



Modul #11

Google Traffic: So arbeiten Sie mit Google Adwords

Inhalt

Teil 1 Paid Traffic

Einleitung	3
Preiskampf – Nicht mit uns!	4
Den Produktwert erhöhen	4
Der Kundenwert	5
Die Kauf-Conversion	6
Die Traffic-Quelle	6
Die „großen“ Werbeformen.....	7

Teil 2 Account anlegen

Schritt 1: Google im Browser aufrufen.....	9
Schritt 2: G-Mail Konto eröffnen	9
Schritt 3: Benutzerangaben hinterlegen	10
Schritt 4: Capcha und AGB's	10
Schritt 5: Gmail Konto eröffnet	11
Schritt 6: Adwords Konto	11
Schritt 7: Adwords Login	12
Schritt 8: Zeitzone und Währung	12
Schritt 9: Adwords Konto erstellt	13

Teil 3 Kampagne erstellen

Schritt 1: Kampagne anlegen	14
Schritt 2: Grundeinstellungen	14
Schritt 3: manuelle Budget Einstellungen	15
Schritt 4: Preis- und Anzeigenanzahl.....	15
Schritt 5: Anzeigengruppe erstellen.....	16
Schritt 6: Keyword-Kategorien	16
Schritt 7: Kampagneninhalte.....	17
Schritt 8: Kampagnenübersicht.....	17
Schritt 9: Kampagne hinzufügen	18
Schritt 10: Auswertung.....	18

Teil 4 Traffic-Tips Adwords

Tip 1.....	19
Tip 2-4.....	20
Tip 5-7	21

Einleitung

Damit Ihre Geschäftsidee im Internet auch erfolgreich wird, braucht es neben Ihrem Produkt und automatisierten Verkaufssystem auch zielgruppen-gerechten Traffic.

Um an diesen Traffic zu kommen, brauch es mehr als kostenlose Mailtaucher Programme. Sie erhalten auf diese Weise zwar Traffic, doch handelt es sich hierbei nicht um den benötigten zielgruppen-gerechten Traffic, der Ihnen Umsätze verschafft. Die noch immer beste Art, um schnell an kaufinteressierte Besucher zu gelangen, ist Google Adwords.

Das gute an Google Adwords ist, dass Google Ihnen genau verrät, mit welchen Keywords Ihre Zielgruppe auf Ihre Internetseite gelangen kann.

Sie können Anhand Ihrer Projektüberschrift Keywordvorschläge von Google wählen und mit diesen erfolgreich Kunden für Ihr Projekt erreichen.

Sie können so eine Kampagne buchen, die Ihnen bezahlten, zielgruppen-gerechten Traffic bringt.

Damit Sie die für sich passende Kampagne bei Google anlegen können, begleiten wir Sie Schritt für Schritt durch diesen Prozess hindurch.

Zusätzlich verraten wir Ihnen weitere, effektive Traffic-Strategien, die Ihr Internet Business nach vorne bringen.

Teil 1 Paid Traffic

Preiskampf – Nicht mit uns!

Bevor wir uns den verschiedenen Möglichkeiten, Besucher auf Ihre Webseiten zu bringen widmen, habe ich noch einige Anmerkungen zum Thema „Preisfindung“ für Sie.

Wenn Sie den Preis Ihres Abos oder Einstiegsprodukts von 19 € auf 27 € erhöhen, machen Sie bei gleichen Kundenzahlen satte 42 % mehr Umsatz! Lassen Sie sich also auf KEINEN Fall auf einen Preiswettbewerb ein.

Machen Sie das genaue Gegenteil:

Erhöhen Sie Ihren Preis und erhöhen Sie gleichzeitig die Wertigkeit Ihres Produkts!

Denn es ist keineswegs so, dass Sie automatisch weniger verkaufen, wenn Sie den Preis erhöhen!

Grundsätzlich sollten Sie immer versuchen, einen Kundenkreis anzusprechen, der nicht unbedingt auf jeden einzelnen Cent schauen muss. Je lockerer das Geld sitzt, desto besser für Sie. Der Wert von Geld ist eine höchst subjektive Angelegenheit. Für einen Hartz-IV-Empfänger sind 50 € eine immense Investition, für einen erfolgreichen Unternehmer nicht einmal ein Taschengeld. Wenn Sie sich also Ihre Zielgruppe suchen, dann versuchen Sie eine zu finden, die bereitwillig viel Geld ausgeben kann und es auch tut.

Den Produktwert erhöhen

Anstatt den Produktpreis zu senken, sollten Sie IMMER lieber den Produktwert erhöhen!

Damit ist in erster Linie der subjektive Wert aus Sicht Ihres Käufers gemeint. Um diesen Wert zu erhöhen, sollten Sie vor allem eines sein: „Anders“ als die Anderen. Heben Sie sich von der Masse ab. Wenn alle Konkurrenten ein Ebook verkaufen, verkaufen Sie ein Abo mit Videoseminaren und ähnlichem. Allein, indem Sie Ihre Informationen in ein anderes Format bringen, erhöhen Sie damit auch den „Wert“ der Inhalte aus Sicht Ihrer Kunden.

Auch in Zeiten von „Geiz ist geil“ und Mercedes-Fahrern beim Aldi-Shopping ist der Zusammenhang „Teuer = Gut“ in den meisten Menschen fest verankert. Wenn Sie einen besonders hohen Preis für Ihr Produkt verlangen, werden Ihre Besucher zunächst einmal davon ausgehen, dass dieser Preis auch gerechtfertigt ist (das gilt natürlich besonders dann, wenn Sie schon viele Testimonials haben, also folglich viele andere Leute diesen hohen Preis bereits bezahlt haben).

Also: Verlangen Sie durchaus einen „substantiellen“ Preis – wenn es diesen Betrag inhaltlich wert ist und auch in der „Produktart“ widerspiegelt!

Nehmen wir nun noch den Produkt-Funnel und den stark gestiegenen Kunden-Wert hinzu, haben wir die Möglichkeit, in hochwertigen Traffic wirklich zu INVESTIEREN!

Der „Kundenwert“, also was wir im Schnitt pro Kunde verdienen, ist der Schlüssel zum Erfolg im Internet-Marketing. Wenn wir pro Kunde im Schnitt 150 Euro verdienen - warum nicht 10, 20, 30, 50 Euro pro Kunde bezahlen?!? Was macht lukratives Paid Traffic für Sie möglich?

Es gibt dabei drei entscheidende Baustellen:

Kundenwert

Kauf-Conversion

Die richtige Traffic-Quelle

Schauen wir uns diese Baustellen an.

Der Kundenwert

Wie schon gesagt: Wenn ich an einem Kunden nur 20 oder 27 oder auch 39 Euro verdiene, dann ist Paid Traffic schon rein rechnerisch sehr schwierig. Dies ist einer der wichtigsten Gründe, wieso wir uns in den vergangenen Modulen so ausführlich mit dem Thema Kundenwert beschäftigt haben.

Sie erinnern sich an unsere Rechenbeispiele?

27 Euro für das Front-End-Produkt alleine sind dünne. Nimmt man dazu aber 20 % der Käufer eines 200 Euro-Upsells, dann liegt der Kundenwert schon bei 67 Euro. Und je höher Sie den Kundenwert steigern, desto mehr Investitionsspielraum erhalten Sie.

Bei einem Kundenwert von 100 Euro und einer Kaufrate von einem Prozent würden Sie bei 50 Cent pro Klick 50 Euro ausgeben, um einen Wert von 100 Euro zu generieren.

Auf einmal sieht diese Rechnung also ganz anders aus und Sie machen Gewinn. Richtig Spaß macht es dann, wenn wir auch noch das zweite Thema anschauen.

Die Kauf-Conversion

Nehmen wir an, Sie steigern damit die Kauf-Conversion von einem auf zwei Prozent genügen Ihnen bereits 25 Euro Traffic-Kosten für einen 100 Euro-Umsatz. Noch besser wird die Rechnung, wenn wir uns das Dritte Thema anschauen.

Die Traffic-Quelle

Hier haben wir heute nicht mehr „nur“ Adwords zur Auswahl. Gerade im Augenblick entsteht mit Facebook ein starker Konkurrent. Nachdem Ihr Werbesystem nun aufgesetzt ist, gibt es nur noch eines, was Sie tun müssen, um Kunden zu werben:

Möglichst viele Leute auf Ihre Webseite bringen.

Heute werde ich Ihnen die derzeit besten Traffic-Techniken zeigen.

Konkret behandle ich Bezahl-Traffic mit Adwords und Facebook, sowie Xing.

Verschiedene Techniken des Partner-Traffics sowie Produkt-Launch-Techniken haben wir ja bereits besprochen.

Die „großen“ Werbeformen

Es gibt einige „große“ Werbeformen“, die wirklich Sinn machen und unzählige „kleine“. Zu den Großen zählen:

Paid-Traffic Google Adwords und zunehmend Facebook

Suchmaschinen-Optimierung

Das eigene Partnerprogramm

Adwords lässt sich gut nutzen, um schnell hochwertigen Traffic zu generieren. Gerade am Anfang ist Adwords deshalb eine gute Werbemöglichkeit. Auf Dauer sollten Sie aber zusätzlich kostenlosen Traffic generieren beziehungsweise Vertriebspartnertraffic, bei dem Sie nur für bereits generierte Umsätze zahlen.

Machen wir uns zunächst einmal eines klar:

So etwas wie „kostenlosen Traffic“ gibt es nicht. Sie investieren für Traffic entweder Geld oder Ihre Zeit (oder auch beides) Zudem haben viele kostenlose Techniken (wie beispielsweise SEO) die Eigenschaft, weder sehr schnell noch sehr effizient zu sein.

Deshalb plädiere ich für ein schnelles, klares und einfaches System:

Sie kaufen Traffic unter der Prämisse das Zwei- bis Vierfache der Traffic-Kosten an Umsatz wieder hereinzuholen. Vor einigen Jahren, vor dem so genannten „Google Slap“, war das die verbreitetste Technik im Internet-Marketing. Die Klickpreise bei Google Adwords stiegen, die Anforderungen von Google an Werbekampagne und Zielseite auch und es wurde immer schwieriger, mit dieser Technik Geld zu verdienen.

Warum?

Ganz einfach: Die meisten Marketer verkauften Produkte im Bereich von 25 bis 50 Euro.

Bei einer Kaufrate von einem Prozent käme man bei 25 Cent pro Klick +/-0 raus (wenn man keine sonstigen Kosten und Abgaben hätte...)

Um Gewinne zu machen, müsste der Klick-Preis aber eher bei 10 Cent oder darunter liegen - oder die Kaufrate deutlich über zwei Prozent. Beides war kaum zu erreichen und wurde im Verlauf der Zeit sogar immer schwieriger.

In den letzten Jahren hat sich deshalb viel in Richtung „kostenloser Traffic“ verlagert, gerade natürlich auch durch den immer größeren Anteil des „Social Webs“ am Internet-Traffic insgesamt.

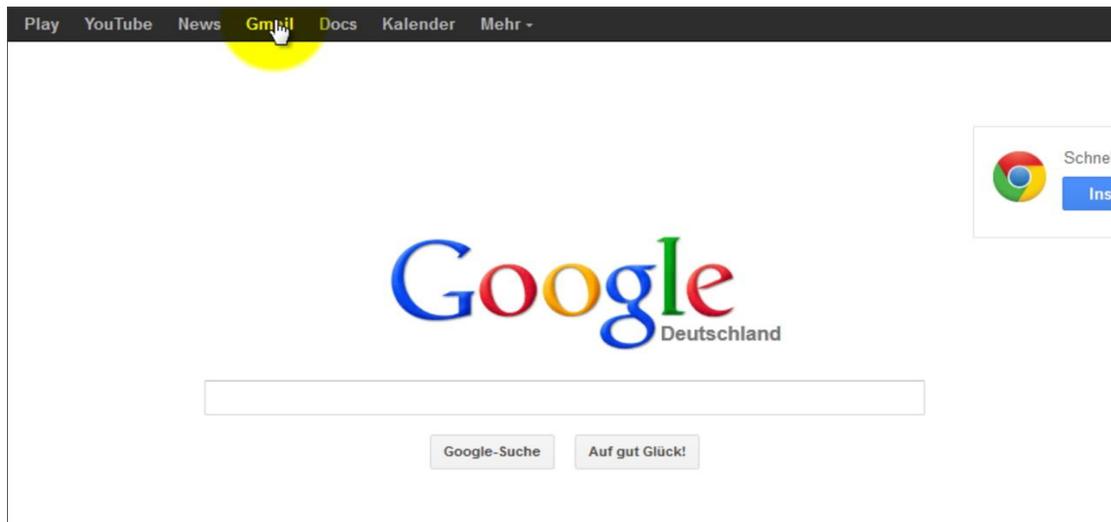
Aber: Strategien wie „baue erst einmal ein Blog auf, mit Dutzende hochwertigen Artikeln und Sorge für hunderte hochwertige Backlinks bevor du auch nur einen Cent verdienst“, sind leicht zum Scheitern verurteilt, weil der gewünschte Erfolg ausbleibt.

Deshalb plädiere ich ganz klar dafür, Adwords als Traffic-Quelle zu nutzen. Aber eben den Kundenwert über die Methoden, die wir besprochen haben, auf 100 Euro und mehr zu steigern. Dadurch haben wir auch wieder Investitionsspielraum. Bei 50 Cent pro Klick und einer Kaufrate von nur einem Prozent (geht beides besser) müssen wir pro Kauf dann 50 Euro investieren. Wenn wir pro Kunde 100 Euro verdienen, ist das doch ein perfekter Deal. Wir geben Google 50 Euro, die Kunden uns 100 Euro. Wir geben 500 Euro und erhalten 1.000 Euro. Wir geben 5.000 Euro und erhalten 10.000 Euro. Wir geben 50.000 Euro und erhalten 100.000 Euro. Usw...

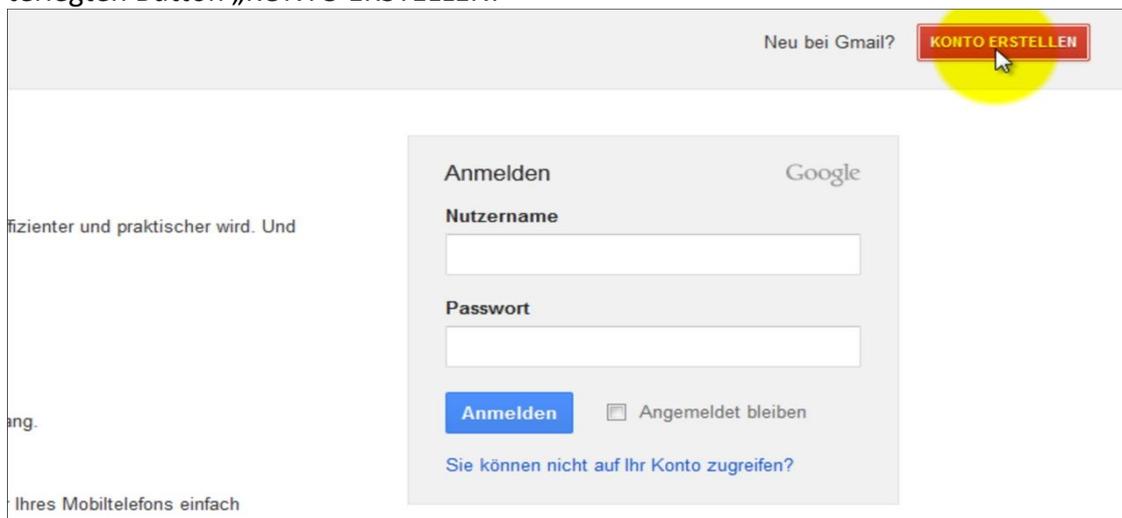
Teil 1 Account anlegen

Ihre Anmeldung bei Google Adwords

1.) Um ein Google Adwords Konto anzumelden, brauchen Sie zuvor ein Gmail Konto. Damit Sie dieses einrichten können rufen Sie in Ihrem Browser Google auf. Klicken Sie dann auf den Reiter Gmail.



2.) Google bietet Ihnen jetzt die Möglichkeit sich in Ihrem Google Konto einzuloggen. Da Sie noch kein Google Konto haben, legen Sie sich ein neues an. Klicken Sie dafür auf den rot hinterlegten Button „KONTO ERSTELLEN“.



3.) Google möchte von Ihnen, dass Sie einen Benutzernamen und Password hinterlegen. Zudem werden Ihr Geburtsdatum und Telefonnummer gebraucht. Geben Sie die Daten ein wie gefordert ein.

zusammenarbeiten, entdecken und erstellen, Google-Produkte wie Gmail, Google+ und YouTube nutzen und den eigenen Suchverlauf abrufen – alles mit nur einem Nutzernamen und Passwort, alles jederzeit gesichert und bequem über Google.de abrufbar!

Immer verfügbar
Mit einem Google-Konto können Sie von jedem Gerät aus auf alle Ihre Inhalte wie etwa Gmail, Fotos usw. zugreifen. Sie können anhand von aufgenommenen Fotos suchen oder eine Sprachsuche durchführen. Nutzen Sie die kostenlose detaillierte Routenführung, laden Sie Ihre Bilder automatisch hoch und kaufen Sie über Google Maps mit Ihrem Telefon ein. Die Angabe Ihrer Telefonnummer trägt zur Sicherheit Ihres Kontos bei. Sollten Sie beispielsweise Ihr Passwort vergessen, senden wir Ihnen eine SMS, damit Sie auf Ihr Konto zugreifen können.

Gezielt teilen
Teilen Sie auf Google+ gezielt die richtigen Dinge mit den richtigen Menschen. Starten Sie einen Video-Chat mit Freunden, schreiben Sie SMS an eine ganze Gruppe oder folgen Sie Beiträgen von Personen, die Sie interessant finden.

Nutzernamen wählen
paulkaster22 @gmail.com

Password erstellen
.....

Password bestätigen
.....

Geburtsdatum
20 Juni 1990

Geschlecht
Männlich

Mobiltelefon
+49

Aktuelle E-Mail-Adresse

Können Sie das lesen?
 Diese Bestätigung überspringen (in diesem Fall ist eventuell die telefonische Bestätigung obligatorisch)

Ich stimme den [Nutzungsbedingungen](#) von Google zu und habe die [Datenschutzerklärung](#) gelesen.

Google darf meine Kontoinformationen für personalisierte +1-Empfehlungen in Inhalten und Anzeigen auf Websites Dritter verwenden. [Über die Personalisierung](#)

Nächster Schritt

4.) Google macht eine Capcha Abfrage, damit Google weiß, dass Sie keine Maschine sind die automatisierte Eintragungen vornimmt. Die hier im Bild angezeigten Wörter werden bei Ihrer Registrierung andere sein. Bitte geben Sie die Wörter ein, die bei Ihrer Registrierung auf Ihrem Bildschirm erscheinen. Bestätigen Sie anschließend die AGB's und klicken auf „Nächster Schritt“.

Teilen Sie auf Google+ gezielt die richtigen Dinge mit den richtigen Menschen. Starten Sie einen Video-Chat mit Freunden, schreiben Sie SMS an eine ganze Gruppe oder folgen Sie Beiträgen von Personen, die Sie interessant finden.

In einer neuen Dimension arbeiten
Entdecken Sie die Möglichkeiten der Cloud: Sehen Sie in Echtzeit, wie Freunde oder Kollegen tausende Kilometer entfernt ein Foto mit Ihnen teilen, eine Tabelle aktualisieren oder ein Dokument editieren. Mit einem Google-Konto können Sie Google Docs kostenlos nutzen.

Können Sie das lesen?
 Diese Bestätigung überspringen (in diesem Fall ist eventuell die telefonische Bestätigung obligatorisch)

which maSoon

Geben Sie die beiden Wörter ein:
which maSoon

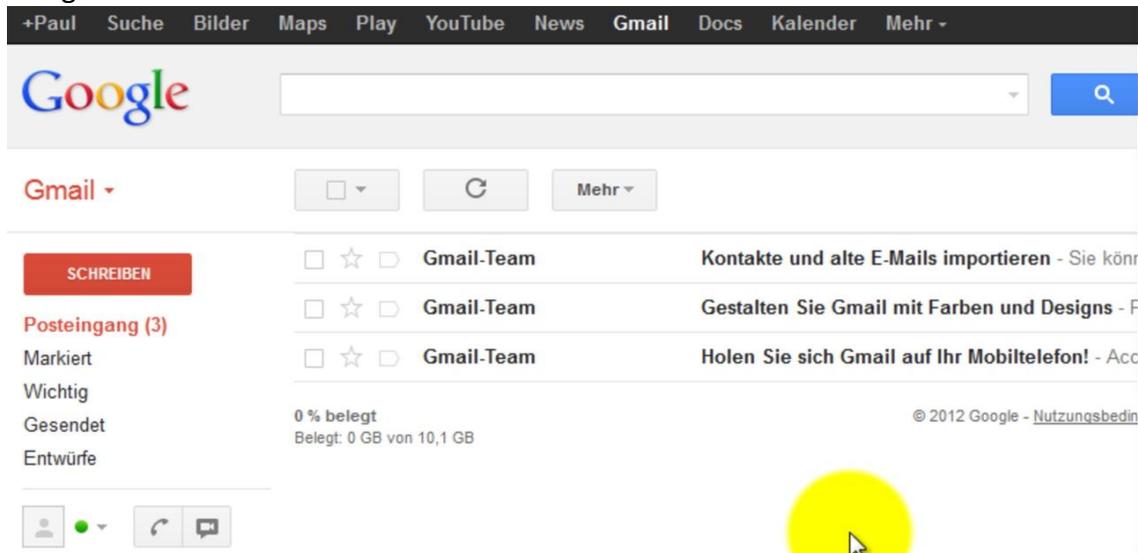
Standort
Deutschland

Ich stimme den [Nutzungsbedingungen](#) von Google zu und habe die [Datenschutzerklärung](#) gelesen.

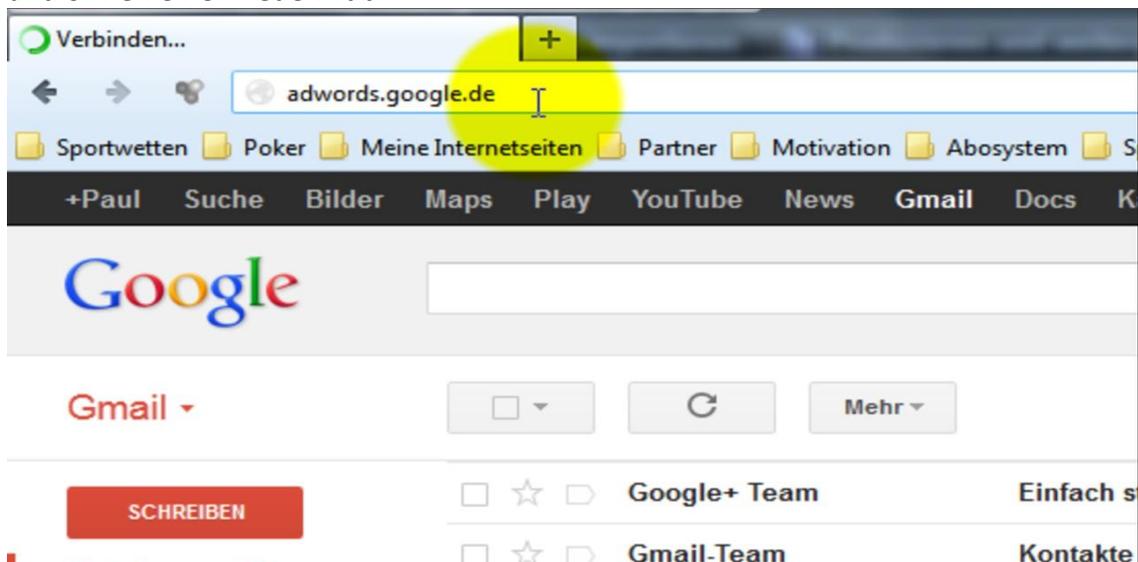
Google darf meine Kontoinformationen für personalisierte +1-Empfehlungen in Inhalten und Anzeigen auf Websites Dritter verwenden. [Über die Personalisierung](#)

Nächster Schritt

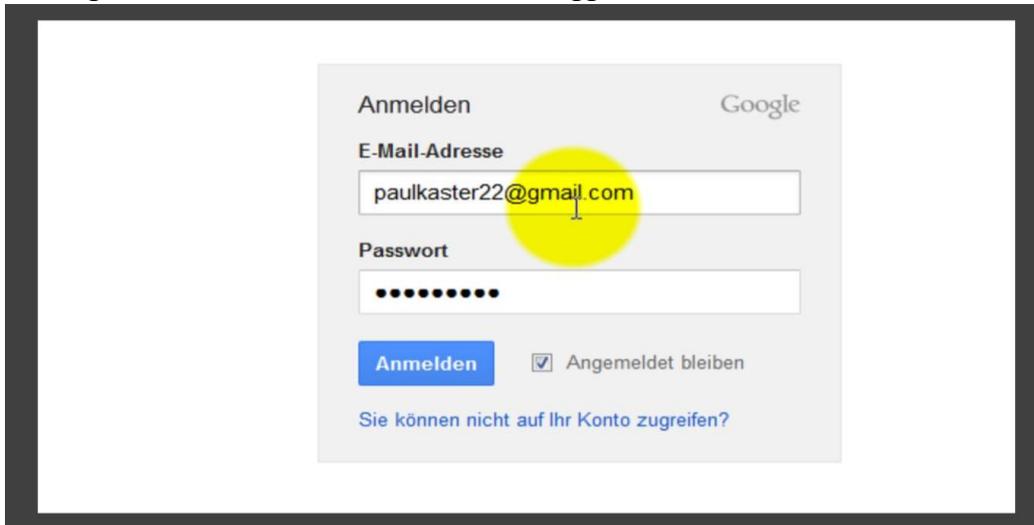
5.) Jetzt haben Sie ein Google Konto, welches Ihnen als Grundlage für die Anmeldung bei Google Adwords dient.



6.) Geben Sie jetzt wie unten Angezeigt www.adwords.google.de in Ihrer Browserzeile ein und öffnen einen neuen Tab.



7.) Sie gelangen jetzt zum Anmeldeformular bei dem Sie sich mit denen von Ihnen hinterlegten Login Daten Ihres Gmail-Accounts einloggen.



Anmelden Google

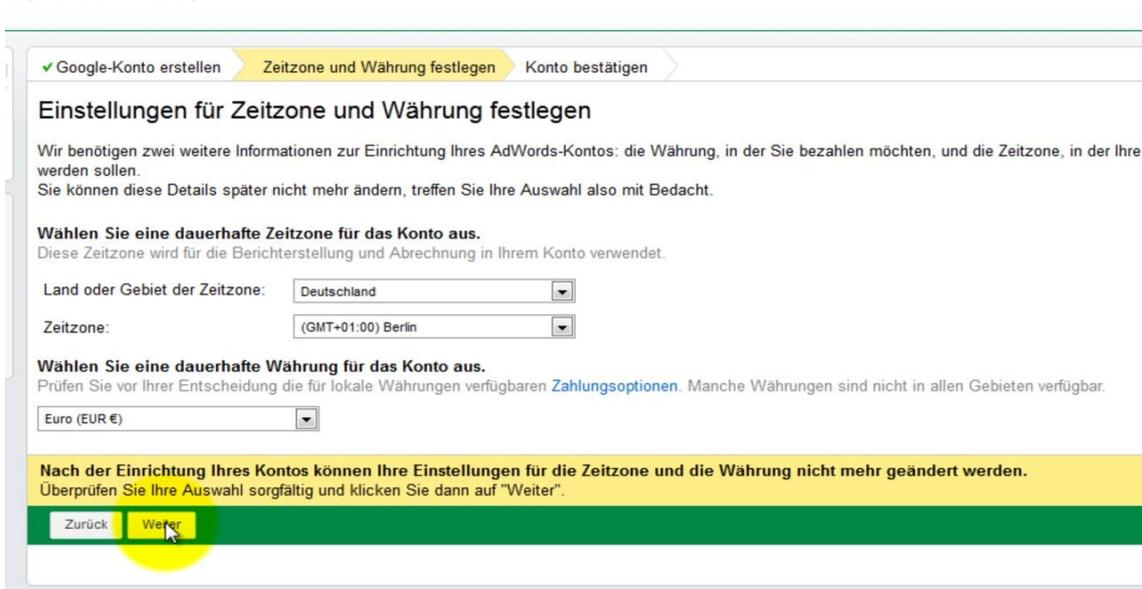
E-Mail-Adresse
paulkaster22@gmail.com

Passwort
●●●●●●●●

Anmelden Angemeldet bleiben

[Sie können nicht auf Ihr Konto zugreifen?](#)

8.) Geben Sie die geforderten Daten Land, Zeitzone und Währung ein. Klicken Sie anschließend auf weiter.



✓ Google-Konto erstellen **Zeitzone und Währung festlegen** Konto bestätigen

Einstellungen für Zeitzone und Währung festlegen

Wir benötigen zwei weitere Informationen zur Einrichtung Ihres AdWords-Kontos: die Währung, in der Sie bezahlen möchten, und die Zeitzone, in der Ihre Berichte erstellt werden sollen.
Sie können diese Details später nicht mehr ändern, treffen Sie Ihre Auswahl also mit Bedacht.

Wählen Sie eine dauerhafte Zeitzone für das Konto aus.
Diese Zeitzone wird für die Berichterstellung und Abrechnung in Ihrem Konto verwendet.

Land oder Gebiet der Zeitzone:

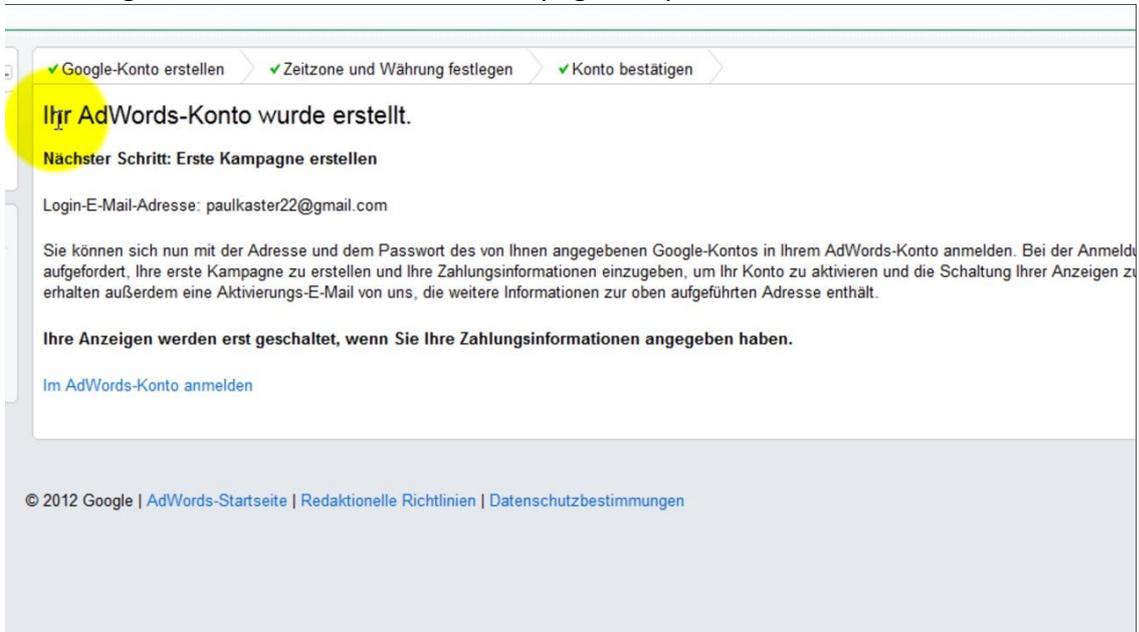
Zeitzone:

Wählen Sie eine dauerhafte Währung für das Konto aus.
Prüfen Sie vor Ihrer Entscheidung die für lokale Währungen verfügbaren [Zahlungsoptionen](#). Manche Währungen sind nicht in allen Gebieten verfügbar.

Nach der Einrichtung Ihres Kontos können Ihre Einstellungen für die Zeitzone und die Währung nicht mehr geändert werden.
Überprüfen Sie Ihre Auswahl sorgfältig und klicken Sie dann auf "Weiter".

Zurück Weiter

9.) Sie sind mit der Erstellung Ihres Adwords Konto fertig und können im nächsten Schritt damit beginnen, Ihre erste Adwords Kampagne zu planen und erstellen.



The screenshot shows a confirmation page for a newly created AdWords account. At the top, a progress bar indicates three steps: 'Google-Konto erstellen', 'Zeitzone und Währung festlegen', and 'Konto bestätigen', all marked with green checkmarks. The main heading reads 'Ihr AdWords-Konto wurde erstellt.' Below this, the next step is 'Nächster Schritt: Erste Kampagne erstellen'. The login email address is listed as 'paulkaster22@gmail.com'. A paragraph explains that the user can now log in with their Google account and create their first campaign, with payment information required for activation. A bold warning states: 'Ihre Anzeigen werden erst geschaltet, wenn Sie Ihre Zahlungsinformationen angegeben haben.' A blue link 'Im AdWords-Konto anmelden' is provided. The footer contains copyright information for 2012 Google and links to 'AdWords-Startseite', 'Redaktionelle Richtlinien', and 'Datenschutzbestimmungen'.

✓ Google-Konto erstellen ✓ Zeitzone und Währung festlegen ✓ Konto bestätigen

Ihr AdWords-Konto wurde erstellt.

Nächster Schritt: Erste Kampagne erstellen

Login-E-Mail-Adresse: paulkaster22@gmail.com

Sie können sich nun mit der Adresse und dem Passwort des von Ihnen angegebenen Google-Kontos in Ihrem AdWords-Konto anmelden. Bei der Anmeldung aufgefordert, Ihre erste Kampagne zu erstellen und Ihre Zahlungsinformationen einzugeben, um Ihr Konto zu aktivieren und die Schaltung Ihrer Anzeigen zu erhalten außerdem eine Aktivierungs-E-Mail von uns, die weitere Informationen zur oben aufgeführten Adresse enthält.

Ihre Anzeigen werden erst geschaltet, wenn Sie Ihre Zahlungsinformationen angegeben haben.

[Im AdWords-Konto anmelden](#)

© 2012 Google | [AdWords-Startseite](#) | [Redaktionelle Richtlinien](#) | [Datenschutzbestimmungen](#)

Teil 3 Kampagne mit Adwords erstellen

1.) Zum erstellen Ihrer Adwords Kampagne klicken Sie bitte auf Kampagne und anschließend auf Erste Kampagne erstellen.

2.) Sie kommen jetzt in den Bereich, in dem Sie die Grundeinstellungen für ihre Kampagne vornehmen können. Folgen Sie den einzelnen Schritten und wählen zu Beginn die empfohlenen Einstellungen von Google. Wenn Sie routinierter sind können Sie diese später immer noch neu personalisieren.

Statt Frustration & Kampf:
Freiheit & Reichtum!

3.) Wählen Sie im nächsten Schritt die manuelle Eingabe Ihres Budget, damit Sie die Kontrolle über Ihre Werbeausgaben haben.

Suche

Alle Online-Kampagnen
Keine passenden Kampagnen
Neue Kampagne

Werbenetzwerke

Wenn Sie verschiedene Werbenetzwerke auswählen möchten, bearbeiten Sie oben den Kampagnentyp oder erstellen Sie eine neue Kampagne.

Google Such-Werbenetzwerk
Such-Werbenetzwerk einbeziehen

Google Display-Netzwerk
In dieser Kampagne wird die flexible Reichweite verwendet. [Weitere Informationen](#)

Desktop-Computer und Notebooks, Mobiltelefone und Tablets

Geräte Alle verfügbaren Geräte (Für neue Werbetreibende empfohlen)
 Ich möchte selbst auswählen

Standorte

Standorte Welche Standorte möchten Sie für die Ausrichtung Ihrer Kampagne verwenden (oder ausschließen)?
 Alle Länder und Gebiete
 Vereinigte Staaten und Kanada
 Vereinigte Staaten
 Ich möchte selbst auswählen

Zielregionen	Reichweite	Alle entfernen
Deutschland - Land	81.400.000	Entfernen In der Nähe

Geben Sie einen Standort ein, der ausgeschlossen oder [Erweiterte Suche](#)
Zum Beispiel Land, Stadt, Region oder Postleitzahl

Gebote und Budget

Gebotsoption Einfache Optionen | [Erweiterte Optionen](#)
 Ich lege meine Gebote für Klicks manuell fest.
 AdWords legt meine Gebote fest, damit die Anzahl an Klicks innerhalb meines 30-Tages-Budgets maximiert wird.

[In der Hilfe suchen](#)

https://adwords.google.de/cm/CampaignMgmt?_c=8466469044&_u=7962637644#

4.) Legen Sie fest, wie hoch der maximale Preis pro Anzeige sein soll und wie oft Ihre Anzeige am Tag angezeigt werden soll. Gehen Sie anschließend auf Speichern und fortfahren.

Suche

Alle Online-Kampagnen
Keine passenden Kampagnen
Neue Kampagne

Zielregionen

Zielregionen	Reichweite	Alle entfernen
Deutschland - Land	81.400.000	Entfernen In der Nähe

Geben Sie einen Standort ein, der ausgeschlossen oder [Erweiterte Suche](#)
Zum Beispiel Land, Stadt, Region oder Postleitzahl

Gebote und Budget

Gebotsoption Einfache Optionen | [Erweiterte Optionen](#)
 Ich lege meine Gebote für Klicks manuell fest.
 Im nächsten Schritt werden die maximalen CPC-Gebote festgelegt.
 AdWords legt meine Gebote fest, damit die Anzahl an Klicks innerhalb meines 30-Tages-Budgets maximiert wird.

Standardgebot
Dieses Gebot gilt für die erste Anzeigengruppe in dieser Kampagne, die Sie im nächsten Schritt erstellen werden.

Budget pro Tag
Die tatsächlichen Tagesausgaben können variieren.

Anzeigenerweiterungen

Mithilfe dieser optionalen Funktion können Sie relevante Unternehmensinformationen in Ihre Anzeigen einschließen. [Einführende Informationen](#)

Standort Meine Anzeigen um Standorterweiterungen ergänzen
Google SiteLinks Meine Anzeigen mit Links zu Bereichen meiner Website erweitern
Anruf Meine Anzeigen um Telefonnummer ergänzen
Sozial Meine Anzeigen meiner Google+ Seite zuordnen, um ihre soziale Relevanz zu erhöhen

Die Berichterstattung erfolgt nicht in Echtzeit. In der letzten drei Stunden erhaltene Klicks und Impressionen sind hier möglicherweise noch nicht enthalten. Conversion Tracking-Berichte werden mit 24-stündiger Verzögerung erstellt. Zeitzone für alle Datums- und Uhrzeitangaben: (GMT+01:00) Berlin [Weitere Informationen](#)

© 2012 Google | [AdWords-Startseite](#) | [Redaktionelle Richtlinien](#) | [Datenschutzbestimmungen](#)

https://adwords.google.de/cm/CampaignMgmt?_c=8466469044&_u=7962637644#

5.) Nach dem Sie die ersten Kampagnen Einstellungen vorgenommen haben, geht es weiter mit dem Einrichten Ihrer Anzeigengruppe. Füllen Sie den mit Beispielen gefüllten Felder mit Ihren eigenen Projektdaten in der angegebenen Reihenfolge.

6.) Anhand der von Ihnen eingegebenen Projektüberschrift schlägt Google Ihnen geeignete Keyword-Kategorien vor, die erfolgsversprechend und passend für Ihrer Kampagne sind. Das erspart Ihnen eine lange Keywordrecherche. Klicken Sie bei den von Ihnen ausgewählten Kategorien auf hinzufügen und Speichern Ihre Einstellungen.

7.) Gehen Sie nun in den Bereich Keywords um Ihre eingestellten Keywords und Budgetlimit zu sehen. Dort erhalten Sie den Überblick über die Inhalte Ihrer Kampagne und können gegebenenfalls noch einmal etwas ändern.

Anzeige	Status	% ausgeliefert	Klicks	Imp.	CTR	Durchschn. CPC	Kosten	Durchschn. Pos.
Top Weine für wenig Geld Qualitätsweine zum Kennenlernen 6er Pack Probierpaket amazon.de	Aktiviert	0,00 %	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - alle gelöschten Anzeigen			0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - Alle Anzeigen außer den gelöschten			0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - Such-Werbenetzwerk			0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - Display-Netzwerk			0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - alle Konten			0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0

8.) Unter dem Reiter Anzeigen finden Sie die Aufstellung all Ihrer eingerichteten Kampagnen. In Ihrem Fall, sollten Sie Ihre soeben eingerichtete Kampagne sehen können.

Keyword	Status	Max. CPC	Klicks	Imp.	CTR	Durchschn. CPC	Kosten	Durchschn. Pos.
wein online shop	Aktiv	0,50 €	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
online weinhandel	Aktiv	0,50 €	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
weinhandel online	Aktiv	0,50 €	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
rotwein online bestellen	Aktiv	0,50 €	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
spanienweine online	Aktiv	0,50 €	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - Alle Keywords außer den gelöschten			0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - Such-Werbenetzwerk			0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - Display-Netzwerk			0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - alle Konten			0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0

9.) Jede weitere Kampagne finden Sie in diesem Bereich. Sie können Ihre Anzeigen-Kampagnen jederzeit ändern, pausieren oder neu gestalten.

Anzeige	Labels	Status	% ausgeliefert	Klicks	Impr.	CTR	Durchschn. CPC	Kosten	Durchschn. Pos.
Top Weine für wenig Geld	Qualitätsweine zum Kennenlernen 6er Pack Probierpaket amazon.de	Wird überprüft	0,00 %	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Top Weine kaufen	Qualitätsweine zum Kennenlernen 6er Pack Probierpaket amazon.de	Wird überprüft	0,00 %	0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - alle gelöschten Anzeigen				0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - Alle Anzeigen außer den gelöschten				0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - Such-Werbenetzwerk				0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - Display-Netzwerk				0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - alle Konten				0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0

10. Die anschließende Auswertung eines Kampagnen-Splittest sieht wie im folgenden Bild aus. Anhand der Ergebnisse können Sie die Entscheidungen zur Verbesserung Ihres Traffic treffen.

Anzeige	Kampagne	Anzeigengruppe	Labels	Status	% ausgeliefert	Klicks	Impr.	CTR	Durchschn. CPC	Kosten	Durchschn. Pos.
Top Weine für wenig Geld	Kampagne 1	Anzeigengruppe 1	--	Freigegeben - nicht jugendfrei	30,45 %	1	123	0,81 %	0,39 €	0,39 €	6,4
Top Weine kaufen	Kampagne 1	Anzeigengruppe 1	--	Freigegeben - nicht jugendfrei	69,55 %	2	281	0,71 %	0,26 €	0,51 €	5,6
Gesamt - alle gelöschten Anzeigen						0	0	0,00 %	0,00 €	0,00 €	0
Gesamt - Alle Anzeigen außer den gelöschten						3	404	0,74 %	0,30 €	0,90 €	5,8
Gesamt - Such-Werbenetzwerk						3	390	0,77 %	0,30 €	0,90 €	5,8

Statt Frustration & Kampf:
Freiheit & Reichtum!

Teil 4 / 7 Traffic-Tips Adwords

1. Quality Score (Qualitätsfaktor)

Nicht selten kann es passieren, dass eine AdWords Anzeige auf Platz 3 oder 4 mehr kostet als eine Anzeige auf Platz 1.

Grund: Der Qualitätsfaktor mit dem Google jede Anzeige bewertet. Eine Anzeige soll möglichst gut zu der Zielseite passen. Die Anzeige soll einfach gesagt halten, was sie verspricht. Je weniger die Anzeige zur Zielseite passt, desto teurer wird der Klickpreis oder die Anzeige wird gar nicht erst geschaltet. Wir möchten natürlich möglichst geringe Klickpreise und möglichst hohe Durchklickraten (CTR) erzielen. Deshalb sollten Anzeigen immer wieder durch Splitttests optimiert werden. Versuchen Sie folgende Splitttests:

1. Unterschiedliche Anzeigeüberschriften
2. Unterschiedliche Texte in Zeile 2 und 3
3. Zeile 2 und 3 vertauschen
4. Unterschiedliche Gebote für Klicks
5. Weniger relevante Keywords herausfiltern

Natürlich möchten wir eine möglichst hohe Reichweite mit unseren Keywords erreichen.

Deshalb sollten wir unsere Anzeigen auch für viele Keywords schalten. Keywords, die jedoch eher schlecht laufen, sollten über kurz oder lang aus der Kampagne entfernt werden. So werden bessere Durchklickraten erreicht.

Experimentieren Sie auch mit den Einstellungen für Keywords "Weitgehend passen", "Passende Wortgruppe" und "Genau passend". Mit den Einstellungen "Passende Wortgruppe" und "Genau passend" können Sie Anzeigen genauer auf Ihre Zielgruppe eingrenzen, verlieren jedoch an Reichweite. Was die beste Einstellung ist, ist von Ihrem Geschäft abhängig. Testen Sie einfach, welche Einstellungen sich am besten rentiert.

2. Landingpage

Google lässt seit geraumer Zeit keine Anzeigen mehr für Webseiten zu, die offensichtlich nur für AdWords erstellt worden sind. Ihre Webseite sollte daher über mehrere Unterseiten mit hochwertigen Inhalten verfügen. Auch sollten keine reinen Datensammlerseiten beworben werden. Der Suchende soll auf der Zielseite das vorfinden, was Sie in Ihrer Anzeige versprechen.

So können Sie dennoch Daten, beispielsweise E-Mailadressen, sammeln:

Erstellen, oder nehmen Sie eine vorhandene Seite mit hochwertigen, also für den Nutzer relevanten, Inhalten (Text oder Video). Fügen Sie einen Werbebanner in den Kopfbereich Ihrer Seite ein. Klickt der Nutzer auf diesen Werbebanner, soll er zur eigentlichen Datensammlerseite weitergeleitet werden. Die Datensammlerseite, wie auch die Anzeigenzielseite dürfen nicht von unterschiedlichen Domains stammen.

3. Video-Landingpages

Falls Sie Ihren Nutzern Videoinhalte auf Ihrer AdWords Zielseite anbieten wollen, bieten Sie Ihren Nutzern auch Textinhalte an. Der AdWords Crawler, der Ihre Seite nach Keywords durchsucht und damit den Qualitätsfaktor Ihrer Anzeige berechnet, kann mit Videoinhalten nur wenig anfangen. Fassen Sie Ihre Videos also am besten in einen kurzen Text zusammen.

Falls Sie Ihre Videos bei Youtube, Vimeo oder ähnlichen Videoplattformen hosten, verwenden Sie Ihre Keywords im Videotitel und in der Videobeschreibung. Vermeiden Sie aber zu häufige, also unnatürliche Keywordwiederholungen. Allgemein sollten 2-3 Hauptkeywords auch im Titel der Webseite und optimalerweise in Überschriften und Unterüberschriften vorkommen.

4. Unterschiedliche Landingpages

Erstellen Sie für ähnliche Keywords unterschiedliche Landingpages. So können Sie erreichen, dass Ihre Anzeigen noch besser bewertet werden was den Qualitätsfaktor angeht. Ein Online-Weinhandel könnte beispielsweise eine Landingpage für das Keyword "Weinhandel" und "Wein online Shop" anfertigen. Erstellen Sie für unterschiedliche Landingpages auch entsprechend jeweilige Anzeigen.

5. Starten Sie nicht mit einem zu kleinem CPC-Gebot

Setzen Sie das Gebot zum Anfang lieber etwas höher an. Ist Ihr CPC-Gebot am Anfang zu gering, werden Ihre Anzeigen möglicherweise viel zu weit hinten angezeigt. Entsprechend ist dann auch Ihre CTR. Ihre Anzeigen werden von Google dann als wenig relevant angesehen. Starten Sie stattdessen lieber mit einem höheren CPC-Gebot und passen Sie es im Laufe Ihrer Kampagne an.

6. Geben Sie Ihren Änderungen etwas Zeit

Egal, ob Sie Splittests einstellen, Keywords ausprobieren, oder bspw. CPC-Gebote einstellen: Warten Sie ein paar Tage ab, wie sich Ihre Einstellungen entwickeln, bevor Sie Ihre Anzeigen erneut ändern. Speziell bei Splittests, sollten Sie ca. 100 Klicks pro Anzeige abwarten und erst dann Werte wie CPC und CTR checken.

7. Content-Netzwerk

Wenn Ihnen die normale Werbung mit Textanzeigen dort zu kompliziert ist, können Sie über das „Content Netzwerk“ auch ganz normale Bannerwerbung schalten. Sie zahlen dann allerdings nicht pro Klick, sondern pro Einblendung. Deshalb sollten Sie darauf achten, dass Ihr Banner möglichst effektiv ist und oft geklickt wird. Wählen Sie ein großes Banner-Format wie 720*90 und suchen ganz gezielt Webseiten für Ihre Werbung aus, bei denen das Banner ganz oben auf der Seite positioniert ist.

Wenn Sie schnell, einfach und kostenlose eigene Banner erstellen wollen, dann schauen Sie sich mal <http://www.bannerfans.com> an. Sie können sogar so weit gehen, das Design Ihres Banner an die jeweilige Zielseite anzupassen. Setzen Sie eine Kampagne auf und checken Sie regelmäßig Ihre Ergebnisse. Versuchen Sie im Schnitt nicht mehr als 10 bis 20 Cent pro Klick zu bezahlen, dann sind Sie auf der sicheren Seite!