

SICHTBARKEIT & REICHWEITE

Google Ads

0

Google Ads Einführung

Kennst du jemanden, der Menschen hilft, indem er täglich mehrere Millionen Fragen beantwortet? Nein? Wir schon!

Es ist zwar keine Person, sondern eine Suchmaschine und hilft nicht nicht nur "Millionen" sondern 3 "Milliarden" Menschen jeden Tag. Wir reden über unseren allseits behilflichen Freund, "Google". Erfahre **wie du Google als Werbeplattform nutzen kannst, um dir die Milliarden von täglichen Suchanfragen zu Nutze zu machen.**

1

Google Ads Über Google

Google Ads

Über Google



Quelle: https://assets.ad-magazin.de/photos/62875129787665ada5f7ec58/master/w_1600%2Cc_limit/Google%2520Bay%2520View%25202022-02%2520BIG%2520THA%25200228.jpeg

- Gegründet im September 1998
- 182 000 Mitarbeiter (2024)
- Gehört zu Alphabet
- Durchsucht und indexiert Milliarden von Webseiten
- Bietet neben der Suchmaschine noch viele weitere Produkte an
- Darunter Gmail, YouTube, Google Drive, etc.

Google Ads

Über Google



Quelle: https://i.computer-bild.de/imgs/1/3/9/9/0/9/7/3/1google-ac56b5152d99e12e.png?impolicy=full_content

- 2022 ca. \$279,8 Mrd. Umsatz
- Davon ca. \$60.0 Mrd. Gewinn
- Über 95% der Deutschen nutzen Google als ihre primäre Suchmaschine

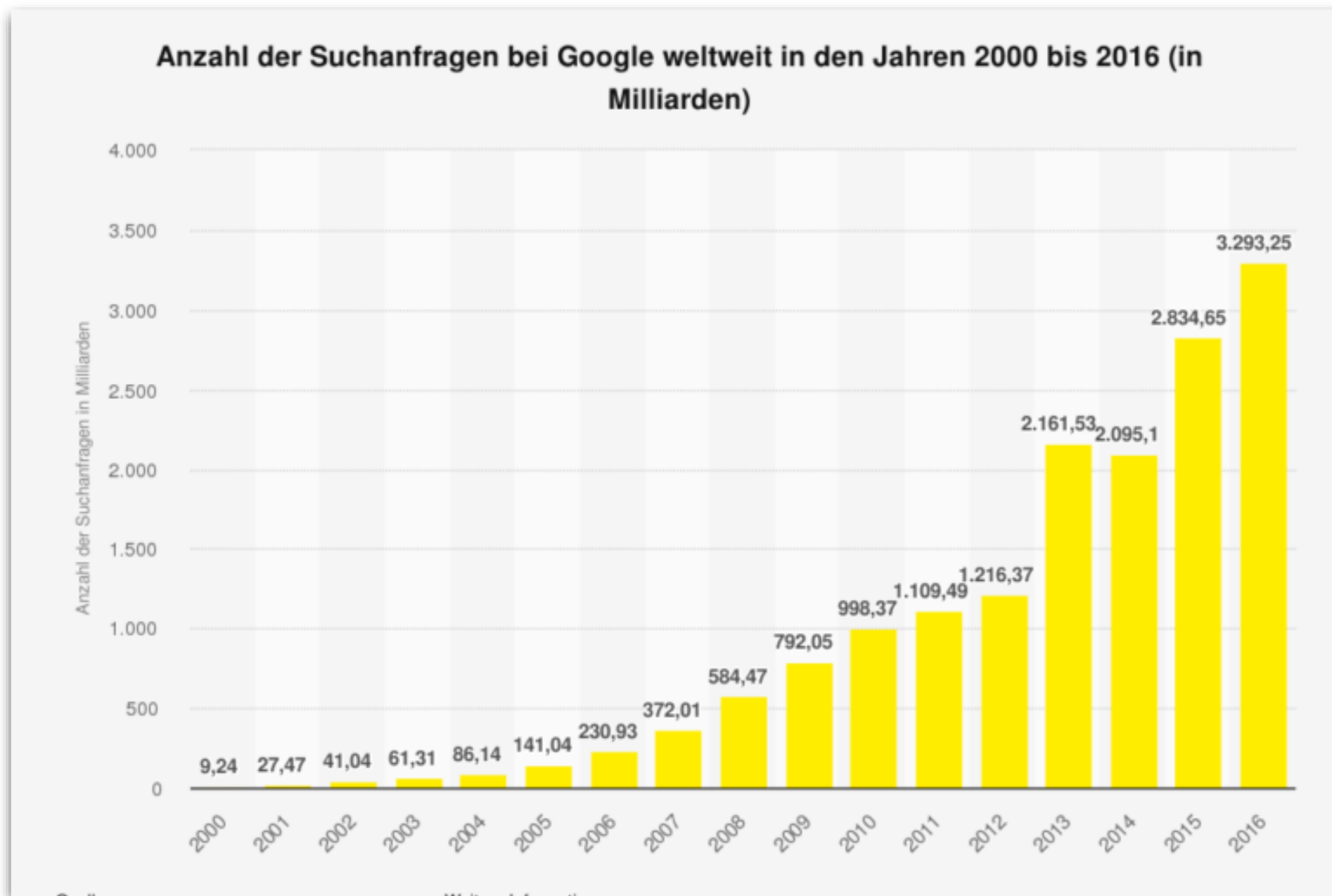
2

Google Ads

Reichweite und Zielgruppe

Google Ads

Reichweite und Zielgruppe



Quelle: https://www.moccabirds.com/wp-content/uploads/2020/05/statistic_id71769_anzahl-der-suchanfragen-bei-google-weltweit-bis-2016-768x571.png

- Anzahl Suchanfragen jährlich
- 2016 gab es 3293,6 Mrd. Suchanfragen auf Google
- Das entspricht etwa 99k Suchen pro Sekunde
- oder 8,5 Mrd. pro Tag

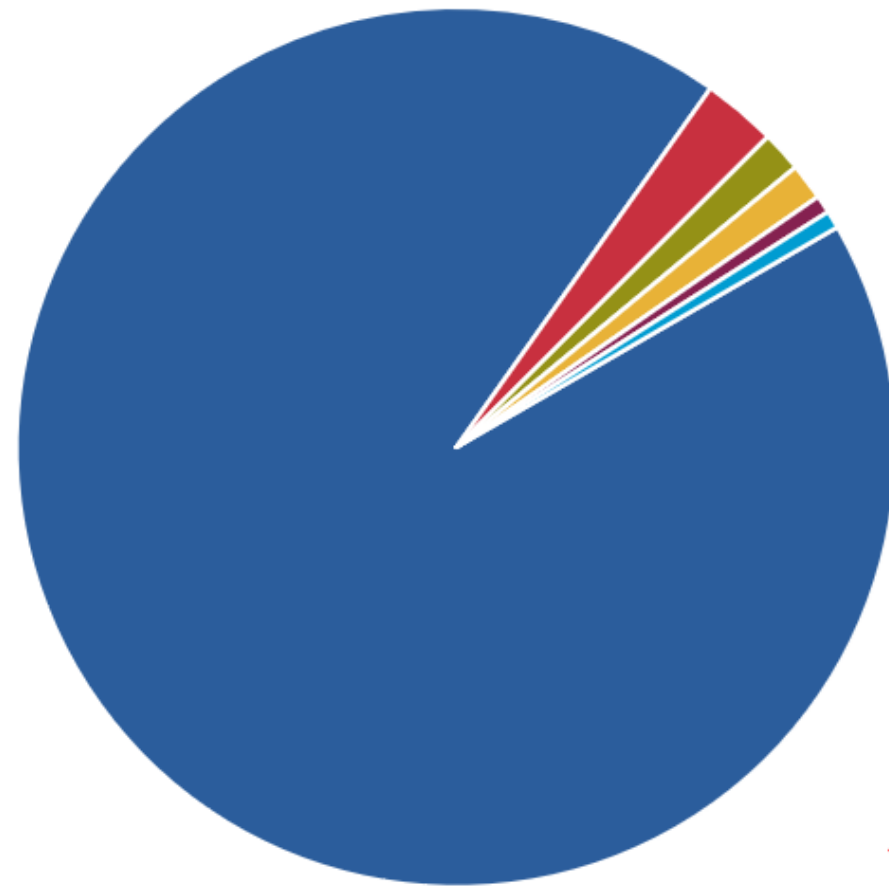
Google Ads

Reichweite und Zielgruppe

SUCHMASCHINEN-MARKTANTEILE

weltweit

■ Google	93,14%
■ Bing	2,72%
■ Yahoo!	1,49%
■ Baidu	1,35%
■ Yandex	0,66%
■ DuckDuckGo	0,65%



luna-park GmbH ©2021
Datenquelle: Statcounter.com 02.2021
Abdruck nach Genehmigung

- 99k Suchen pro Sekunde
- Entspricht ca 8,5 Mrd. pro Tag
- Marktanteil von 93,14%
- Im Vergleich: Die 5 anderen größten Suchmaschinen haben zusammen einen Marktanteil von gerade einmal 6,84%.

Google Ads

Reichweite und Zielgruppe



- 2020 hatte Google über 5 Milliarden Nutzer weltweit
- 80% der Suchanfragen auf Desktop Geräten und 96% der Mobile Suchanfragen finden über Google statt

Quelle: https://cdn.zeebiz.com/sites/default/files/styles/zeebiz_850x478/public/2020/06/27/122815-google-reuters.jpg?itok=nRZJRcPh&c=c5af8c0f92ccc8e249257bf0f1cb18e8

3

Google Ads

Was sind Google Ads

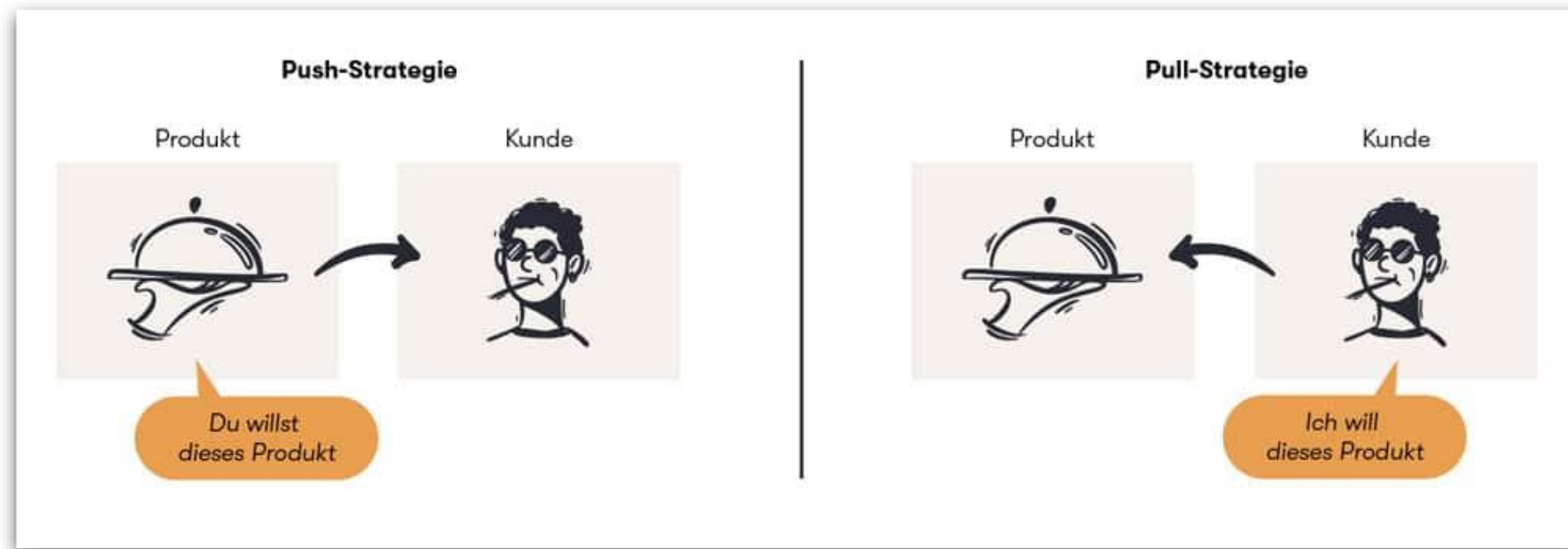
Google Ads

Was sind Google Ads

- Google Ads sind kostenpflichtige Werbeanzeigen
- Google Ads werden auf verschiedenen Plattformen und Websites geschaltet, wie z.B.
 - Google-Suchergebnisseiten
 - Google Display Netzwerk
 - YouTube
 - Google Partnerseiten
 - usw.

Google Ads

Was sind Google Ads



Quelle: <https://www.epoq.de//content/uploads/2022/03/push-und-pull-marketing-unterschied-epoq.jpg>

- Bei der Push Strategie muss dem Kunden klar gemacht werden, dass er das Produkt braucht
- Beim Pull-Marketing sucht der Kunde nach einem Produkt, man muss also "nur" auffindbar sein und den Kunden überzeugen können

Google Ads

Was sind Google Ads

- Google Ads werden dem “Pull” -Marketing untergeordnet
- Beim Pull Marketing positioniert du dich an der Stelle, wo Kunden nach einem Produkt oder einer Dienstleistung suchen
- D.H. ein Nutzer sucht nach z.B. “Sofa kaufen” und sieht dann direkt deine Anzeige in den Suchergebnissen
- Somit zieht Pull-Marketing Kunden an, die aktiv suchen

Google Ads

Was sind Google Ads

- Sehr beliebt im Online-Marketing
- Google Ads ermöglichen zielgerichtete Werbung
- In der Regel wird pro Klick (CPC) bezahlt
- Kosten für die Suchmaschinenwerbung fallen erst an, wenn entweder ein Nutzer die Anzeige gesehen hat, auf eine Anzeige geklickt wurde oder eine Bestellung über die Anzeige stattgefunden hat

4

Google Ads GDN vs. GSN

Google Netzwerke

GDN vs. GSN

- Die Werbeplattform Google Ads ist in zwei Netzwerke aufgeteilt:
“Google Display Network” und “Google Search Network”.
- Anzeigen, die auf Google Ads geschaltet werden, werden entweder auf dem GDN oder auf dem GSN geschaltet (oder auch auf beiden).
- Ein Verständnis der Funktionsweise beider Netzwerke ist entscheidend beim Schalten von Google Ad Kampagnen .

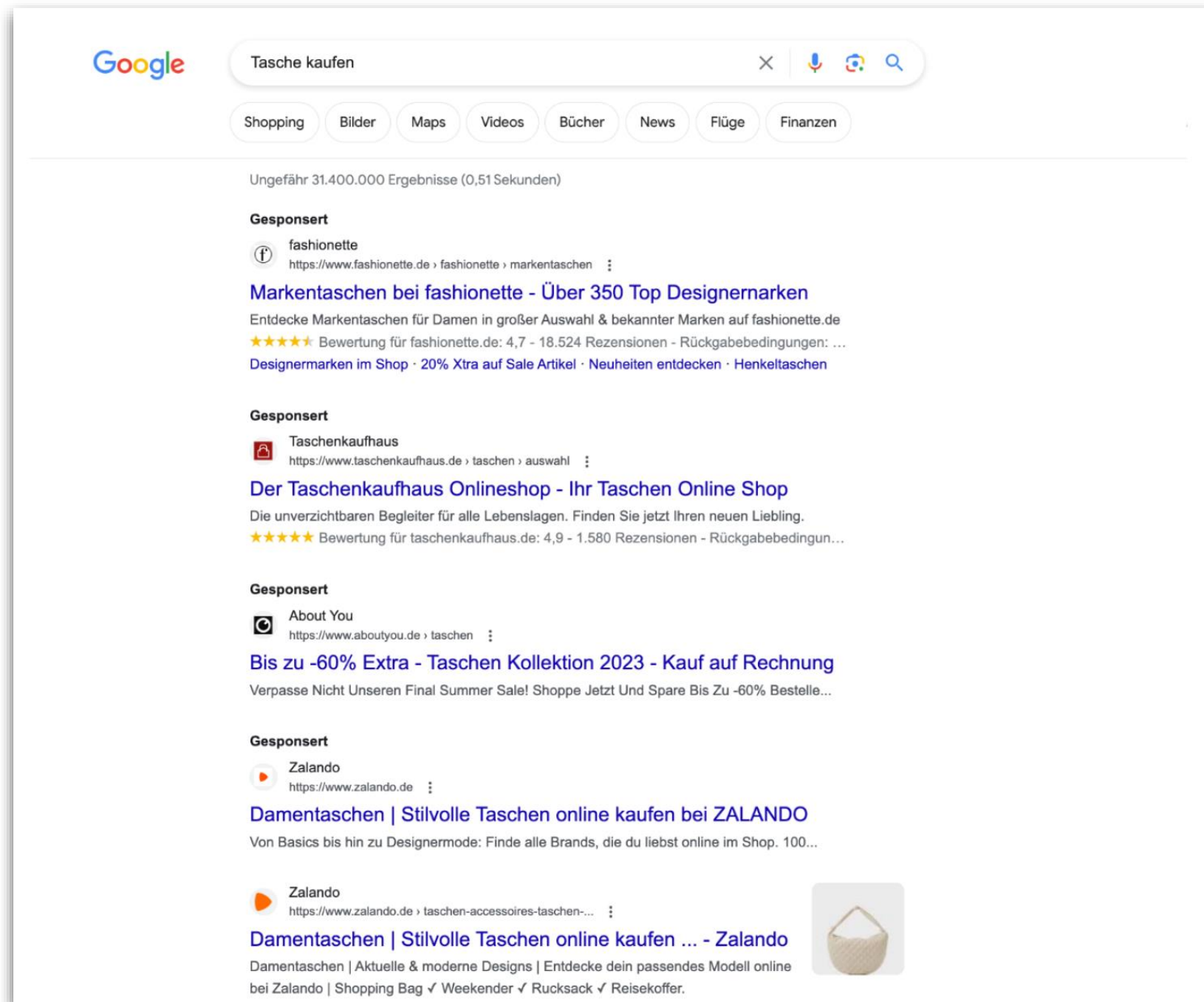
Google Netzwerke

GDN vs. GSN - Google Search Network

- Google Search Network: **Primäres Werbenetzwerk** von Google
- An GSN wird meistens als erstes gedacht, wenn man an Google Werbung denkt
- Ist in der Regel nur in Textform
- Wenn jemand eine Suche bei Google durchführt, handelt es sich bei einem Teil der Ergebnisse um gesponserte Anzeigeninhalte
- Diese Werbeanzeigen werden meistens als die ersten 3-4 Suchergebnisse platziert und/oder auch als die letzten 3-4 Suchergebnisse

Google Netzwerke

GDN vs. GSN - Google Search Network (Beispiel)



- Im Beispiel suchen wir nach "Tasche kaufen"
- Die ersten vier Suchergebnisse sind Werbeanzeigen
- Zu sehen am Wort "Gesponsert" über den Werbeanzeigen
- Es handelt sich nur um "Text Ads Kampagnen"

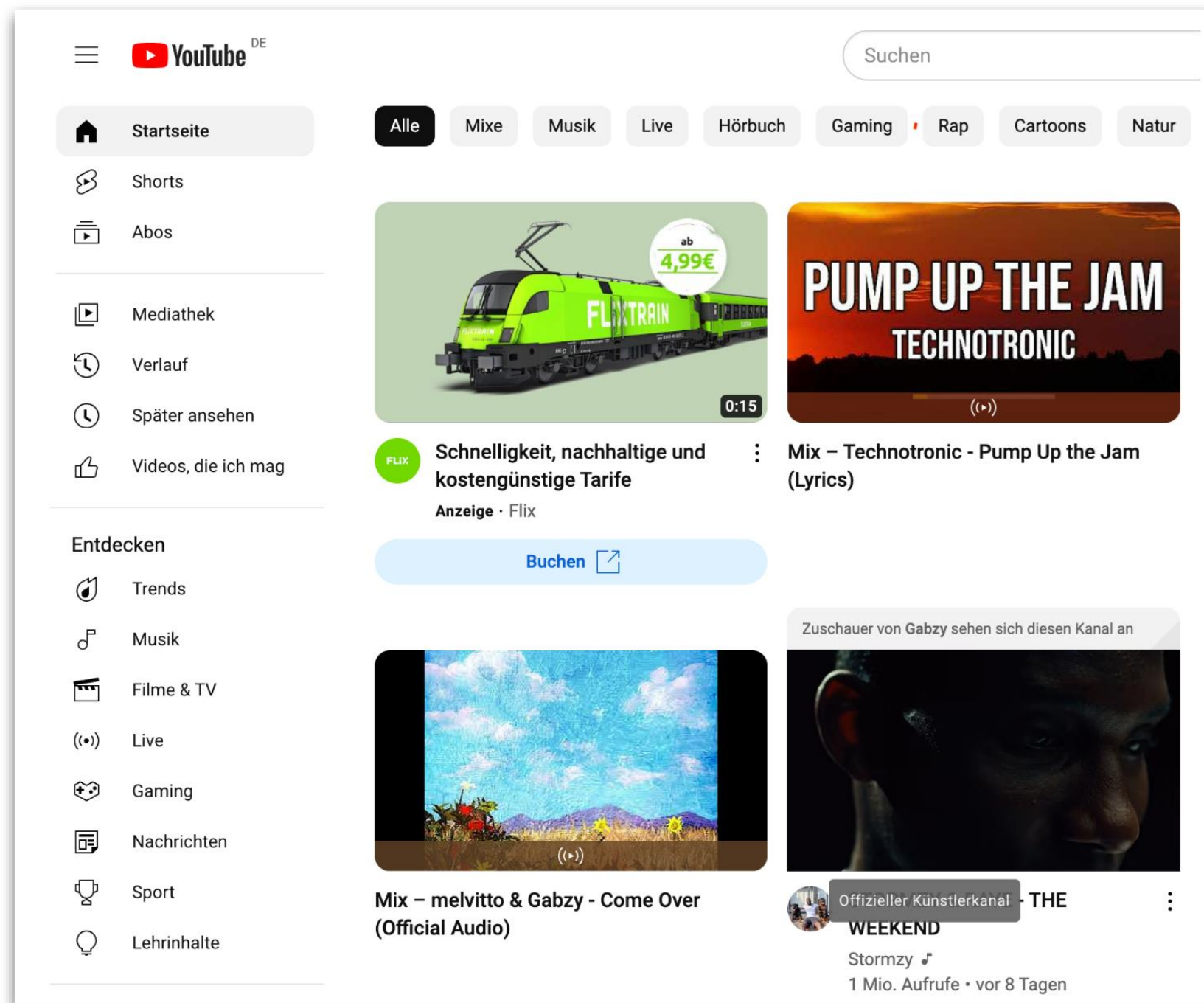
Google Netzwerke

GDN vs. GSN - Google Display Network

- Google Display-Netzwerk: Hat nichts mit der Verwendung der Google Suchmaschine zu tun
- Die sogenannten “**Display-Anzeigen**” erscheinen auf den anderen Google-Websites (wie z.B. YouTube, Gmail, usw)
- Display-Anzeigen erscheinen aber auch auf vielen anderen Partnerseiten von Google, die sich für das “**Google AdSense**” Programm angemeldet haben
- Google AdSense erlaubt es Websites, Anzeigen von Google auf ihren Seiten zu schalten

Google Netzwerke

GDN vs. GSN - Google Display Network (Beispiel)



- Auf YouTube wird z.B. das allererste Video durch eine GDN-Anzeige ersetzt
- Firma "Flixbus" schaltet Werbeanzeigen auf dem GDN
- Dadurch landete diese Anzeige auf Youtube

Google Netzwerke

GDN vs. GSN - Google Display Network (Beispiel)

The screenshot shows the Glamunity forum interface. At the top, there is a pink header with the Glamunity logo, the tagline "schön, dass du da bist", and links for "REGISTRIEREN" and "ANMELDEN". Below the header, a large blue advertisement for "cool blue KOFFER. Tragfähig." is displayed, featuring a teal suitcase and the text "Samsonite S'Cure Spinner 75 cm Aqua... 155,-". Below the ad, the forum post "Eure Taschen-Sammlung" by user "roiberstochter" is visible, dated "Mai '20". The post text reads: "Ich hab über die Forensuche nichts gefunden... Habt ihr Lust, eure Taschensammlung zu zeigen? (oder aufzulisten?) Würde mich sehr interessieren. Vielleicht in der Reihenfolge von am meisten zu am wenigsten genutzt 😊". Below the post, there is a section for "1 Antwort" and a list of "Autoren vieler Beiträge" with their profile pictures and post counts. At the bottom, there is a section for "Beliebte Links" with a link to "https://m.sezane.com/en/product/collection-printemps-2005/quilted-victor-bag?cou_id=3...". On the right side of the forum post, there is a vertical timeline with dates "Mai 2020", "1/192 Mai 2020", and "Apr. 2022".

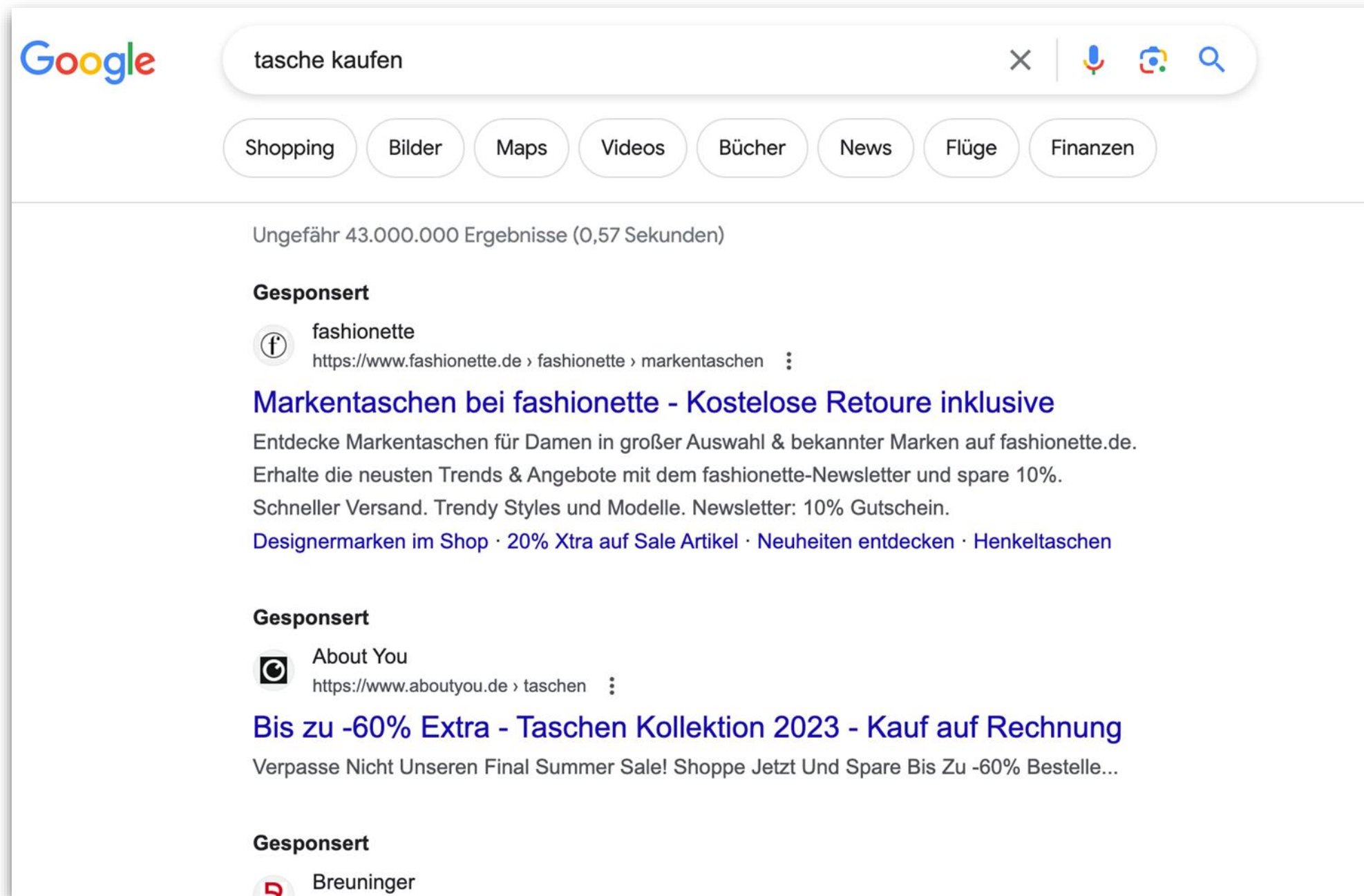
- Das Forum "Glamunity", bietet seine Website für Anzeigen des GDN an
- Werbung ist ganz oben im Form einer quadratischen Bildanzeige
- Werbung kommt von der Firma "coolblue", die ihre Koffer verkaufen möchten

5

Google Ads Anzeigevarianten

Google Ads

Anzeigevarianten - GSN: Text Ads



- “Text Ads” sind textbasierte Werbeanzeigen
- Anzeigentitel/-überschrift
- URL der Website
- Beschreibung
- (optional) Kategorien der Website

Google Ads

Anzeigevarianten - GSN: Text Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

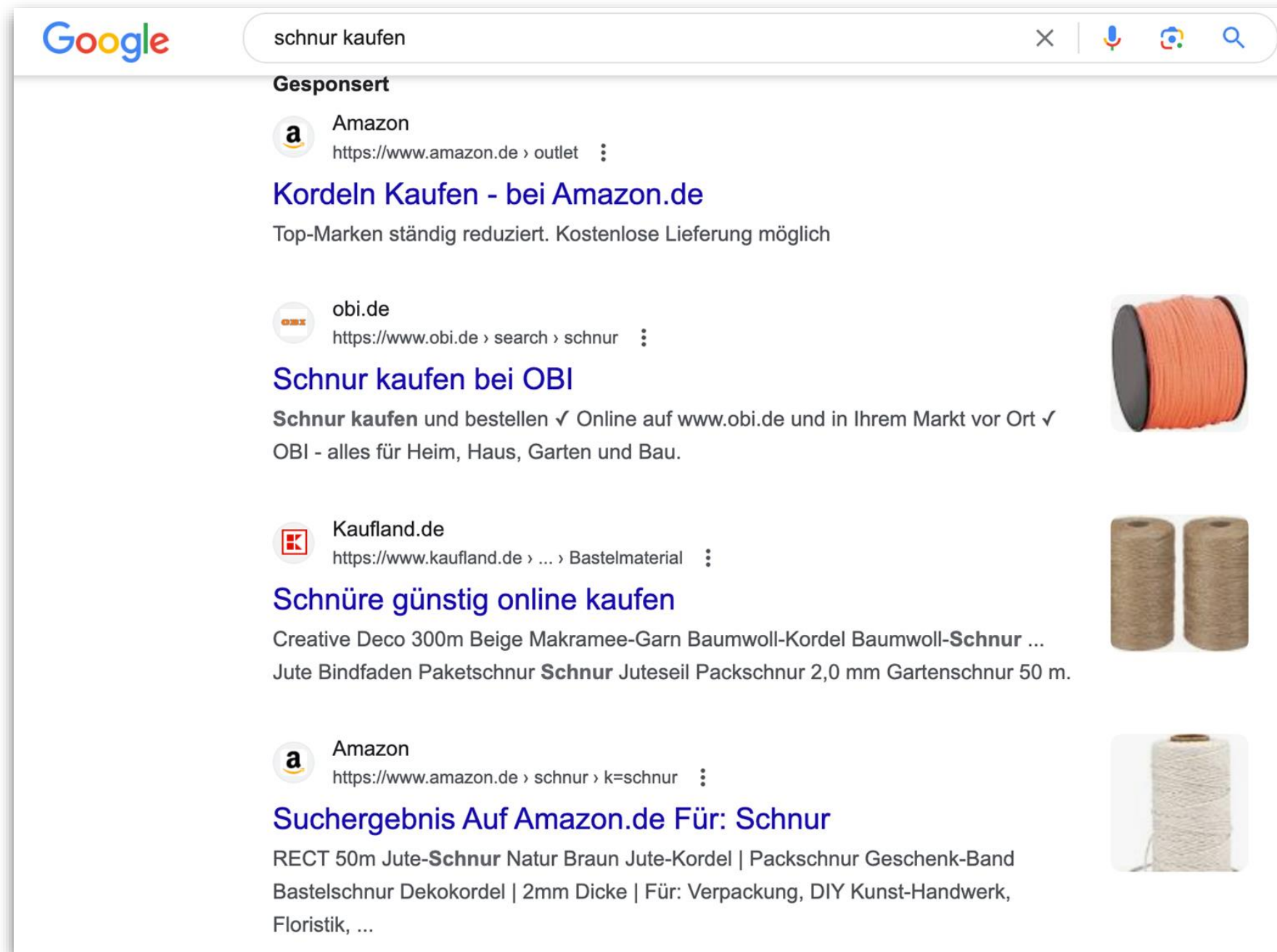
Engagement Rate



Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

Google Ads

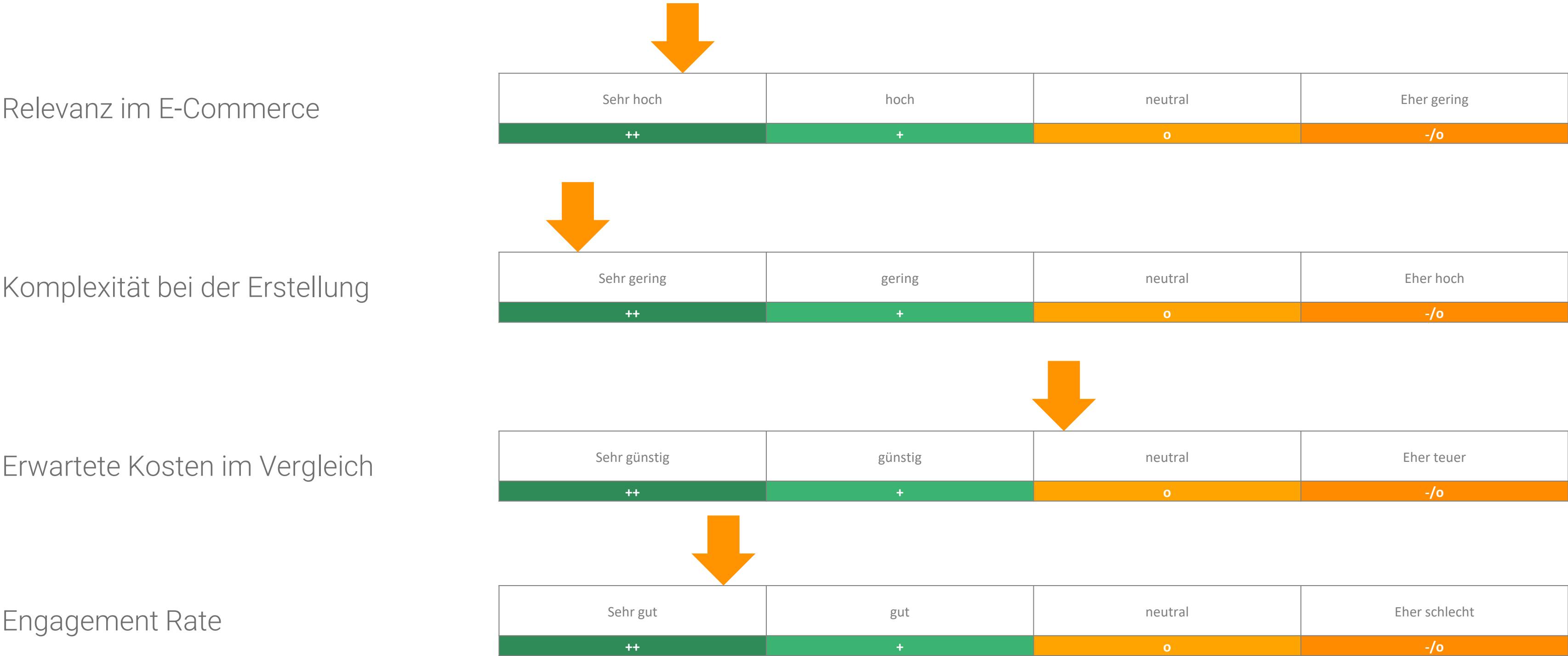
Anzeigevarianten - GSN: Dynamic Search Ads



- “Dynamic Search Ads” suchen sich gezielt Keywords aus, die zu deinem Unternehmen passen und erstellen selbst Werbeanzeigen
- In diesem Beispiel suchen wir nach “Schnur kaufen”
- Das GSN erstellt automatisch eine “Dynamic Search” Werbeanzeige für die Amazon-Website

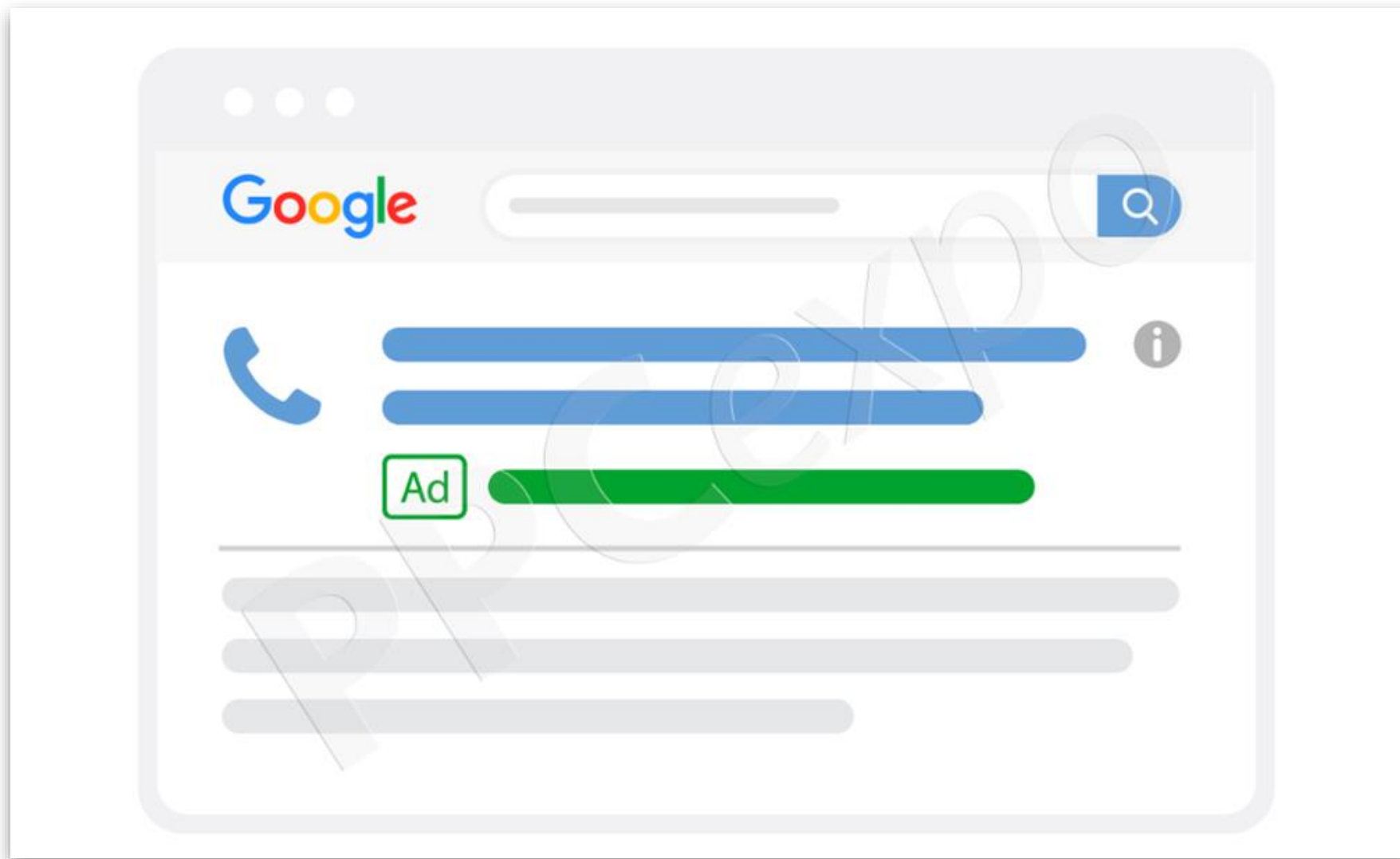
Google Ads

Anzeigevarianten - GSN: Dynamic Search Ads



Google Ads

Anzeigevarianten - GSN: Call-only Ads



- “Call-only Ads” sind Werbeanzeigen bei denen auf Klick die Firma direkt angerufen wird
- Es gibt keine Landingpage, sondern nur die Anrufoption
- Gut geeignet für Firmen, die auf Kundenanrufe setzen

Google Ads

Anzeigevarianten - GSN: Call-only Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

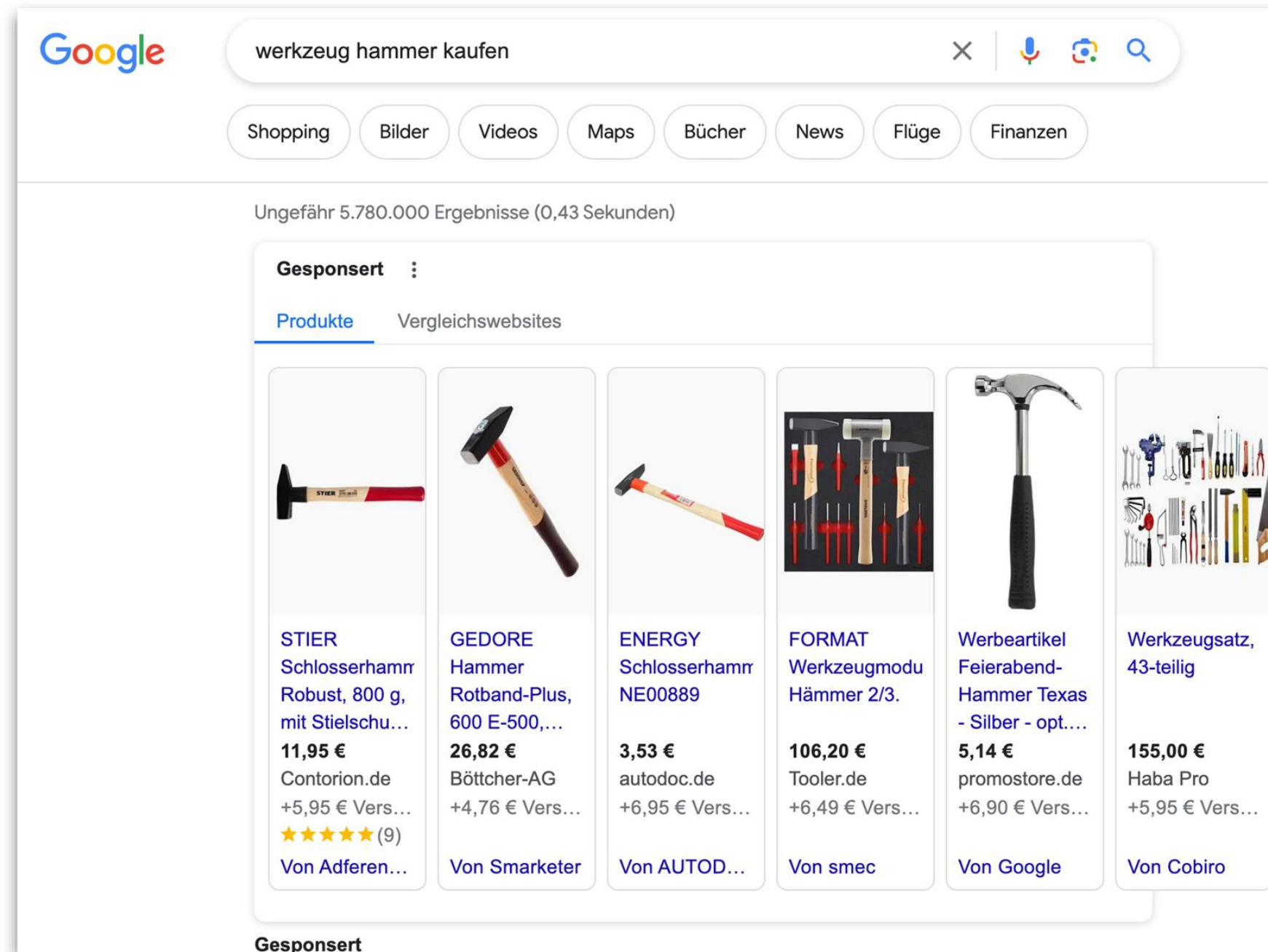
Engagement Rate



Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

Google Ads

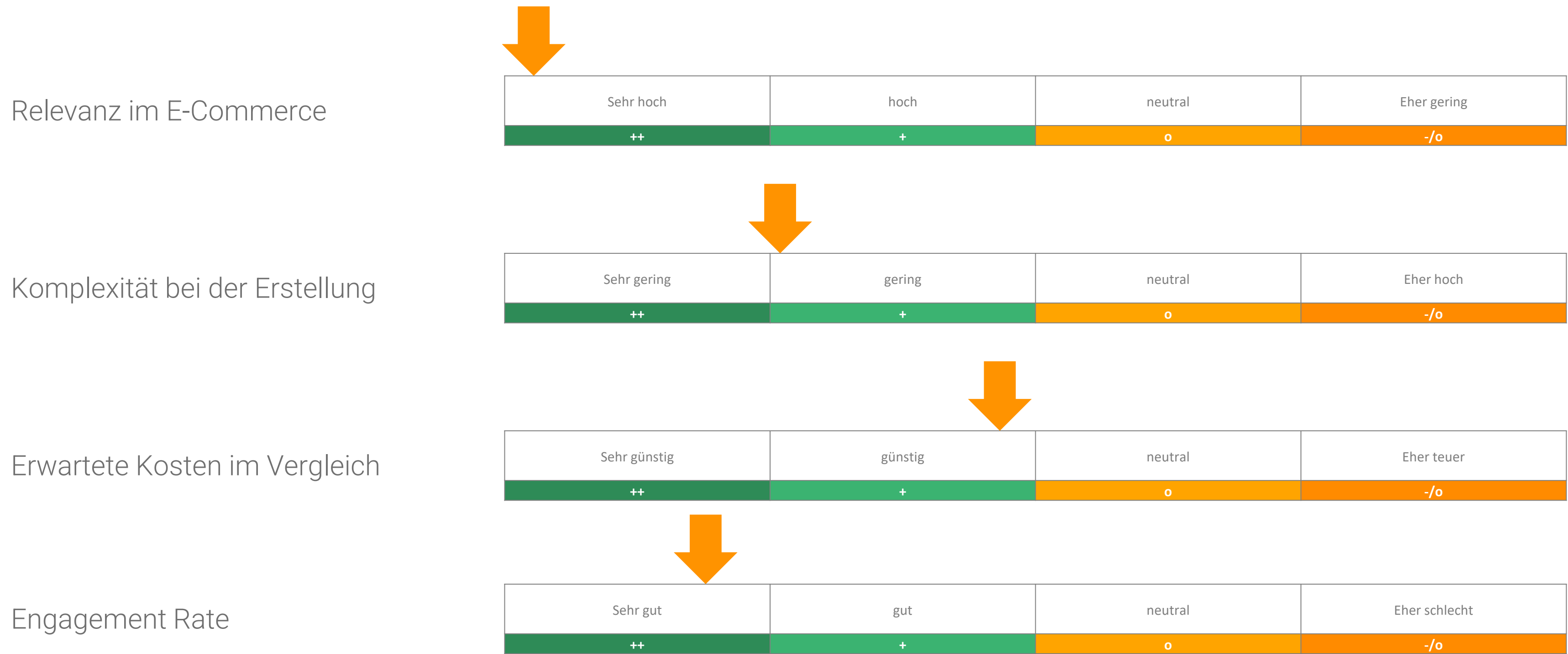
Anzeigevarianten - GSN: Product Shopping Ads



- “Product Shopping Ads” tauchen dann auf, wenn der Kunde ganz klar etwas kaufen möchte
- Google hat unsere Kaufabsicht über das Wort “kaufen” erkannt
- Bei dieser Ads-Variante werden Produkte von Webseiten angezeigt
- Bei Klick landet man auf der Produktseite

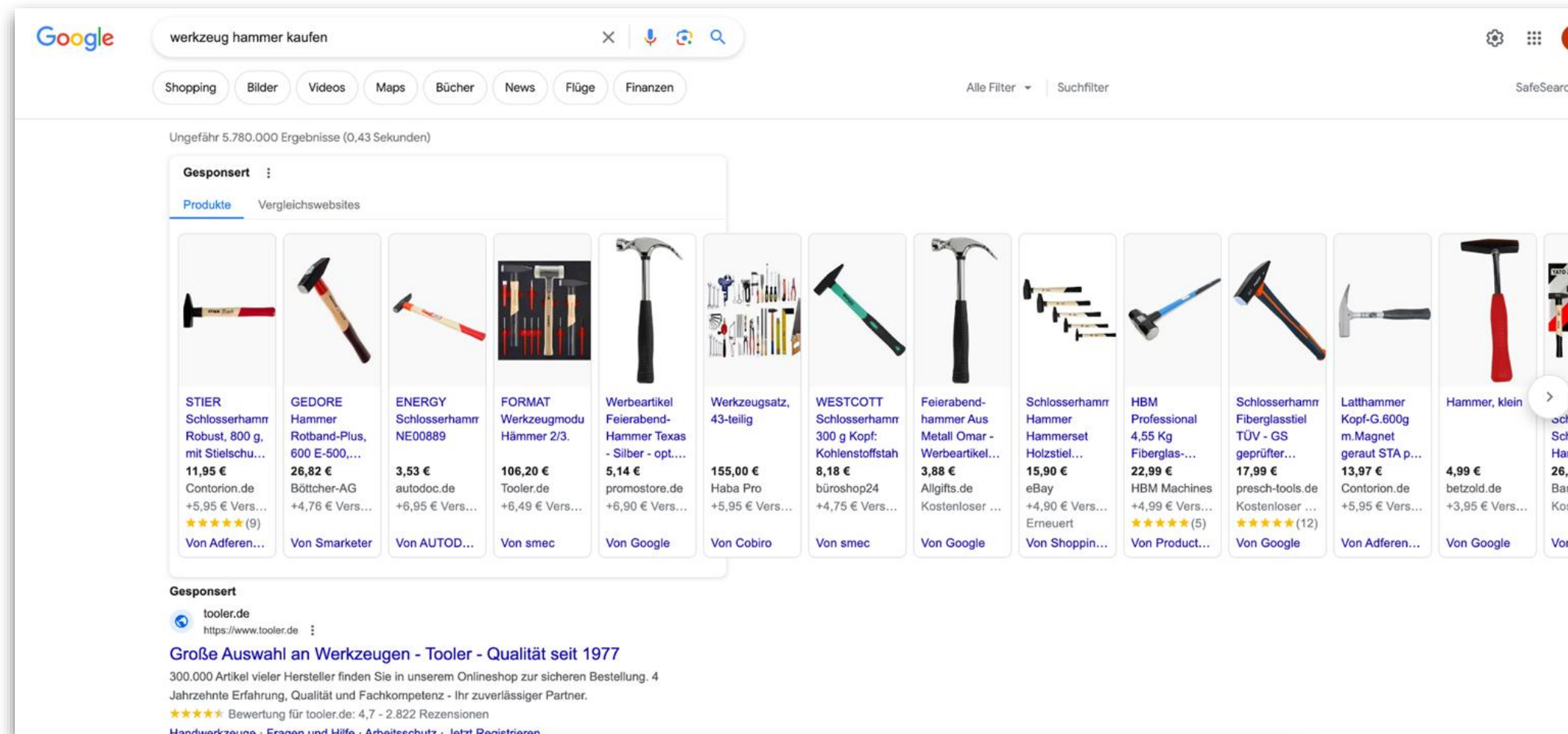
Google Ads

Anzeigevarianten - GSN: Product Shopping Ads



Google Ads

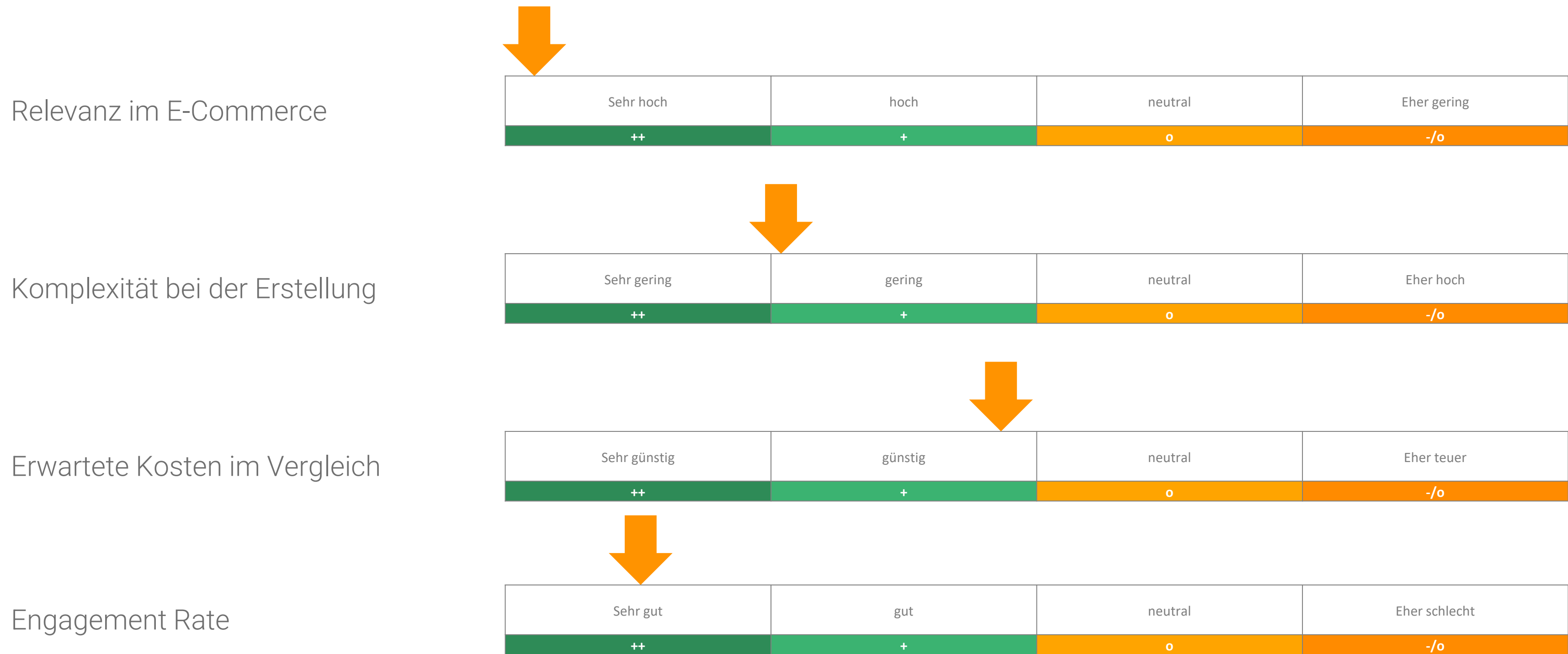
Anzeigevarianten - GSN: Showcase Shopping Ads



- “Showcase Shopping Ads” sind Erweiterungen von normalen Product Shopping Ads
- Bei Product Shopping Ads werden nur wenige Produkte angezeigt
- Bei Showcase Shopping Ads werden viel mehr Produkte angezeigt und man kann nach weiteren Produkte stöbern

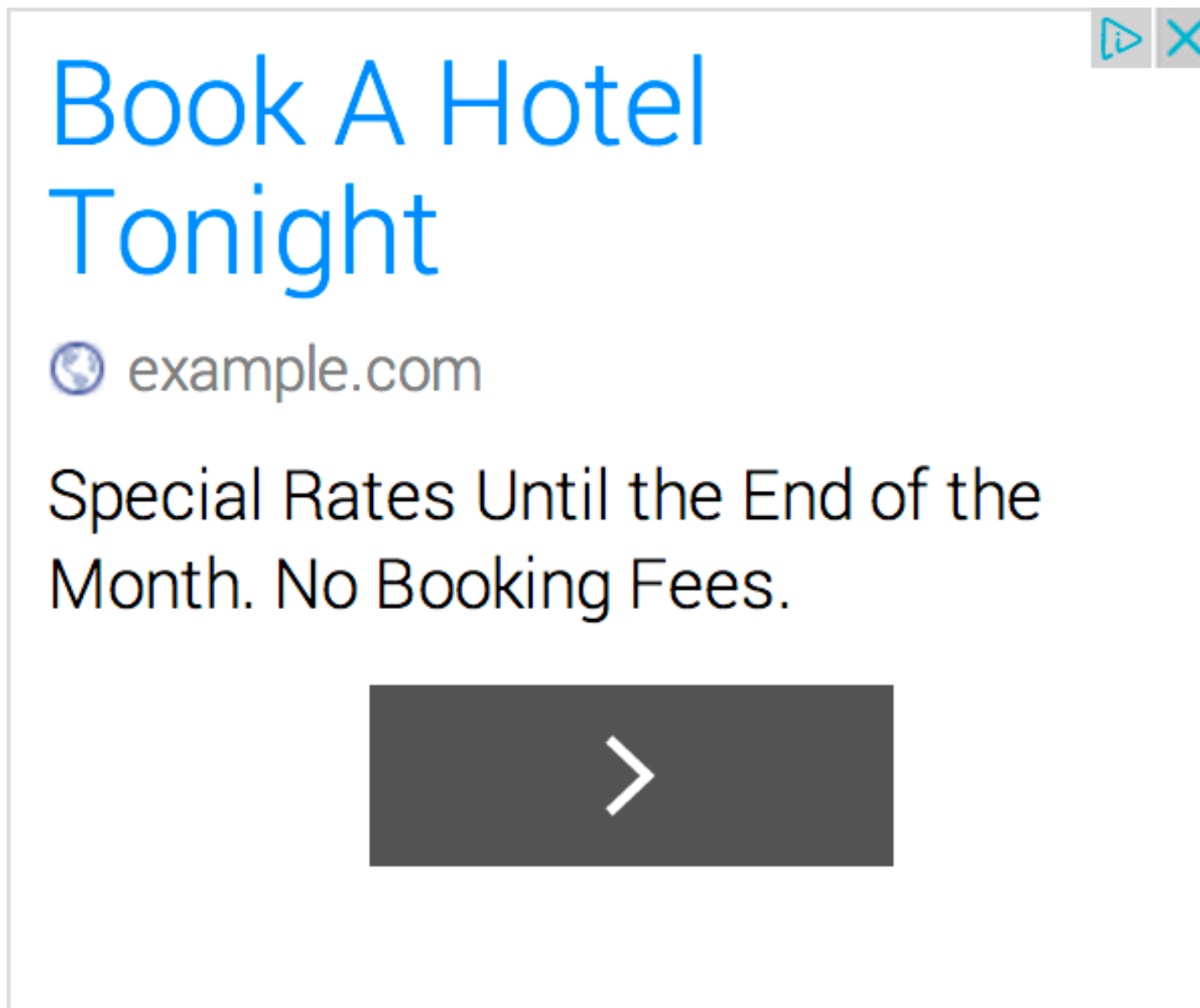
Google Ads

Anzeigevarianten - GSN: Showcase Shopping Ads



Google Ads

Anzeigevarianten - GDN: Text Ads

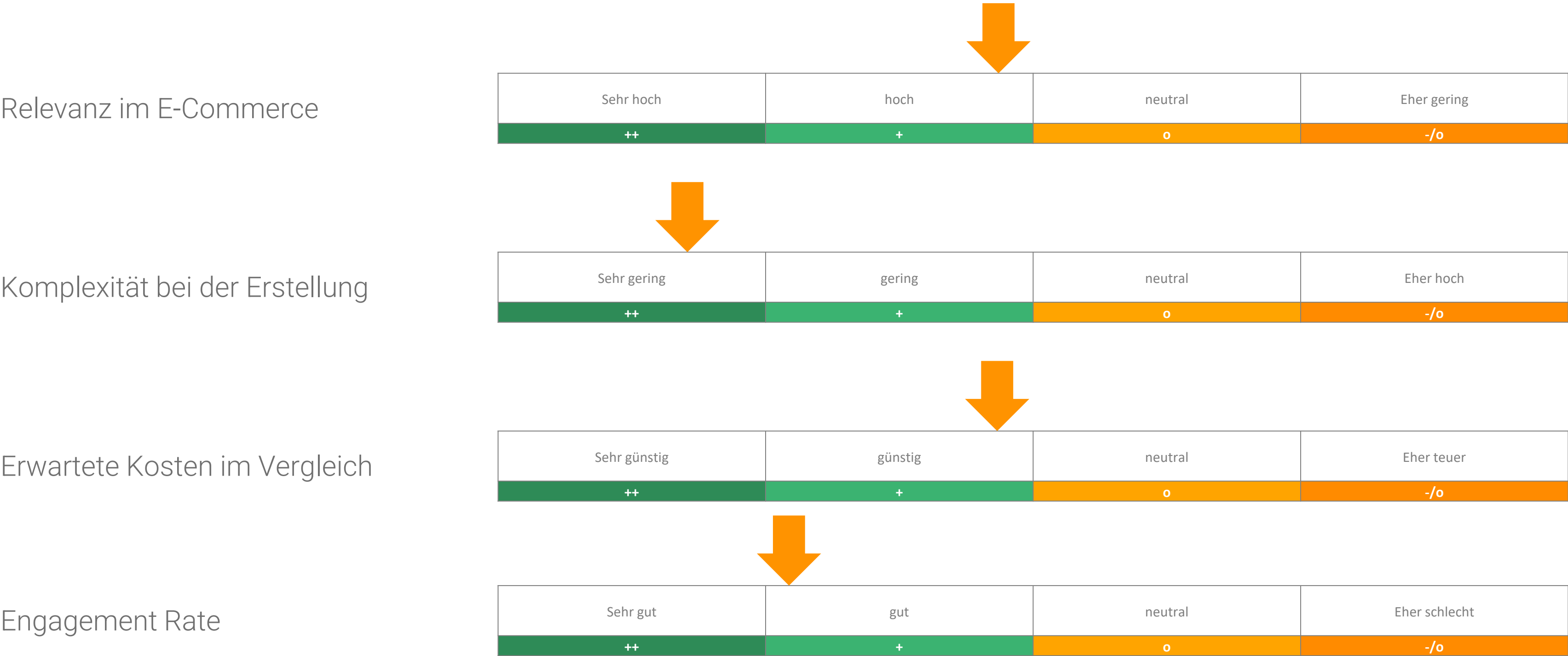


Quelle: https://2.bp.blogspot.com/-e8DZ_gmKGGY/U2Kly8arNhl/AAAAAAAAECA/V5h-0pcYDiI/s1600/300x250.png

- Auch im GDN sind Text-Ads verfügbar
- Anzeigentitel/-überschrift
- URL der Website
- Beschreibung

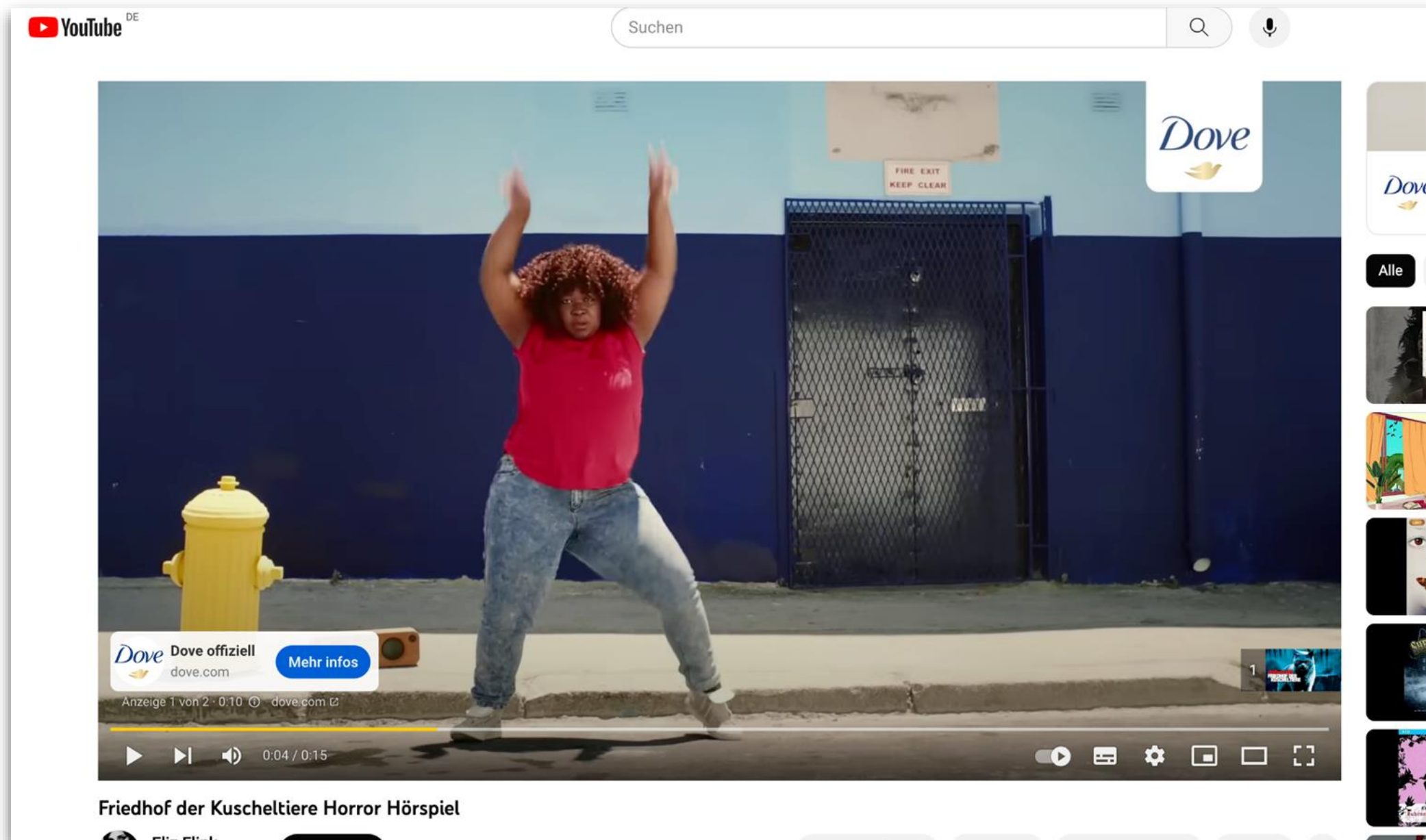
Google Ads

Anzeigevarianten - GDN: Text Ads



Google Ads

Anzeigevarianten - GDN: Rich Media Ads



- “Rich Media Ads” sind Anzeigen, die erweiterte Funktionen wie Video, Audio, usw. enthält, die Zuschauer zur Interaktion anregen
- Meistens bekannt aus Werbungen vor/während/nach Youtube-Videos
- Eine der höchsten Engagement Rates bei Anzeigevarianten

Google Ads

Anzeigevarianten - GDN: Rich Media Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

Engagement Rate



Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

Google Ads

Anzeigevarianten - GDN: Image Ads



- "Image Ads" sind Bildanzeigen, die es lediglich im Google Display Network gibt
- Forum für Angler, das sich für Google AdSense angemeldet hat
- Ganz oben wird sofort eine Bildanzeige mit Angelprodukten von Amazon angezeigt

Google Ads

Anzeigevarianten - GDN: Image Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

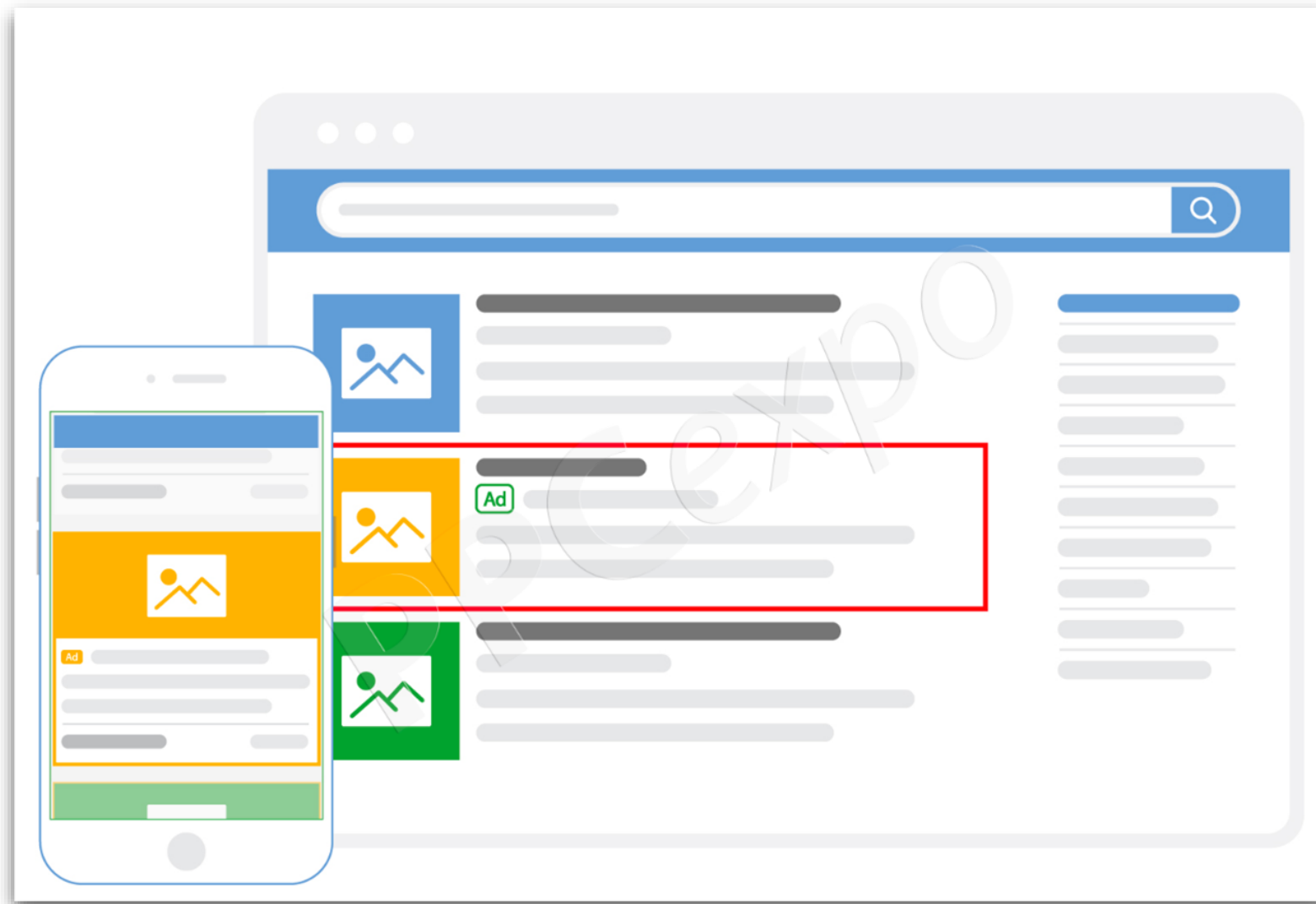
Engagement Rate



Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

Google Ads

Anzeigevarianten - GDN: Responsive Ads



Quelle: <https://www.ppcexpo.com/blog/>

- “Responsive Ads” passen ihre Größe, ihr Erscheinungsbild und ihr Format automatisch an verfügbare Werbeflächen an.
- Dadurch kann eine einzelne responsive Anzeige je nach Platzverfügbarkeit entweder als kleine Textanzeige oder auch als große Bildanzeige erscheinen.

Google Ads

Anzeigevarianten - GDN: Responsive Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

Engagement Rate



Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

6

Google Ads Ausrichtungsmöglichkeiten

Google Ads

Ausrichtungsmöglichkeiten

- Google Ads kann man gezielt auf die Eigenschaften des Kunden ausrichten
- Der Erfolg der Werbekampagnen hängt stark von der korrekten Ausrichtung auf die Kunden ab
- Wenn man die Werbung falsch ausrichtet kann das Geld verbrannt werden und schnell teuer werden, daher sollte man unbedingt darauf achten
- Aus diesem Grund bietet Google eine Vielzahl von verschiedenen Ausrichtungsmöglichkeiten
- Man kann zwischen folgenden Ausrichtungsmöglichkeiten filtern:

Zeit

Zu welchen Zeiten die Ads dem Kunden ausgespielt werden sollen. (z.B. zwischen 18.00 bis 21.00 Uhr)

01

Sprache

Welche Sprache der Kunde spricht. (z.B. französisch
sprechende Personen in Deutschland targetieren)

02

03

Personen in bestimmten Ländern, Städten oder Regionen.
(z.B. Werbung nur auf Personen die sich derzeit in London befinden schalten)

Standort

Targetieren zwischen Personen, die sich gerade an einem PC, Handy, o.Ä. befinden. (z.B. nur Personen targetieren die ein iOS-Gerät benutzen)

Verwendetes Gerät

Postleitzahlen

Personen an Orten mit bestimmten Postleitzahlen targetieren. (z.B. alle Personen die sich in einer Stadt mit der PLZ "10115" befinden)

05

Geschlecht

Werbung nur auf ein bestimmtes Geschlecht schalten.
(z.B. nur Frauen targetieren)

07

Werbung schalten auf Personen mit bestimmten Interessen. (z.B. Ads nur auf Personen targetieren, die sich für das “Angeln” interessieren)

Interessen

Es gibt noch viele weitere Ausrichtungsmöglichkeiten. Ob diese sinnvoll sind oder nicht, kommt immer darauf an ob es sinnvoll für den Verkauf des Produktes ist.

Weiteres

7

Google Ads Typische Kampagnenfehler

Fehlendes Kampagnenziel

Ein fehlendes Kampagnenziel bei Google Ads führt zu mangelnder Ausrichtung, unklarer Leistungsmessung und verschwendetem Budget, da es keine klare Richtlinie für die Optimierung der Anzeigen bietet.

01

Keine klare CTAs

Selbst die kreativsten Texte benötigen einen klaren Call-to-Action (CTA). Die Nutzer müssen wissen, was sie tun sollen, nachdem sie den Text gelesen haben.

03

Die Verwendung allgemeiner Keywords führt zu einer erhöhten Streuung, die Klickkosten steigern und die Konversionsrate verringern kann.

Verwendung allgemeiner Keywords

Die Verwendung der Keyword-Option "Weitgehend passende Keywords" kann zu Anzeigen für irrelevante Suchbegriffe führen, was sich negativ auf die Klickraten, den Qualitätsfaktor und die CPC-Gebote auswirken kann. Außerdem entstehen dadurch Streuverluste.

“Weitgehend passende Keywords”

Keine Nutzung von ausschließenden Keywords

“Ausschließende Keywords” können den Streuverlust bei der Nutzung von “breiteren” Keyword-Optionen verringern und dir dadurch z.B. Kosten sparen.

Geringe Anzeigenrelevanz

Eine geringe Anzeigenrelevanz entsteht dann, wenn nur eine oder wenige Anzeigengruppen in vielen Kampagnen erstellt werden. Kann zu niedrigen Klickraten, ein schlechtem Qualitätsfaktor und steigenden CPC-Geboten führen. Unterteile Keywords in kleine, thematisch eng gestrickte Gruppen.

07

Split-Tests bzw. A/B-Tests sind eine effektive Methode, um die Leistung von der Kampagnen zu messen und schließlich zu verbessern.

Keine Split-Tests

Du solltest Anzeigenerweiterungen nutzen, da sie den Informationsgehalt einer Anzeige deutlich steigern, die Anzeigen größer in den Suchergebnissen erscheinen lassen und einen positiven Einfluss auf die Klickrate und den Qualitätsfaktor haben.

**Keine Nutzung von
Anzeigenerweiterungen**

Keine Nutzung von Google Analytics

Das kostenlose Web-Analyse-Tool "Google Analytics" bietet eine Vielzahl zusätzlicher Auswertungsmöglichkeiten und sollte daher unbedingt zur Erfolgsmessung verwendet werden.

Fehlende Geduld

Mach keine Schnellschüsse!

A large orange circular graphic is positioned in the bottom-left corner of the slide, partially cut off by the edge.

10

8

Google Ads Die perfekte Kampagne

Entferne Keywords mit geringer Leistung

Eliminiere schlecht performende Keywords, um deine Ausgaben zu kontrollieren.

Überwache regelmäßig die Kampagnenleistung in deinem Ads-Konto und entferne Keywords, die nicht die gewünschten Ergebnisse liefern.



01

Mehr Daten für Ad-Optimierung

Sammele Daten von mehreren Plattformen, einschließlich deinem CRM, Lead-Gen-Formularen, Social-Media-Plattformen, usw.

Integriere diese Daten in Google Ads, um die Performance deiner Kampagnen zu optimieren.

02

03

Schalte Anzeigen an Personen, die deine Marke bereits kennen und lieben – sie vertrauen dir bereits und neigen eher dazu, erneut zu kaufen.

Remarketing an bestehende Kunden

Nachdem du die ersten Google Ads-Kampagnen erstellt hast, ist es wichtig, das Tracking einzurichten. Dadurch kannst du die Kampagnen genau analysieren und sehen, wie die Conversions und Klicks zustande kommen.

**Tracking
einrichten**

Nutze Anzeigenerweiterungen

Durch die Verwendung von Erweiterungen kannst du dem User zusätzliche Informationen in deiner Werbeanzeige geben und sie insgesamt größer und auffälliger gestalten. Mit Bilderweiterungen kannst du zum Beispiel die Klickrate deiner Anzeige weiter steigern.

Nutze Google Performance Max-Kampagnen

Die Performance-Max-Kampagne von Google ist ein neuer, vollständig automatisierter Google Ads-Kampagnentyp. Mit PMax kannst du in einer einzigen Kampagne in allen Google-Werbenetzwerken werben, darunter Search, Display, YouTube, Discovery, Maps und Gmail.

06

Google Ads

Die perfekte Anzeige



Es gibt einiges worauf du bei Google Ads achten solltest, aber wenn du einmal den Dreh raus hast, dann ist Google Ads ein großer Hebel um deinen Umsatz zu steigern. Zudem kannst du sehr viel bei Google Ads automatisieren und dir so nochmal Zeit sparen.

9

Google Ads Technische Anforderungen

Google Ads

Technische Anforderungen

01

Zuallererst benötigt man einen Google-Account, um überhaupt auf Google Ads schalten zu können.

Account

02

Man kann zwar auch ohne Website Google Ads schalten, aber macht so gut wie keinen Sinn. Eine Website ist eine grundlegende Voraussetzung für (gute) Ads.

Website

03

Das Werbekonto ermöglicht Anzeigenerstellung, -verwaltung und Google-Abrechnung.

Werbekonto

Google Ads

Technische Anforderungen

04

Mit dem Google Tag Manager kann man Tracking- und HTML-Codes in die Website integrieren. Das heißt zuerst muss man den Google Tag Manager aufschalten.

Google Tag
Manager

05

Einrichten von sog. "Events" sind erforderlich, damit der Google Tag Manager versteht, welche Vorgänge er auf deiner Website tracken muss.

Einrichtung

06

Zum Schluss muss der Google Tag Manager auf deiner Website installiert werden, damit er Handlungen korrekt analysieren und tracken kann.

Installation

Google Ads

Technische Anforderungen

- Oftmals gestaltet es sich schwierig, die technischen Anforderungen ohne entsprechendes Vorwissen umzusetzen
- Insbesondere der Umgang mit dem Google Tag Manager und das Einrichten von Events kann zu Beginn etwas komplexer sein
- Wenn Zweifel bestehen, ist es daher ratsam, externe Hilfe in Anspruch zu nehmen
- Die Umsetzung der technischen Anforderungen und das korrekte Tracking können, abhängig vom Dienstleister und der Komplexität, Kosten im Bereich von einigen hundert bis hin zu mehreren tausend Euro verursachen.

10

Google Ads
Vor- und Nachteile

Google Ads

Vor- und Nachteile

	Pros	Cons
Targetierung. Du kannst Keywords und geografische Eingrenzungen selbst wählen.	✓	✗ Kosten pro Klick. Jeder Klick auf Werbung kostet Geld.
Simultane Anzeigen. Es ist möglich mehrere Kampagnen gleichzeitig zu schalten.	✓	✗ Teure Keywords. Einige Begriffe für Kampagnen sind extrem teuer.
Einfache Kostenkontrolle. Das Marketing Budget kannst du selbst regulieren.	✓	✗ Fehlender Einblick in Konkurrenz-Daten. Keine Analyse der Mitbewerber möglich.
Messbarkeit. Du kannst die Leistung deiner Kampagnen genau verfolgen.	✓	✗ Hohe Lernkurve , bis man lernt profitable Kampagnen zu schalten.
Qualifizierte Kunden , die tatsächlich an deinen Produkten interessiert sind.	✓	

11

Google Ads
Entscheidung treffen

Google Ads

Entscheidung treffen - Google Ads

01

Keywords

- | Führe eine Keyword-Recherche für dein Produkt durch
- | Was für ein Suchvolumen haben diese Keywords?
- | Auf welche Keywords schalten deine Mitbewerber Ads?



Google Ads

Entscheidung treffen - Google Ads



02

Budget

- | Google Ads sind im Vergleich etwa teurer, da du pro Klick zahlst
 - | Bei geringen Margen können Google Ads schnell unprofitabel werden
 - | Wie hoch sind die CPC Kosten schätzungsweise?
- 

Google Ads

Entscheidung treffen - Google Ads

03

Aufwand

- | Google Ads sind tendenziell weniger aufwändig als andere Kanäle
- | Die Lernkurve ist hierbei allerdings höher
- | D.H. zu Beginn können Google Ads etwas aufwändiger sein

15

Google Ads
Google Ads Agentur

Google Ads

Google Ads Agentur

- Google Ads Agenturen sind Unternehmen bzw. Dienstleister
- Sie sind auf die Erstellung, Verwaltung und Optimierung von Werbekampagnen auf den Google-Netzwerken spezialisiert.
- Agenturen erhalten in der Regel einen prozentualen Anteil des genutzten Ad-Budget auf der Plattform.
- Aufgaben von Google Ads Agenturen sind unter Anderem: Zielgruppen-Recherche, Kampagnenerstellung, Anzeigenentwicklung, Budgetmanagement, Ausrichtung & Targeting, Analyse & Optimierung, usw.

Google Ads

Google Ads Agentur - Leistungen von Agenturen (Beispiel Smarketer)



- Beispiel Leistungen der Google Ads Agentur “Smarketer”
- Services gehen über Google Ads noch weiter hinaus
- Umfasst auch Leistungen wie z.B. “Tracking Service” also die Einrichtung
- Eine Art “Academy” um Google Ads selbst zu lernen

Quelle: https://www.handelsblatt.com/adv/firmen/img/content/storyworks-gmbh/31897/originale/handelsblatt-artikelbild1-png_c18.png

Google Ads

Google Ads Agentur - Vor-/Nachteile

	Pros		Cons
Du profitierst von der Expertise & Fachkenntnissen der Agentur	✓	✗	Oftmals mit relativ hohen Kosten verbunden
Du hast mit der Werbung nichts zu tun und sparst dir damit Zeit	✓	✗	Du bist abhängig von der Leistung der Agentur
Die Agentur optimiert deine Kampagne für dich	✓	✗	Du hast keine direkte Kontrolle über die Werbung
Regelmäßige Analyse & Berichterstattung	✓	✗	Richtige Agenturauswahl ist herausfordernd

16

Google Ads

Entscheidung treffen - Agentur

Google Ads

Entscheidung treffen - Agentur

01

Abhängigkeit

- | Ist es dir wichtig unabhängig von externen Dienstleistern zu sein?
- | In wie fern schränkt die Abhängigkeit deine Flexibilität ein?



Google Ads

Entscheidung treffen - Agentur



02

Budget

- | Agenturen nehmen durchschnittl. etwa 20 - 30% des Adspends.
 - | Diesen Invest kannst du dir sparen, wenn du selbst Ads schaltest.
 - | Daher musst du dir die Frage stellen ob du dir lieber Zeit oder lieber Geld sparen möchtest?
- 

Google Ads

Entscheidung treffen - Agentur



03

Expertise

- | Hast du jemanden mit Marketing-Expertise in deinem Unternehmen?
 - | Reicht dieses Wissen aus oder brauchst du externes Wissen?
- 

Google Ads

Entscheidung treffen - Agentur

04

Kontrolle

- | Agenturen erhalten oftmals die volle Kontrolle über den Ad-Account.
- | Ist es dir wichtig, dass du selbst die volle Kontrolle über deine Werbekampagnen behältst (und flexibel agieren kannst)?

Google Ads

Entscheidung treffen - Allgemein



Google Ads stellt eine gute Option für Werbung dar. Insbesondere aufgrund dessen, dass es sich um Pull-Marketing handelt, ziehst du qualifizierte Kunden auf deine Webseite. Wenn du ein passendes Produkt hast und die Lernkurve überstanden ist, verfügst du mit Google Ads über eine Werbeplattform, mit der du langfristig und mit minimalem Aufwand einen guten Umsatz erzielen kannst.