



Whitepaper Adwords

## Die perfekte AdWords-Anzeige: Diese Basics sollten Sie unbedingt beachten

Wenn Sie ein Unternehmen gründen, stehen Sie zunächst einmal ganz am Anfang. Der Eintritt in die oberen Suchergebnisse mit hart umkämpften Keywords gestaltet sich relativ schwierig, wenn die Konkurrenz groß ist oder schon länger im Markt agiert. Um die Bekanntheit Ihrer Webseite rasch zu erhöhen, sind AdWords Anzeigen eine gute Maßnahme.

Anzeigen werden in den Suchergebnissen weit oben angezeigt und generieren dadurch eine höhere Click Through Rate (CTR). Außerdem beeinflusst der höhere Traffic auf Ihrer Webseite letztendlich auch Ihre allgemeine Position in den Rankings. Die Werbeanzeigen bieten durch Expanded Text Ads mittlerweile mehr Platz als früher:

- Titel: max. 30 Zeichen
- URL: max. 15 Zeichen
- Textfeld: max. 80 Zeichen

Diese Zeichenanzahl sollten Sie so weit es geht auch ausnutzen. Aber was gehört alles in eine gute Adwords Anzeige? Wir haben für Sie eine Liste mit allen relevanten Hilfsmitteln, durch die Sie das Potenzial Ihrer Anzeigen voll ausschöpfen können.

### 1 Interessantere Titel – Call to Action

Damit potentielle Kunden Ihre Anzeige klicken, sollten Sie Ihnen sagen, welchen Nutzen es Ihnen bringt. Der Titel sollte außerdem genau Ihre Zielgruppe zum Klicken animieren, die auch wirklich am Kauf Ihrer Angebote interessiert ist. Eindeutige Handlungsaufforderungen wie zum Beispiel „Jetzt bestellen“ oder „Hier buchen“ zeigen den Nutzern ohne Umschweife, was Sie auf Ihrer Webseite vorfinden.

Wenn Ihre Webseite für mobile Endgeräte ausgerichtet ist, können Sie die Call to Action auch entsprechend dem mobilen Nutzer anpassen, beispielsweise „Rufen Sie jetzt an“ oder „Buchen Sie ganz einfach über Ihr Smartphone“.

„Außerdem beeinflusst der höhere Traffic auf Ihrer Webseite letztendlich auch Ihre allgemeine Position in den Rankings.“

## 2 Keyword-Recherche für Ihre Zielgruppe

Um eine hohe Anzeigenrelevanz bei AdWords zu erreichen, sollten sie ihr wichtigstes Keyword im Titel verwenden. Allgemein werden Anzeigen mit Begriffen, nach denen der Nutzer gesucht hat, öfter geklickt, da sie den Suchenden relevanter erscheinen. Auch die URL in der Anzeige bietet noch eine zusätzliche Option, um Keywords zu platzieren.

Damit Sie genau Ihre Zielgruppe ansprechen, sollten Sie sich im Voraus überlegen, welche Suchbegriffe diese verwenden würden. Regionale Nutzer suchen beispielsweise meistens nach Dienstleistern in ihrer Umgebung und fügen deshalb Städtenamen hinzu.

Welche sind die wichtigsten Keywords, und welche werden von der Konkurrenz verwendet? Je stärker ein Keyword umkämpft ist, desto teurer wird für Sie der Klick. Erschließen Sie deshalb auch Schlüsselbegriffe, die nicht jedem sofort einfallen.

## 3 Das Budget sinnvoll nutzen

Viel hilft viel – das stimmt nur zum Teil. Sie sollten mit einem kleinen Grundbudget starten, um zu sehen, welche Keywords und Anzeigengruppen am besten performen. Nach dem Testen können Sie die schlechten aussortieren und sich mit einem erhöhten Budget auf die optimalen Schlüsselbegriffe konzentrieren. Auf diese Weise vergeuden Sie kein Geld für nur mäßig laufende Anzeigen.

## 4 Die richtige Landingpage

Die beste Zielseite bei AdWords Anzeigen ist nicht immer die Startseite. Google prüft, ob die URL auch zu passendem Content führt, der zu den Keywords der Anzeige passt. Daher sollten Sie eine Unterseite auswählen, die das Thema Ihrer Anzeige bestmöglich weiterführt. Außerdem ist es für den Besucher angenehmer, wenn er auf Ihrer Webseite nicht erst nach den versprochenen Inhalten suchen muss.

## 5 Erweiterungen für mehr Content

Sie können Ihre AdWords Anzeige auch durch Erweiterungen mit zusätzlichen Inhalten versehen, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Besonders nützlich sind das Einbinden des Standorts, der Telefonnummer und Kundenbewertungen in Form von Sternen. Der Standort verknüpft Sie mit der lokalen Zielgruppe und die Telefondaten erlauben einen direkten Kontakt. Die Bewertung erhöht das Vertrauen in Ihre Reputation und damit die Klickrate.

Optional gibt es auch noch zusätzliche Erweiterungen, die Sie bei Bedarf berücksichtigen können: Beispielsweise können Sitelinks eingebettet werden, über die mehrere URLs zu verschiedenen Unterseiten führen. Oder aber Sie bieten einen direkten Link zum App Store an, wo der Nutzer Ihre App mit nur einem Klick finden und herunterladen kann.



„Der Eintritt in die oberen Suchergebnisse mit hart umkämpften Keywords gestaltet sich relativ schwierig, wenn die Konkurrenz groß ist oder schon länger im Markt agiert.“

## 6 AB-Testing

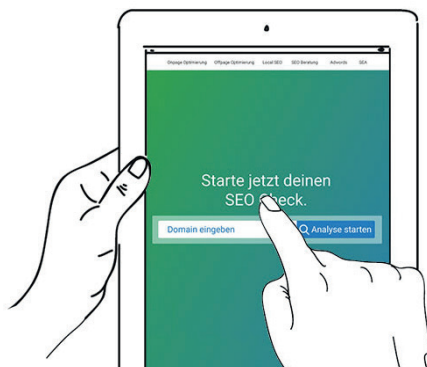
Es ist empfehlenswert, für eine Anzeige nicht nur einen Text zu schreiben, sondern gleich zwei oder drei Varianten. Oft sind es nur kleine Unterschiede in der Formulierung, die bares Geld sparen können. Die anderen Texte werden daher nur ganz leicht abgeändert, um den Einfluss der einzelnen Elemente besser einschätzen zu können. Testen Sie anschließend, welche Version am besten performt.

## 7 Das Conversion-Tracking

Um beurteilen zu können, wie gut Ihre Anzeigen wirklich funktionieren, müssen Sie wissen, wie viele Anfragen generiert werden. Andernfalls ist Ihre Anzeige ein Schuss ins Blaue. Das sogenannte „Conversion-Tracking“ ist ein kostenloses Tool, das sich hierfür ideal eignet. Es misst, was nach dem Klick auf Ihre Anzeige passiert. Zum Beispiel werden Aktionen wie ein Produktkauf, ein Anruf bei Ihrem Unternehmen, eine Anmeldung zum Newsletter oder ein Appdownload registriert. So können Sie auswerten, was die Anzeige letztendlich Ihrem Unternehmen bringt.

### AdWords bietet kreativen Spielraum

Das waren die wichtigsten Tipps für gelungenes Webdesign – nun folgt das genaue Gestalten Ihrer Webseite. Die Entscheidung, eine Webseite minimalistisch oder eher ausladend zu gestalten, welche Schriftgröße gewählt wird und wie wichtig die sichtbare Navigation ist, bestimmt die Zielgruppe. Denn gutes Webdesign ist zugleich ein zielgruppenorientiertes Design. Welche Menschen besuchen Ihre Webseite? Werden deren Erwartungen an die Webseite erfüllt? Mit diesen Überlegungen im Hinterkopf werden Sie ein gutes Design erkennen und erfolgreich umsetzen können.



Ein Whitepaper der Agentur Anmut

Adwords-Anzeigen können Ihre  
Bekanntheit rasch erhöhen

Gerne beraten wir Sie telefonisch unter ☎ 07 11 / 219 55 150  
oder per E-Mail an ✉ [info@agentur-anmut.de](mailto:info@agentur-anmut.de)