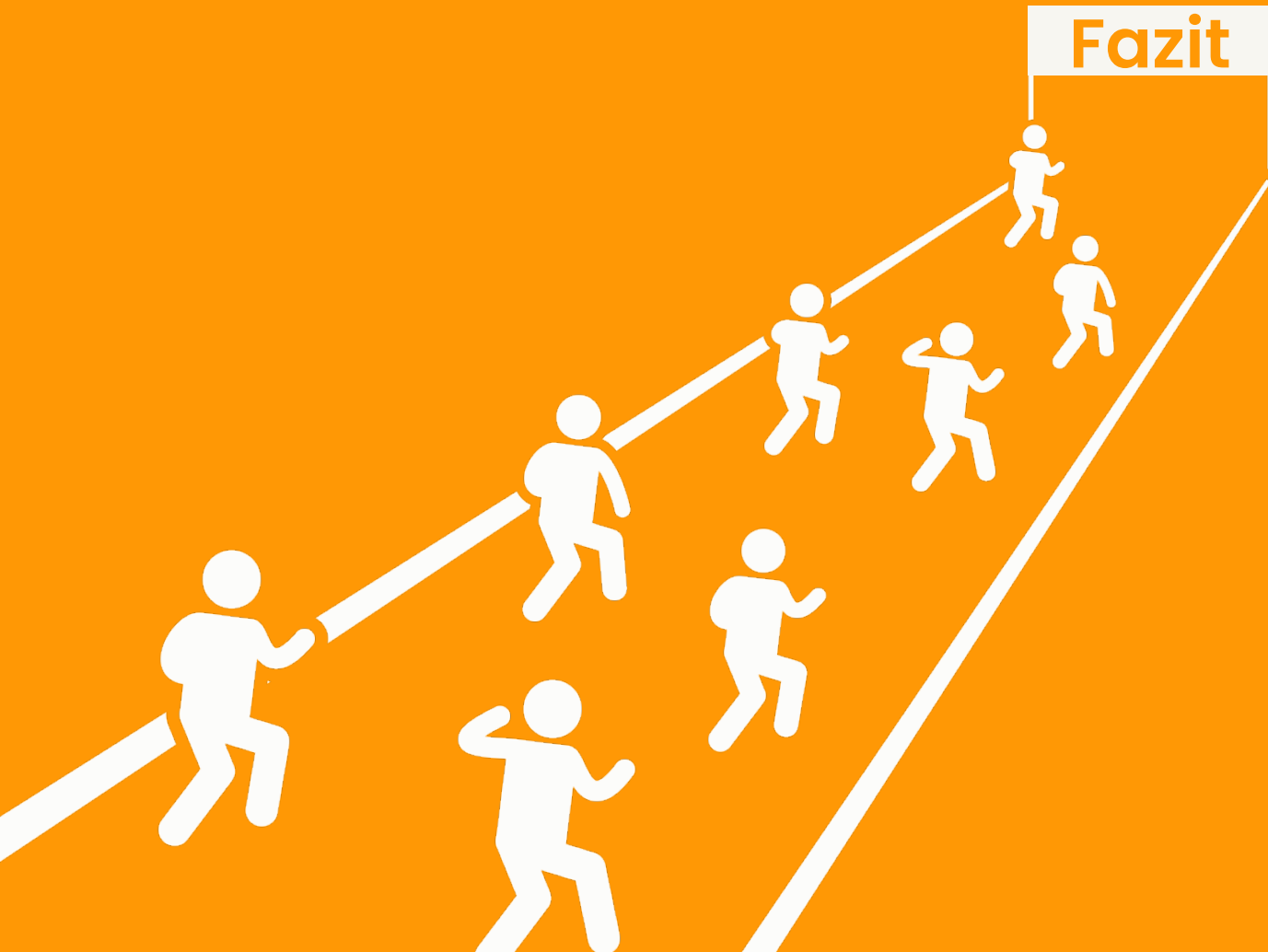
Die perfekte Suchanzeige:



Wie funktioniert Remarketing?

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





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.

Dürfen wir euer digitales Wachstum beschleunigen?

netspirits GmbH & Co. KG

Im Klapperhof 33

50670 Köln

T +49 (0)221 6400 570

netspirits.de

kontakt@netspirits.de

