



# Vorgehen bei Google Adwords Kampagnen

## 1 Projektablauf

### 1.1 Evaluierung Keywords

Zuerst müssen die gewünschten Keywords definiert werden, welche über Google Adwords beworben werden sollen. Diese Liste liefert üblicherweise der Kunde, wir sind bei dieser Aufgabe aber auch gerne behilflich.

Es ist auch möglich sogenannte „ausschliessende Keywords“ zu definieren. Diese bestimmen welche Suchbegriffe garantiert keine Anzeige auslösen. Je nach Kampagnen-Konfiguration kann es Sinn machen, auch bei den ausschliessenden Begriffen eine Liste zusammen zu stellen. Vielfach wird man auf weitere Begriffe aufmerksam sobald die Kampagne läuft.

### 1.2 Überprüfung Keywords

Wenn wir die Keyword-Liste vom Kunden erhalten haben, überprüfen wir diese nach folgenden Kriterien:

- Volumen (wird überhaupt danach gesucht, wenn ja wieviel?)
- Konkurrenz (wie stark wird das Keyword schon beworben?)
- Potential (wie entwickelt sich das Suchvolumen des Keywords?)
- Alternativen (gibt es ähnliche Keywords welche besser performen?)

Aufgrund dieser Informationen optimieren wir die Keyword-Liste. Weniger gute Keywords lassen wir weg oder fügen bessere Alternativen hinzu.

### 1.3 Festlegen allgemeiner Einstellungen

Bei einer Google Adwords Kampagne gibt es diverse Einstellungen, um das Kundensegment einzugrenzen. Folgende Einstellungen müssen definiert werden:

- Budget (pro Tag in CHF)
- Laufzeit der Kampagne
- Sprache
- Standort (Land, Kanton, Umgebung oder Kombinationen)
- Zeitplan (Wochentage, Uhrzeiten)
- Geräte (Desktop, Tablet, Mobile)

Gerne beraten wir Sie, um die optimale Konfiguration für Ihre Kampagne zu erreichen.



neuwerk interactive  
Rosenbergstrasse 51  
CH-9000 St.Gallen

E: info@neuwerk.ch  
T: +41 (0)71 846 65 00  
F: +41 (0)71 227 40 41

## 1.4 Unterteilung in Anzeigegruppen

In diesem Schritt ist das Ziel die Keyword-Liste in Gruppen von ähnlichen Keywords zu unterteilen. So können später Anzeigen generiert werden, welche für mehrere Keywords gültig sind. Zudem ist es möglich, spezifische Konfigurationen nur auf eine Anzeigegruppe anzuwenden.

## 1.5 Bestimmung der Landingpages

Für jedes Keyword muss klar sein, wohin der Suchende weitergeführt wird sobald er auf die Adwords-Anzeige klickt. Hier spricht man von einer sogenannten Landingpage. Diese sollten gut ausgewählt sein. Es ist wichtig dass, der Suchende auch die Informationen auf der Landingpage findet welche er erwartet. Zudem beurteilt Google die Landingpage auch mittels Qualitätswert. Dieser ist höher, je besser die Landingpage auf das Keyword abgestimmt ist.

## 1.6 Erstellung von Anzeigen

Einer der wichtigsten Schritte ist die Erstellung der Anzeigen. Folgende Textfelder sind verfügbar:

- **Anzeigetitel 1** (max. 30 Zeichen)  
*z.B.: Laufschuhe für Damen*
- **Anzeigetitel 2** (max. 30 Zeichen)  
*z.B.: online entdecken*
- **Beschreibung** (max. 80 Zeichen)  
*z.B.: Sneaker von Top-Marken entdecken: Versandkosten 0€ -Gleich bestellen!*
- **URL-Pfad 1** (max. 15 Zeichen)  
*z.B.: Sneaker*
- **URL-Pfad 2** (max. 15 Zeichen)  
*nicht sichtbar in dieser Anzeige (wäre rechts neben URL Pfad 1)*

**Laufschuhe für Damen online entdecken | Zalando - Zalando.ch**  
[Anzeige](#) [www.zalando.ch/Sneaker](http://www.zalando.ch/Sneaker) ▼  
4.8 ★★★★★ Bewertung für zalando.ch  
Sneaker von Top-Marken entdecken: Versandkosten 0€ -Gleich bestellen!  
Gratis Hotline 0800400450 · Sichere Zahlungsoptionen · Schnelle Lieferzeiten  
[Accessoires](#) · [Hoodies](#) · [Shirts](#) · [New In Fashion](#) · [Jogginghosen](#) · [Anorak](#)

Die restlichen Texte auf der Anzeige sind Anzeigeerweiterungen, dazu mehr im nächsten Abschnitt.

Anzeigen sollten kurz und prägnant die nötigen Informationen darstellen und zum Klick animieren. Im Optimal-Fall werden pro Anzeigegruppe drei Anzeigen generiert, damit später die beste Anzeige evaluiert werden kann. Die Anzeigen können vom Kunden erstellt oder auf Wunsch von uns generiert werden.



neuwerk interactive  
Rosenbergstrasse 51  
CH-9000 St.Gallen

E: [info@neuwerk.ch](mailto:info@neuwerk.ch)  
T: +41 (0)71 846 65 00  
F: +41 (0)71 227 40 41

## 1.7 Konfiguration von Anzeigenerweiterungen

Wir empfehlen die Verwendung folgender Anzeigenerweiterungen:

- Sitelink-Erweiterung (Direktlinks auf die Webseite)
- Erweiterung mit Zusatzinformationen (Stichwörter)
- Anruferweiterung (Telefonnummer)
- Standorterweiterung (Adresse)

Es gibt noch mehr Typen von Anzeigenerweiterungen aber diese erfordern ganz spezifische Voraussetzungen und machen nur in Ausnahmefällen Sinn.

Auch hier machen wir gerne Vorschläge, falls der Kunde die Erweiterungen nicht selbst erstellen möchte.

## 1.8 Erfassung/Konfiguration der Kampagne

Dieser Schritt umfasst die Konfiguration aller Einstellungen in Google Adwords sowie die Erfassung der Keywords, Anzeigen, Anzeigenerweiterungen, usw.

## 1.9 Kontrolle

Eine Adwords Kampagne ist ein stetiger Prozess, die Parameter können sich dauernd ändern und so auch die Ausgangslage. Eine regelmässige Überprüfung der Kampagne ist deshalb sehr empfehlenswert.