

Marketing für Trainer und Coaches

Anzeigen bei Google

Google Suchergebnisse

1

Alle News Bilder Videos Shopping Mehr Suchfilter

Ungefähr 31.200.000 Ergebnisse (0,65 Sekunden)

Anzeige · <https://www.thekey.community/coaching/ausbildung>

Coaching Ausbildung - inkl. IHK Zertifikat München

Coaching Ausbildung - München - Bis zu 90% Fördermöglichkeiten - Jetzt beraten lassen.

Coaching Ausbildung berufsbegleitend - Entwickelt nach Kriterien der Stiftung Warentest.

Ausbildungsinhalte · IHK Zertifikat · Fördermittelcheck · Zusatzleistungen

Anzeige · <http://www.psychologische-berater-ausbildung.de/>

Psychologischer Berater werden - geprüft und zertifiziert

Jetzt psychologische Beratung mit BaTB / EuroQV Zertifizierung starten. Absolute Diskretion. 24

Stunden Erreichbarkeit. Ganzheitlicher Ansatz.

Kosten · Über uns · Termine · Videos · Bücher und Medien · Kontakt

Anzeige · <https://go.greator.com/coach/ausbildung>

Anerkannte Coach Ausbildung - Werde zertifizierter Coach

Du bist bereit, dich selbst und deine Persönlichkeit in eine neue Dimension zu entwickeln? Du willst deiner Berufung folgen und andere dabei begleiten, ihre beste Version zu werden.

FAQ Coach Ausbildung · Warum Greator Coach? · Dein Weg zum Coach · Über Uns

Anzeige · <https://www.abitofcolor.de/>

Die Coaching-Ausbildung Bayern - Mit Zertifikat (liE®-CA)

Sei du selbst die Veränderung, die du dir wünschst, für diese Welt - Mahatma Gandhi. Sicher die wirkungsvollste und nachhaltigste **Ausbildung** deines Lebens. Newsletter abonnieren.

2

Orte



Bewertung

Öffnungszeiten

Landsiedel Coaching Kitzingen

5,0 ★★★★★ (1) · Ausbildungszentrum

Kitzingen · 09321 9266142

Auf der Website gefunden: **coaching ausbildung**



Website



Route

Würzburger Akademie für Empowerment-Coaching

5,0 ★★★★★ (14) · Coaching Center

Rottendorf · 0931 2707595

Rund um die Uhr geöffnet

"Die **Ausbildung** kann ich sehr empfehlen."



Website



Route

Unterfränkische Akademie für Psychotherapie

Keine Rezensionen · Psychologischer Berater

Schweinfurt · 09721 2907563



Website



Route

Google Suchergebnisse

3

<https://akademie.muenchen.ihk.de> › coaching-beratung

Coaching - Ausbildung - IHK Akademie München

Jetzt über aktuelle Weiterbildungen & Seminare im Bereich » **Coaching - Ausbildung** « der IHK Akademie für München & Oberbayern informieren.

<https://coachingverband.org> › ausbildungen

Anerkannte Coaching-Ausbildungen auf einen Blick

Postleitzahl	Ausbildungsinstitut	Lehr-Coach (DCV)
10243	ICA	Mathias Riedel
10713	Coaching Spirale GmbH	Alexandra Schwarz-Schilling
12159	Spectrum KommunikationsTraining	Karsten Ritschl

Weitere 14 Zeilen anzeigen

<https://coachingakademie-berlin.de> › Standorte

Systemische Coaching Ausbildung München

Unsere **Coaching Ausbildung** München ist ECA und QSA-zertifiziert und umfasst die systemischen Ausbildungen Personal Coach, Business Coach, ...

★★★★★ Bewertung: 5 · 23 Rezensionen

<https://www.haufe-akademie.de> › ...

Coaching-Ausbildung mit Zertifikat - Haufe Akademie

In dieser zertifizierten **Coaching-Ausbildung** der Haufe Akademie lernen Sie, wie Sie systematisch vom Erstgespräch zum Coaching-Auftrag und von der ...

<https://www.spiegel.de> › Job & Karriere

Checkliste der Stiftung Warentest zu Coaching-Lehrgänge

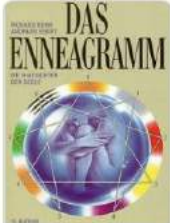
04.12.2013 — Eine **Coaching-Qualifizierung** ist keine Berufsausbildung, sondern eine Weiterbildung. Idealerweise haben Sie schon ein abgeschlossenes ...

Google Suchergebnisse

Alle Bilder Videos News Shopping Mehr Suchfilter

Ungefähr 489.000 Ergebnisse (0,58 Sekunden)

Anzeigen · enneagramm kaufen



Das Enneagramm...
3,60 €
Medimops Ger...
+1,99 € Versand
Gebraucht
Von Kelkoo



Wer du bist: Mit dem...
18,00 €
Amazon.de
+3,99 € Versand
Von Google



Enneagramm | T-Shirts |...
23,99 €
Spreadshirt.de
+3,99 € Versand
Von Product...



Das Enneagramm:...
20,00 €
Amazon.de
+3,99 € Versand
Von Google



Enneagramm - Das Plakat,...
9,00 €
thalia.de
Kostenloser V...
Von Adferenc...

»

<https://de.wikipedia.org/wiki/Enneagramm>

Enneagramm - Wikipedia

Das **Enneagramm** (von altgriechisch ἐννέα, ennea, „neun“, und γράμμα, gramma, „das Geschriebene“) bezeichnet ein neunspitziges esoterisches Symbol, ...

[Geschichte](#) · [Das Symbol](#) · [Tiefendimensionen](#) · [Wissenschaftliche Rezeption](#)

<https://greator.com> · Persönlichkeit

Das Enneagramm: 9 Persönlichkeitstypen in einem Diagramm

Vor etwa hundert Jahren entwickelt, hat das **Enneagramm** - eine auf der Zahl Neun beruhende geometrische Figur - eine lange und bewegte Geschichte hinter ...

Wie wird das Enneagramm eingesetzt? ▾

Woher stammt das Enneagramm? ▾

Google Ads (SEM – Search Engine Marketing)

Organische Suche

- passend zu Suchergebnissen
- sind kostenfrei
- großer Einfluss von Off-Page-Faktoren
- großer Einfluss von On-Page-Faktoren
- unbegrenzte Zahl an Treffern
- durchlaufende Liste aller Suchergebnisse

Google-Anzeigen

- passend zu Suchergebnissen
- werden bezahlt
- kein Einfluss von Off-Page-Faktoren
- Einfluss von On-Page-Faktoren
- begrenzte Anzeigenzahl
- befinden sich über der Suchergebnisliste
- als Werbung gekennzeichnet

Google Ads (SEM) – Verwertung des Traffics

Kostenlose Angebote:

- ✓ wirken unterstützend zu normalen Angeboten
- ✓ erzielen eher Konversionen als kostenpflichtige Angebote
- ✓ stellen ein Vertrauensverhältnis zum Besucher her, auf dem später aufgebaut werden kann
- ✓ bei rein digitalen Angeboten entstehen keine Zusatzkosten

Aufbau einer Mailingliste

- ✓ kann an kostenlose Angebote geknüpft werden
- ✓ Stellt Verhältnis zu einmaligen Kunden auf eine dauerhaftere Basis
- ✓ Auch bei Mailinglisten gilt: Keine Zusatzkosten bei potenziell großem Nutzen

Vorteile von Google Ads

- ✓ Sehr gute Messbarkeit des Erfolgs
- ✓ Sofort verfügbar
- ✓ Skalierbarkeit

Kampagnentypen

Wählen Sie einen Kampagnentyp aus ?

Suchnetzwerk



Textanzeigen für Nutzer schalten, die an Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung interessiert sind

Display



Verschiedene Arten von Anzeigen im Web schalten

Shopping



Mit Shopping-Anzeigen für Produkte werben

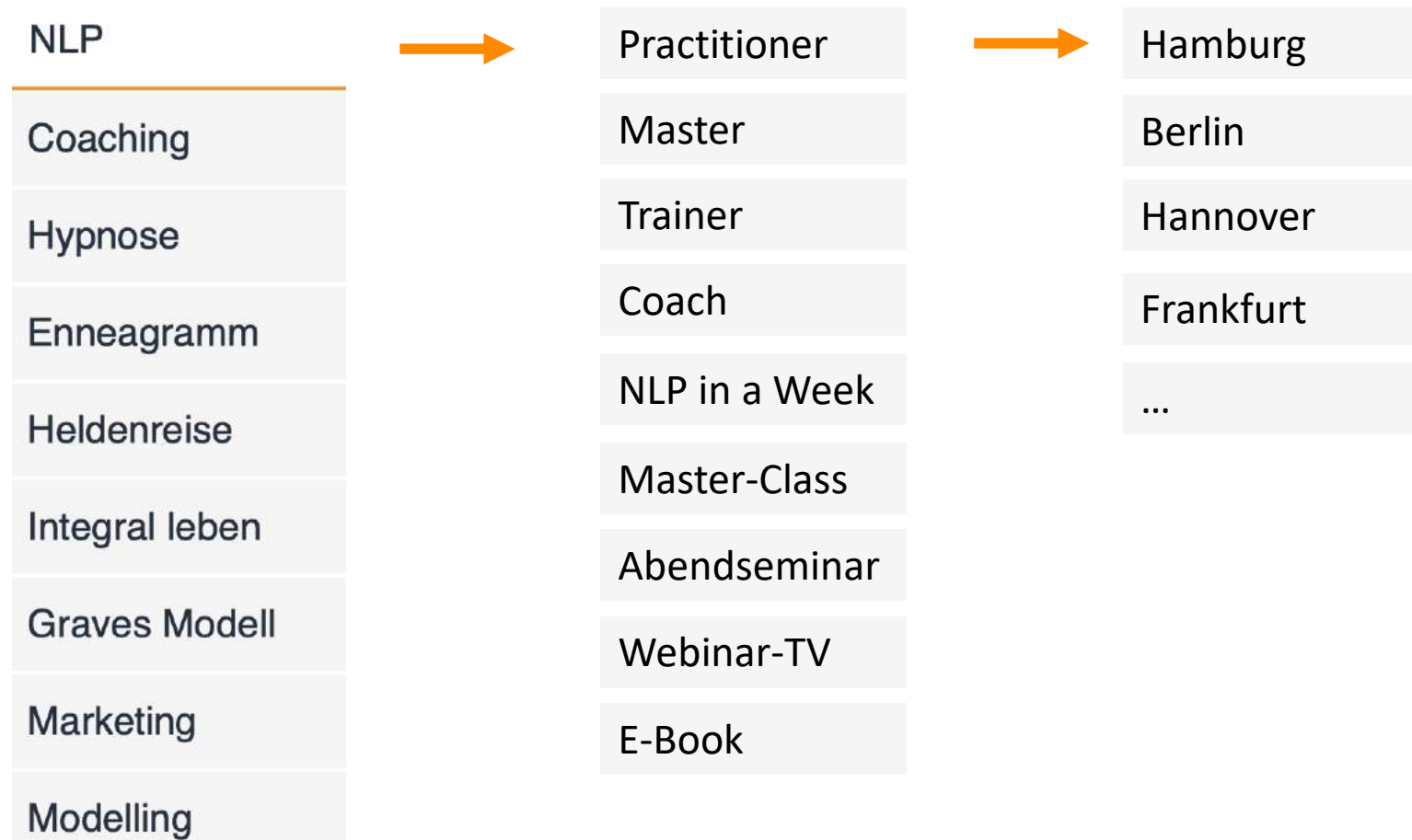
Video



Zuschauer auf YouTube und im Web erreichen und ansprechen

Vorteil: Bilder!
gut für Remarketing

Was will ich bewerben?



z.B. 9 mögliche Kampagnen

Was will ich bewerben?

NLP

Coaching

Hypnose

Enneagramm

Heldenreise

Integral leben

Graves Modell

Marketing

Modelling

Weltretter

Weitere ...



Was ist das Enneagramm



Verschaffe Dir einen Überblick, was das Enneagramm wirklich ist und was es zu bieten hat. Lerne die 9 Typen kennen.

Vorstellung der Typen



Lerne die neun Typen in ausführlichen Beschreibungen kennen und sieh Dir Videos zu den Typvergleichen an.

Enneagramm Tests



Lese hier, was wir Dir zu den typischen Enneagramm-Tests mitgeben wollen und mache einen Schnelltest.

Enneagramm Einführung



In diesem zweistündigen kostenlosen Online-Seminar bekommst Du einen sehr guten Überblick über das Enneagramm und die neun Typen.

Enneagramm Seminar-Reihe



Besuche unser Enneagramm-Intensiv-Seminar an fünf Abenden und lerne das Enneagramm durch praktische Übungen und Beispiele.

Enneagramm Practitioner



Absolviere die umfangreiche Enneagramm-Practitioner-Ausbildung und werde zu einem Enneagramm-Profi! Hohe Qualität zum günstigen Preis.

Was will ich bewerben?

Was ist das Enneagramm



Verschaffe Dir einen Überblick, was das Enneagramm wirklich ist und was es zu bieten hat. Lerne die 9 Typen kennen.

Keywörter:

- ✓ Enneagramm
- ✓ Was ist das Enneagramm?
- ✓ Geschichte des Enneagramms
- ✓ ...

Enneagramm Einführung



In diesem zweistündigen kostenlosen Online-Seminar bekommst Du einen sehr guten Überblick über das Enneagramm und die neun Typen.

Keywörter:

- ✓ Enneagramm Einführung
- ✓ Kostenloser Enneagramm Kurs
- ✓ Einstieg ins Enneagramm
- ✓ ...

Enneagramm Tests



Lese hier, was wir Dir zu den typischen Enneagramm-Tests mitgeben wollen und mache einen Schnelltest.

Keywörter:

- ✓ Enneagramm Test
- ✓ Welcher Enneagramm-Typ bin ich?
- ✓ Was ist mein Enneagramm-Typ?
- ✓ ...

Enneagramm Practitioner



Absolviere die umfangreiche Enneagramm-Practitioner-Ausbildung und werde zu einem Enneagramm-Profi! Hohe Qualität zum günstigen Preis.

Keywörter:

- ✓ Enneagramm-Ausbildung
- ✓ Enneagramm-Seminar
- ✓ Enneagramm-Practitioner
- ✓ ...

z.B. 4 Anzeigengruppen

Übung: Was willst Du bewerben?



- ✓ Was könntest Du alles bewerben?
- ✓ Was scheint Dir am besten geeignet?

Neue Kampagne anlegen

Was möchten Sie mit Ihrer Kampagne erreichen?

Ziel auswählen

Wählen Sie ein Ziel aus, damit die verwendeten Zielvorhaben und Einstellungen für Ihre Kampagne optimiert werden



Umsätze

Sie möchten Ihre Umsätze online, in Apps, am Telefon oder im Geschäft ankurbeln.



Leads

Sie möchten mehr Leads und andere Conversions erzielen, indem Sie Nutzer zum Handeln auffordern.



Zugriffe auf die Website

Sie möchten die richtigen Nutzer dazu bewegen, Ihre Website zu besuchen.



Produkt- und Markenkaufbereitschaft

Sie möchten Nutzer dazu ermuntern, sich über Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu informieren.



Markenbekanntheit und Reichweite

Sie möchten eine breite Zielgruppe erreichen und Ihre Bekanntheit steigern.



App-Werbung

Mehr App-Installationen, Engagements und Vorregistrierungen erzielen



Lokale Ladenbesuche und Werbeaktionen

Mit dieser Option lässt sich die Anzahl der Besuche in lokalen Geschäften, einschließlich Restaurants und Vertragshändler, steigern.



Kampagne ohne Zielvorhaben erstellen

Zuerst Kampagnentyp auswählen – ohne zielführende Empfehlung.

Abbrechen

Weiter



Neue Kampagne anlegen



Markenbekanntheit und Reichweite

Sie möchten eine breite Zielgruppe erreichen und Ihre Bekanntheit steigern.



App-Werbung

Mehr App-Installationen, Engagements und Vorregistrierungen erzielen



Lokale Ladenbesuche und Werbeaktionen

Mit dieser Option lässt sich die Anzahl der Besuche in lokalen Geschäften, einschließlich Restaurants und Vertragshändler, steigern.



Kampagne ohne Zielvorhaben erstellen

Zuerst Kampagnentyp auswählen – ohne zielführende Empfehlung.

Wählen Sie einen Kampagnentyp aus



Suche

Textanzeigen für Nutzer schalten, die an Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung interessiert sind



Kampagne für maximale Performance

Mit einer Kampagne über alle Google-Kanäle Ihre Zielgruppen erreichen. [So funktioniert's](#)



Display

Verschiedene Arten von Anzeigen im Web schalten



Shopping

Mit Shopping-Anzeigen für Produkte werben



Video

Zuschauer auf YouTube und im Web erreichen und ansprechen



App

Intensivierte App-Werbung in allen Google-Werbenetzwerken



Smart

Mit Anzeigen, die bei Google und im Web automatisch bereitgestellt werden, Geschäftsziele erreichen



Discovery

Anzeigen unter anderem auf YouTube, in Gmail und in Discover schalten

Neue Kampagne anlegen

Diese Conversion-Zielvorhaben zur Verbesserung der Kampagnenleistung verwenden

Von Conversion-Zielvorhaben mit der Kennzeichnung „Kontostandard“ werden Daten aus allen Ihren Kampagnen verwendet, um die Gebotsstrategie und Kampagnenleistung zu verbessern

Conversion-Zielvorhaben	Conversion-Quelle	Conversion-Aktionen	Wert
 Anruf-Leads (Kontostandard)	Anruf über Anzeigen	 1 Aktion	
 Käufe (Kontostandard)	Website	 2 Aktionen	Mehrere Werte
 Lead-Formulare senden (Kontostandard)	Website	26 Aktionen	Mehrere Werte
 Registrierungen (Kontostandard)	Website	18 Aktionen	Dynamisch (durchschn. Mehrere Werte)

[Zielvorhaben hinzufügen](#)

Wählen Sie die Ziele aus, die Sie mit dieser Kampagne erreichen möchten ⓘ

☒ Websitebesuche

☐ Anrufe

☐ App-Downloads

Kampagnenname

[Abbrechen](#) [Weiter](#)

Neue Kampagne anlegen

Gebote

Gebote

Worauf möchten Sie den Schwerpunkt legen? ⓘ

Conversions ▾

☐ Ziel-CPA (Cost-per-Action) festlegen (optional)

Alternative Gebotsstrategien wie beispielsweise Portfolios sind in den Einstellungen verfügbar, nachdem Sie die Kampagne erstellt haben

Weiter

Neue Kampagne anlegen

Kampagneneinstellungen

Zuerst wichtige Einstellungen für die Kampagne festlegen, damit Sie die richtigen Nutzer erreichen

Werbenetzwerke



Suchnetzwerk

Anzeigen können neben Google-Suchergebnissen und auf anderen Google-Websites ausgeliefert werden, wenn Ihre Keywords für die Suchanfrage eines Nutzers relevant sind

☐ Suchnetzwerk-Partner einbeziehen ?



Mit Suchnetzwerk-Partnern von Google die Reichweite vergrößern: Zusätzliche Kunden auf Partnerwebsites erreichen ?

[Übernehmen](#)



Displaynetzwerk

Einfache Methode, bei vergleichbaren oder niedrigeren Kosten als im Suchnetzwerk mit nicht aufgebrauchtem Budget zusätzliche Conversions zu erzielen.

☐ Google Displaynetzwerk einbeziehen ?



Displaynetzwerk-Aktivierung verwenden: Um bei einem ähnlichen Cost-per-Action (CPA) mehr Conversions zu erzielen, präsentieren Sie Ihre Anzeigen am besten an mehr Orten ?

[Übernehmen](#)

Neue Kampagne anlegen

Standorte

Standorte für die Ausrichtung auswählen ⓘ

☐ Alle Länder und Gebiete

☐ Deutschland

☒ Weiteren Standort eingeben

Zielregionen (2)	Reichweite ⓘ	✕
Deutschland Land	79.100.000	✕
Österreich Land	11.000.000	✕

Ausgeschlossene Orte (1)	Reichweite ⓘ	✕
Berlin, Berlin, Deutschland Ort	17.700.000	✕

[Erweiterte Suche](#)

Geben Sie beispielsweise ein Land, einen Ort, eine Region oder eine Postleitzahl ein

[▼ Standortoptionen](#)

Neue Kampagne anlegen

Sprachen

Wählen Sie die Sprachen aus, die Ihre Kunden sprechen. ⓘ

Deutsch ✕

Basierend auf Ihren Zielregionen könnten Sie außerdem folgende Sprachen hinzufügen:
Englisch
[Alle hinzufügen](#)

Zielgruppensegmente

Wählen Sie Zielgruppensegmente aus, die Ihrer Kampagne hinzugefügt werden sollen. Sie können neue Segmente in der [Zielgruppenverwaltung](#) erstellen. ⓘ

Suche	Stöbern	1 ausgewählt	Alle löschen
← Aktives Suchverhalten bzw. Absichten der Zielgruppe		Kaufbereite Zielgruppen	
☐ Baby- und Kinderartikel	▼	Bildung ✕	
☐ Bastel- und Künstlerbedarf			
☒ Bildung	▼		
☐ Computer und Peripheriegeräte	▼		
☐ Datingservices			
☐ Eintrittskarten	▼		
☐ Fahrzeuge	▼		

Ausrichtungseinstellung für diese Kampagne ⓘ

☐ Ausrichtung
Sie können die Reichweite der Kampagne auf ausgewählte Segmente beschränken und haben die Möglichkeit, Gebote anzupassen

☒ Beobachtung (empfohlen)
Die Reichweite der Kampagne wird nicht eingeschränkt und Sie können die Gebote für die ausgewählten Segmente anpassen

Neue Kampagne anlegen

Weitere Einstellungen

Anzeigenrotation	Optimieren: leistungsstärkste Anzeigen bevorzugt bereitstellen
Start- und Enddatum	Startdatum: 10. Dezember 2022 Enddatum: Nicht festgelegt
Werbezeitplaner	Ganztägig
URL-Optionen für die Kampagne	Keine Optionen festgelegt
Einstellung für dynamische Suchanzeigen	Automatische Ausrichtung im Suchnetzwerk und angepasste Anzeigentitel basierend auf Ihrer W

Keywörter

Keywords und Anzeigen

Mit Anzeigengruppen können Sie Ihre Anzeigen nach einem gemeinsamen Thema strukturieren. Die besten Ergebnisse erzielen Sie, wenn Sie Ihre Anzeigen und Keywords auf ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung ausrichten.

Anzeigengruppe 1

Keywords

Keyword-Vorschläge abrufen (optional)

Mit Google Ads können Sie Keywords finden. Dazu wird eine Webseite gescannt oder ermittelt, was für ähnliche Produkte oder Dienstleistungen gut funktioniert.

<https://www.landsiedel-seminare.de/enneagramm/enneagramm-uebersicht.html>

Enneagramm X Zu bewerbende Produkte oder Dienstleistungen hinzufügen

Keyword-Vorschläge aktualisieren

Keywords eingeben

Keywords sind Wörter oder Wortgruppen, die verwendet werden, um Ihre Anzeigen gezielt auszuliefern, wenn Nutzer nach damit übereinstimmenden Begriffen suchen

Enneagramm
Enneagramm Typen

Mit Keyword-Optionen legen Sie fest, bei welchen Suchanfragen Ihre Anzeigen ausgeliefert werden

Keyword = weitgehend passend "Keyword" = passende Wortgruppe [Keyword] = genau passend [Weitere Informationen](#)

Weitere Keywords hinzufügen: Präsentieren Sie Ihre Anzeigen häufiger genau den Nutzern, die nach Ihren Angeboten suchen

Aufrufen Alle übernehmen

Beispiel Mütze

Mütze → Synonyme, verwandte, zusammenhängende Begriffe, also auch Hüte und natürlich alles, wo Mütze auch nur im Entferntesten vorkommt.

+Mütze → Alle Varianten von Mütze werden verwendet, z.B. muetze, aber keine Synonyme.

„Mütze kaufen“ → Varianten werden berücksichtigt, aber die Wortgruppe „Mütze kaufen“ muss so vorkommen. Davor und dahinter dürfen aber noch andere Sachen stehen, z.B. rote Mütze kaufen.

[grüne Muetze] → Es muss genau dieses Keyword sein. Wobei Wörter mit der gleichen Bedeutung berücksichtigt werden, z.B. Laufschuhe = Schuhe zum Laufen.

-Mütze → Jetzt werden Suchanfragen mit diesem Keyword ausgeschlossen

Anzeigenerstellung

Anzeigengruppe: Enneagramm
Enneagramm

Keywords: Enneagramm, Enneagramm Typen

< > Nehmen Sie mehr Keywords in Ihre Anzeigentitel auf

Anzeigeneffektivität ⓘ
Schlecht

☒ Fügen Sie weitere Anzeigentitel hinzu Ideen anzeigen

☐ Nehmen Sie beliebige Keywords in Ihre Anzeigentitel auf Ideen anzeigen

☐ Gestalten Sie Ihre Anzeigentitel individuell Ideen anzeigen

☒ Gestalten Sie Ihre Textzeilen individuell Ideen anzeigen

Bei responsive Suchanzeigen geben Sie mehrere Titel sowie Textzeilen ein, die in den Anzeigen dann automatisch miteinander kombiniert werden. ⓘ

Finale URL ⓘ

Finale URL

Diese URL wird verwendet, um Anzeigentitel und Textzeilen vorzuschlagen.

Angezeigter Pfad ⓘ

/ /

10/15 6/15

Anzeigentitel 6/15 ⓘ

⌵ Für eine optimale Anzeigenleistung diese Keywords in die Anzeigentitel aufnehmen

✓ Enneagramm

Enneagramm Typen

Weitere Ideen >

Erforderlich 24/30

Erforderlich 24/30

Erforderlich 23/30

30/30

Vorschau

< > ⏏

📱

🖥

Anzeige • www.landsiedel-seminare.de/enneagramm ⓘ

Enneagramm Einführungen | 9 Muster des Enneagramms

Kostenlose Informationen zum Enneagramm und unseren Enneagramm-Seminaren. Viele Videos. Erfahre mehr über das Enneagramm und komme in unseren kostenlosen Webinare.

In dieser Vorschau sehen Sie mögliche Anzeigen, die aus Ihren Assets zusammengestellt wurden. Nicht alle Kombinationen werden angezeigt. Assets können in beliebiger Reihenfolge erscheinen. Sie müssen daher sowohl einzeln als auch in Kombination mit anderen Assets Sinn ergeben. Außerdem dürfen sie weder gegen unsere Richtlinien noch gegen örtliche Gesetze verstoßen. Bei einigen Formaten wird Text eventuell gekürzt. Sie können sicherstellen, dass bestimmte Textteile in der Anzeige erscheinen. [Weitere Informationen](#)

Vorschau

< > ▶

📱 🖥

Anzeige • www.landsiedel-seminare.de/enneagramm ⓘ

Enneagramm Einführungen | Lerne das Enneagramm kennen

Kostenlose Informationen zum Enneagramm und unseren Enneagramm-Seminaren. Viele Videos. Viele kostenlose Enneagramm-Online-Abende, die Dich weiterbringen werden.

In dieser Vorschau sehen Sie mögliche Anzeigen, die aus Ihren Assets zusammengestellt wurden. Nicht alle Kombinationen werden angezeigt. Assets können in beliebiger Reihenfolge erscheinen. Sie müssen daher sowohl einzeln als auch in Kombination mit anderen Assets Sinn ergeben. Außerdem dürfen sie weder gegen unsere Richtlinien noch gegen örtliche Gesetze verstoßen. Bei einigen Formaten wird Text eventuell gekürzt. Sie können sicherstellen, dass bestimmte Textteile in der Anzeige erscheinen. [Weitere Informationen](#)

Vermeide

- ✓ Rechtschreibfehler
- ✓ Keine „!“ oder mehrfach „!!“
- ✓ NiChT WiLKürlich GROSS und klein Schreiben
- ✓ Keine Emojis oder Emoticons
- ✓ Keine Telefonnummern im Text

Übung: Keywords und Anzeigentexte



- ✓ Welche Keywords passen zu Deinem Angebot?
- ✓ Formuliere mindestens 3 Überschriften und 3 Anzeigentexte

Anzeigen- Relevanz

Anzeigenrelevanz

- ✓ Wie gut passt die Anzeige zu den beworbenen Inhalten auf der Webseite?
- ✓ Je besser die Nutzer, die auf die Anzeige geklickt haben, auf die Seite reagieren, desto besser ist die Anzeigenrelevanz.
- ✓ Eine hohe Relevanz bedeutet, dass die Klickpreise sinken und man von Google ein besseres Ranking bekommt.
- ✓ Es ist also sehr wichtig, dass die Anzeige zum Content passt und man nicht durch Falschangaben versucht, mehr Leute auf die Seite zu bekommen.

Welche Faktoren berücksichtigt Google?

- ✓ Das Maximalgebot
- ✓ Unsere Anzeigenformate
- ✓ Relevanz
- ✓ Landingpage Erfahrung
- ✓ Erwartete Klickrate

Qualitätsfaktor

Qualitätsfaktor

Der Qualitätsfaktor ist ein Diagnosetool, mit dem Sie herausfinden können, wie die [Qualität Ihrer Anzeigen](#) im Vergleich zu anderen Werbetreibenden abschneidet.

Er wird auf Keyword-Ebene berechnet und anhand einer Skala von 1 bis 10 dargestellt. Ein hoher Qualitätsfaktor bedeutet, dass Ihre Anzeige und Ihre Landingpage für Nutzer, die nach Ihrem Keyword suchen, relevanter und hilfreicher sind als die anderer Werbetreibender.

Mithilfe des Qualitätsfaktors lässt sich herausfinden, bei welchen Aspekten Ihrer Anzeigen, Landingpages oder Keywords Optimierungsbedarf besteht.



Wissenswertes zum Qualitätsfaktor

- Der Qualitätsfaktor ist keine Leistungskennzahl. Er sollte nicht optimiert oder mit den restlichen Daten aggregiert werden.
- Der Qualitätsfaktor wird nicht in der Anzeigenauktion berücksichtigt. Er dient als Diagnosetool, mit dem Sie besser nachvollziehen können, wie Anzeigen, die durch bestimmte Keywords ausgelöst werden, die Nutzererfahrung beeinflussen.

Qualitätsfaktor

Berechnung

Für den Qualitätsfaktor wird die Leistung von drei Komponenten herangezogen:

- **Voraussichtliche Klickrate (CTR):** Dieser Wert gibt an, wie wahrscheinlich es ist, dass Ihre Anzeige von Nutzern angeklickt wird, die sie sehen.
- **Anzeigenrelevanz:** Hier sehen Sie, wie gut Ihre Anzeige mit der Absicht der Suchanfrage des Nutzers übereinstimmt.
- **Nutzererfahrung mit der Landingpage:** Dieser Wert gibt Aufschluss darüber, wie relevant und hilfreich Ihre Landingpage für Nutzer ist, die auf Ihre Anzeige klicken.

Jeder Komponente wird dabei einer der folgenden Status zugewiesen: „Überdurchschnittlich“, „Durchschnittlich“ oder „Unterdurchschnittlich“. Diese Bewertung beruht auf einem Vergleich mit anderen Werbetreibenden, deren Anzeigen innerhalb der letzten 90 Tage für genau dasselbe Keyword ausgeliefert wurden.

Hat eine dieser Komponenten den Status „Durchschnittlich“ oder „Unterdurchschnittlich“, könnte hier Optimierungsbedarf bestehen. [Fünf Möglichkeiten, die Leistung mithilfe des Qualitätsfaktors zu verbessern](#)

Welche Faktoren berücksichtigt Google?

Anzeigenrang

=

Maximalgebot

+

Qualitätsfaktor

+

Anzeigenformate/Erweiterungen

Anzeigen-Erweiterungen

Anzeige · <https://www.hertz6.de/> ▾

Online Marketing - Digital Marketing

Zusammen entwickeln Ihre **Online Marketing** Strategie und setzen sie um. Jetzt informieren. Profitieren Sie von über 20 Jahren Erfahrung in zahlreichen Branchen & Werbekanälen.

Digitales Marketing

Mehr Infos zu unseren Leistungen im digitalen Bereich

Referenzen

Werfen Sie einen Blick auf unsere bisherigen Projekte

Kontakt

Kontaktieren Sie uns einfach & unverbindlich

Anzeige · <https://www.thekey.community/coaching/ausbildung> ▾

Coach Ausbildung IHK - inkl. IHK Zertifikat München

Coaching Ausbildung - München - Bis zu 90% Fördermöglichkeiten - Jetzt beraten lassen

Ausbildungsinhalte

neben dem Beruf, 1 Wochenende mtl. 24 Seminartage auf 1 Jahr verteilt

IHK Zertifikat

Abschlussprüfung in der Ausbildung Begleitet durch Ihre Ausbilder

Fördermittelcheck

Bis zu 90% Förderung Jetzt prüfen lassen

Zusatzleistungen

30h Videomediathek + Coachdatenbank Schulung in Marketing und Verkauf

Anzeige · <https://www.competence.org/> ▾

Zertifizierter Coach werden - ICF akkreditiert

Competence Training Institute ist der exklusive Lizenznehmer von Co-Active **Coaching**.

Anzeige · <https://www.abitofcolor.de/> ▾

Die Coaching-Ausbildung Bayern - Mit Zertifikat (IIE®-CA)

Sei du selbst die Veränderung, die du dir wünschst, für diese Welt - Mahatma Gandhi. Sicher...

Anzeigen- Erweiterungen

Anzeigen-Erweiterungen

Hundezubehör & Hundefutter | Jetzt mit 10% Neukundenrabatt

Anzeige www.zooplus.de/ ▼

4,7 ★★★★★ Bewertung für zooplus.de

Seit 20 Jahren online die Nummer1! Tiere würden bei zooplus kaufen. 24h-Versand. Portofrei ab 24.90€. Kostenlose Rücksendung. Kauf auf Rechnung. Marken: Royal Canin, Pedigree.

[Leinen & Halsbänder](#) · [Hundebetten & Körbe](#) · [Boxen & Autozubehör](#) · [Hundesport & Training](#)

Alleinstellungsmerkmale angeben

Was ist Dein USP?

Für **Standort-Erweiterung** ist ein Google MyBusiness-Konto erforderlich.

Bei mindestens 5 Rezensionen und mehr als 3 Sternen kann die Erweiterung geschaltet werden.

Anzeigen-Erweiterungen (sitelinks)

google sitelinks auf Kampagnenebene

Sie sollten google sitelinks für diese Kampagne einsetzen. Die google sitelinks werden auch Ihrem Konto hinzugefügt und können dann in anderen Kampagnen verwendet werden.

Änderungen, die Sie hier vornehmen, werden auf alle Anzeigen in dieser Kampagne angewendet

Speichern Abbrechen

Neuen Sitelink hinzufügen

Sitelink 1

Sitelink-Text

Trainerin Kirstin Kaul

22/75

Textzeile 1 (optional)

Kirstin leitet das Enneagramm seit

33/35

Textzeile 2 (optional)

Jahren und wendet es täglich an.

35/35

Finale URL

37/35

Sitelink 2

Sitelink-Text

Landsiedel NLP Training

23/25

Textzeile 1 (optional)

Seit 30 Jahren bieten wir günstige

34/25

Textzeile 2 (optional)

Seminare in hoher Qualität an.

36/25

Finale URL

38/25

Sitelink 3

Sitelink-Text

Gratis Enneagramm-Test

21/25

Textzeile 1 (optional)

Mach den kostenlosen Enneagramm-

30/25

Textzeile 2 (optional)

Test und erkenne Dein Muster.

26/25

Finale URL

32/25

2 von 3 Vorschauen

Sitelink Asset hervorheben

Desktop

Anzeige

landsiedel-seminare.de/enneagramm/seminar

9 Muster des Enneagramms | Das Enneagramm entdecken |...

Kostenlose Informationen zum Enneagramm und unseren Enneagramm-Seminaren. Viele Videos. Erfahre mehr über das Enneagramm und komme in unseren kostenlosen Webinars.

Trainerin Kirstin Kaul

Gratis Enneagramm-Test

Landsiedel NLP Training

Sitelink-Text

In dieser Vorschau sehen Sie mögliche Anzeigen, die aus Ihren Assets zusammengestellt wurden. Nicht alle Kombinationen werden angezeigt. Assets können in beliebiger Reihenfolge erscheinen. Sie müssen daher sowohl einzeln als auch in Kombination mit anderen Assets Sinn ergeben. Außerdem dürfen sie weder gegen unsere Richtlinien noch gegen örtliche Gesetze verstoßen. Bei einigen Formaten wird eventuell gekürzt. Sie können sicherstellen, dass bestimmte Textteile in der Anzeige erscheinen. [Weitere Informationen](#)

Snippet-Erweiterungen

^ Weitere Asset-Typen (0/7)

Sie können die Anzeigenleistung steigern und Anzeile zur Interaktion mit Ihrer Anzeige setzen, wenn Sie mehr Angaben zu Ihrem Unternehmen und Ihrer Website machen

Gutscheincodes ⓘ

Werbeaktionen hinzufügen

Preise ⓘ

Preise hinzufügen

Anrufe ⓘ

Telefonnummer hinzufügen

+ Anrufe

Callouts ⓘ

Weitere Informationen zum Unternehmen hinzufügen

+ Callouts

Snippet-Erweiterungen ⓘ

Snippets hinzufügen

+ Snippet-Erweiterungen

Assets hinzufügen

Lead-Formulare ⓘ

Formular hinzufügen

+ Lead-Formulare

Standorte ⓘ

Standorte (Konto)

Apps ⓘ

Apps hinzufügen

+ Apps

^ URL-Optionen für Anzeigen

Anzeige · www.landsiedel-seminare.de/enneagramm

9 Muster des Enneagramms | Mach den Enneagramm-Test

Erfahre mehr über das Enneagramm und komme in unseren kostenlosen Webinare. Du lernst das Enneagramm kennen, kannst Dir viele Videos ansehen und kostenlos teilnehmen.

Trainerin Kirstin Kaul

Landsiedel NLP Training

Gratis Enneagram-Test

In dieser Vorschau sehen Sie mögliche Anzeigen, die aus Ihren Assets zusammengestellt wurden. Nicht alle Kombinationen werden angezeigt. Assets können in beliebiger Reihenfolge erscheinen. Sie müssen daher sowohl einzeln als auch in Kombination mit anderen Assets Sinn ergeben. Außerdem dürfen sie weder gegen unsere Richtlinien noch gegen örtliche Gesetze verstoßen. Bei einigen Formaten wird Text eventuell gekürzt. Sie können sicherstellen, dass bestimmte Textteile in der Anzeige erscheinen. [Weitere Informationen](#)

Snippet-Erweiterungen

snippet-erweiterungen auf Kampagnenebene

Sie sollten snippet-erweiterungen für diese Kampagne einsetzen. Die snippet-erweiterungen werden auch Ihrem Konto hinzugefügt und können dann in anderen Kampagnen verwendet werden.

 Änderungen, die Sie hier vornehmen, werden auf alle Anzeigen in dieser Kampagne angewendet

Snippet bearbeiten

Titel 

Deutsch ▾

Kurse ▾

Werte 

Advent mit dem Enneagramm

25/25

Info-Abend Practitioner

23/25

Einführung-Webinar

18/25

[Wert hinzufügen](#)

[Speichern](#) [Abbrechen](#)

1 von 2 Vorschauen



Snippet-Asset hervorheben ☒

Mobil

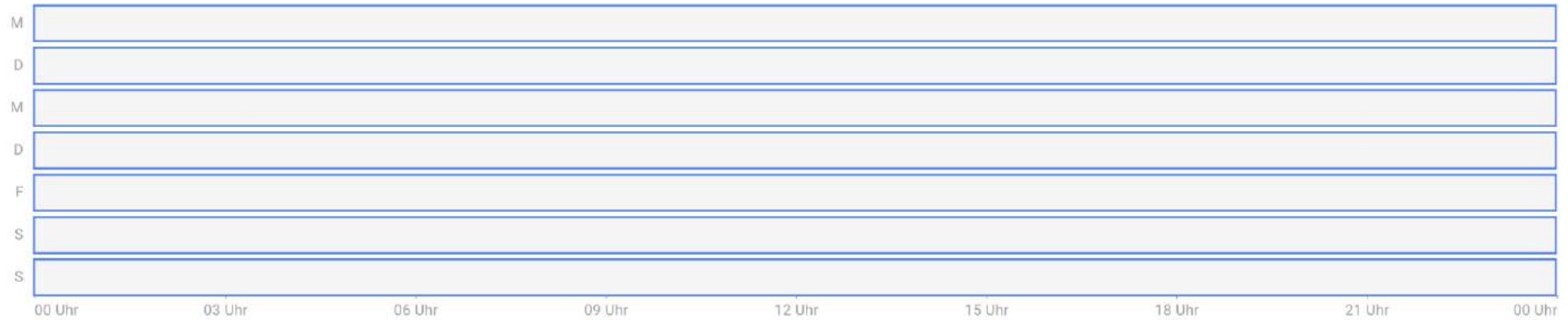


In dieser Vorschau sehen Sie mögliche Anzeigen, die aus Ihren Assets zusammengestellt wurden. Nicht alle Kombinationen werden angezeigt. Assets können in beliebiger Reihenfolge erscheinen. Sie müssen daher sowohl einzeln als auch in Kombination mit anderen Assets Sinn ergeben. Außerdem dürfen sie weder gegen unsere Richtlinien noch gegen örtliche Gesetze verstoßen. Bei einigen Formaten wird Text eventuell gekürzt. Sie können sicherstellen, dass bestimmte Textteile in der Anzeige erscheinen. [Weitere Informationen](#)

Werbezeitplaner

Werbezeitplaner

Ihre Anzeigen können immer geschaltet werden



Filter hinzufügen

☐ Datum und Uhrzeit	Gebotsanp.	↓ Klicks	Impr.	CTR	Durchschn. CPC
--	------------	----------	-------	-----	----------------

Ihre Anzeigen können an allen Wochentagen rund um die Uhr ausgeliefert werden

[+ Werbezeitplaner bearbeiten](#)

Budget

Budget

Wählen Sie aus, wie viel Sie durchschnittlich pro Tag ausgeben möchten.

☐ 458,60 € **Empfohlen**

☒ **Benutzerdefiniertes Budget festlegen**

Durchschnittliches Tagesbudget für diese Kampagne festlegen

Klicks pro Woche	Wöchentliche Kosten	Durchschn. CPC
266	70,00 €	0,26 €



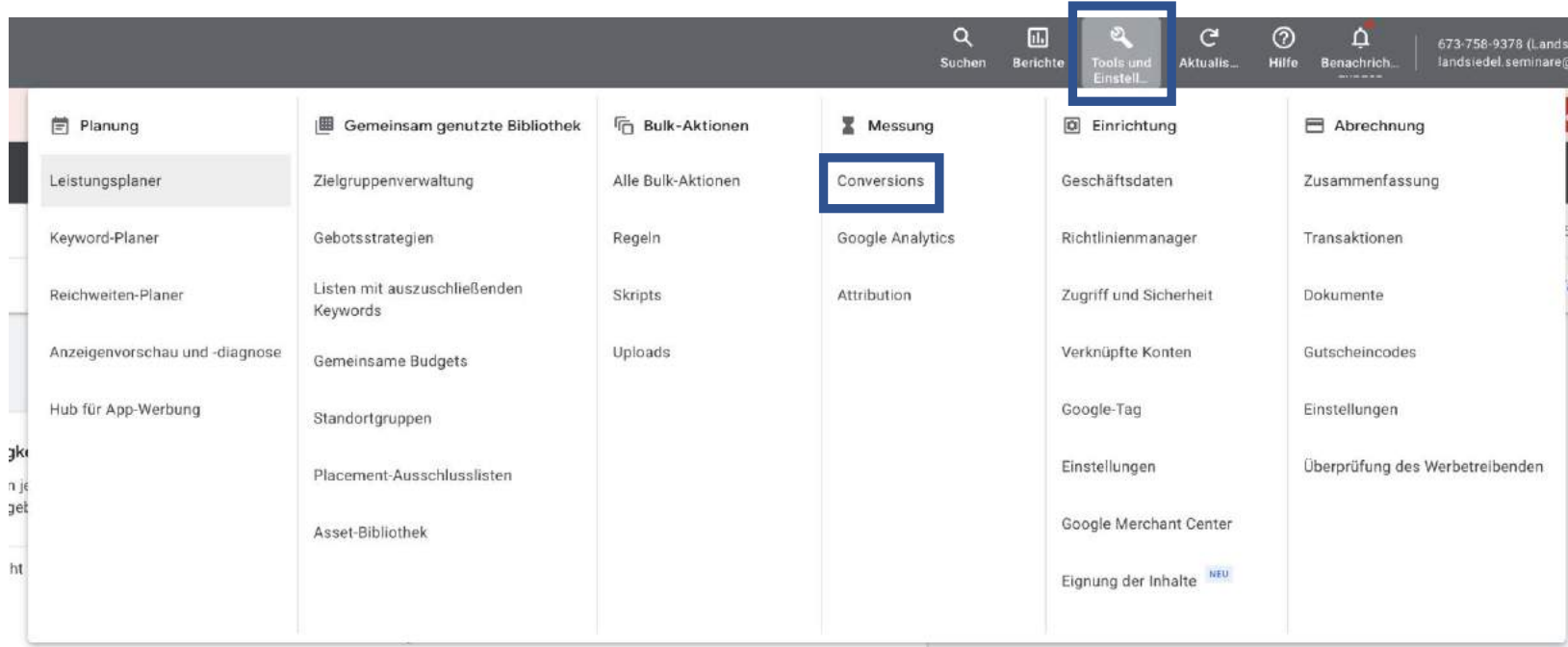
Wenn Sie ein Budget unter 458,60 € auswählen, werden Ihre Anzeigen eventuell nicht so oft ausgeliefert, wie es eigentlich möglich wäre

Pro Monat zahlen Sie nicht mehr als Ihr Tagesbudget multipliziert mit der durchschnittlichen Anzahl der Tage des Monats. Es ist möglich, dass die Ausgaben an manchen Tagen deutlich über oder unter dem Tagesbudget liegen. [Weitere Informationen](#)

Weiter

Conversion Tracking

Conversion-Tracking



Conversion-Tracking

Conversion-Tracking nutzen

Conversion-Tracking ist für den Erfolg von Onlinemarketing unverzichtbar. Es gibt Aufschluss darüber, wie sich die Nutzer verhalten, nachdem sie Ihre Anzeige gesehen haben. Conversion-Aktionen werden einzeln eingerichtet, Sie können aber mehrere Conversion-Aktionen auf einmal verfolgen. [Weitere Informationen](#)

Wählen Sie die Art von Conversions aus, die erfasst werden sollen. 

Website



Aktionen auf Ihrer Website
erfassen

App



Aktionen in Ihrer App erfassen

Anrufe



Über Anzeigen oder Website
getätigte Anrufe erfassen

Import



Daten aus Google Analytics oder
einer anderen Quelle importieren

Conversion-Tracking

Optimierung von Zielvorhaben und Aktionen	Kategorie des Zielvorhabens für diese Aktion auswählen Lead-Formular senden ▾ ↕ Optimierungsmöglichkeiten für Conversion-Aktionen	Sie können diese Zielvorhaben bzw. Kategorien nutzen, um Ihre Conversion-Aktionen zu gruppieren und Ihre Kampagnenberichte zu segmentieren.
Conversion-Name	Lead-Formular senden 20/100	Beispiele: "Newsletter-Anmeldungen im Juni", "Bewerbungen als Manager" oder "Winterschlussverkauf"
Wert	Wenn Sie Conversions einen Wert zuweisen, können Sie die Wirkung Ihrer Werbung messen ☒ Für jede Conversion denselben Wert verwenden Bei jeder Conversion wird der gleiche Wert erfasst. Geben Sie den Wert ein, der dieser Conversion zugewiesen werden soll 1 Euro (EUR €) ▾ ☐ Unterschiedliche Werte für jede Conversion verwenden ☐ Für diese Conversion-Aktion keinen Wert verwenden (nicht empfohlen)	Wenn Sie Leads erfassen, geben Sie den durchschnittlichen Wert für jeden Lead ein. Falls Sie nur eine Produktart verkaufen, geben Sie den Wert jedes Verkaufs ein. Wenn Sie beispielsweise ein Produkt für 20 € verkaufen, weisen Sie diesen Wert zu. Für jeden Verkauf wird von Google Ads ein Wert von 20 € erfasst. Weitere Informationen
Zählmethode	Legen Sie fest, wie viele Conversions pro Klick oder Interaktion gezählt werden sollen ☒ Alle Diese Option empfiehlt sich für Käufe, da Ihnen jeder Kauf etwas einbringt. ☐ Eine Diese Option empfiehlt sich für Leads, Anmeldungen und andere Conversions, bei denen nur die erste Interaktion einen Wert für Ihr Unternehmen hat.	Wenn jemand auf die Anzeige klickt und bei unterschiedlichen Gelegenheiten zwei separate Käufe tätigt, werden zwei Conversions erfasst. Weitere Informationen

Conversion-Tracking

Conversion-Tracking-Zeitraum für Klicks	 Datengetrieben Empfohlen	▼
Conversion-Tracking-Zeitraum für aktive Wiedergabe	 Letzter Klick	▼
Tracking-Zeitraum für View-through-Conversions	 Erster Klick	▼
Attributionsmodell	 Linear	
	 Zeitverlauf	Wählen Sie, welcher Beitrag zur Conversion der jeweiligen Anzeigeninteraktion
	 Positionsbasiert	^

Conversion-Tracking

Conversion-Aktionen manuell erstellen, um benutzerdefinierte Funktionen zu verwenden

Conversion-Aktionen manuell mithilfe von Code erstellen



Conversion-Aktionen manuell einrichten:

- Wenn Sie transaktionsspezifische Werte, Transaktions-IDs und/oder andere benutzerdefinierte Parameter verwenden.
- Wenn Sie Klicks auf Schaltflächen oder Links erfassen möchten.

Bei dieser Option müssen Sie ein Ereignis-Snippet in den Code Ihrer Website einfügen

Conversion-Zielvorhaben	Conversion-Name	
 Lead-Formular senden	Lead-Formular senden	Einstellungen

[+ Conversion-Aktion manuell hinzufügen](#)

[Speichern und fortfahren](#)

[Abbrechen](#)

Conversion-Tracking

Mit einem Google-Tag einrichten

Anleitung per E-Mail an den Webmaster senden

Google Tag Manager verwenden

1. Messung mit einem Google-Tag aktivieren

Mit einem Google-Tag können Sie Aktivitäten auf Ihrer Website erfassen. Es muss eingebunden sein, damit sich mit Ereignis-Snippets Conversions erfassen lassen.

Google-Tag

Einrichten

2. Bestimmte Conversions mit Ereignis-Snippets erfassen

Conversion-Zielvorhaben	Conversion-Name	
 Lead-Formular senden	Lead-Formular senden	Ereignis-Snippet ansehen

Wenn Sie für Ihre Website das AMP-Framework verwenden, können Sie sich die Anleitung per E-Mail senden lassen.

Fertig

Conversion-Tracking

Mit einem Google-Tag einrichten

Anleitung per E-Mail an den Webmaster senden

Google Tag Manager verwenden

Conversion-Tracking-Tag von Google Ads installieren

Verwenden Sie Google Tag Manager, um [das Conversion-Tracking-Tag von Google Ads zu installieren](#).

Conversion-ID

1052535076

Conversion-Labels

Unten sehen Sie die Conversion-Labels für die Conversions, die Sie erstellt haben

Lead-Formular senden (1)

ZMvECMf45oQYEKTS8fUD

Nächste Schritte

Fügen Sie ein [Tag vom Typ "Conversion-Verknüpfung"](#) hinzu und konfigurieren Sie es so, dass es auf allen Webseiten ausgelöst wird.

Wenn Sie AMP-Seiten verwenden, benötigen Sie einen separaten Container. Fügen Sie diese Informationen auch diesem Container auf Ihren AMP-Seiten hinzu.

Fertig

WP-Plugin

WordPress Plugins



The advertisement features a dark blue header with the Borlabs logo and navigation links. The main content area has an orange-to-white gradient background. On the left, a computer monitor displays the plugin's settings interface. To the right, the product name 'Borlabs Cookie® 2.2' is prominently displayed, followed by a description of its purpose for GDPR compliance. A blue button with white text is positioned below the text.

BORLABS Startseite Produkte Blog Affiliate Support Kundenportal    

Borlabs Cookie® 2.2

WORDPRESS COOKIE PLUGIN ZUR EINHALTUNG DER DSGVO & EPRIVACY

Mit dem Borlabs Cookie Opt-in erhältst du ein leicht zu bedienendes Plugin für WordPress, das dir erlaubt Cookies z.B. Retargeting-Cookies wie von Google AdSense via Opt-in zu integrieren. Erst wenn dein Besucher seine Zustimmung gibt, wird das JavaScript aktiviert und der Cookie gesetzt und damit die Datenschutzgrundverordnung eingehalten.

JETZT BORLABS COOKIE KAUFEN

WordPress Plugins

Google Fonts Problem
wird hier auch gelöst!

Borlabs Cookie Lizenzen

The image displays four pricing cards for Borlabs Cookie Lizenzen, arranged horizontally. Each card has a distinct color and lists specific features and a 'JETZT KAUFEN' (Buy Now) button.

License Type	Price (€)	Number of Websites	Updates	Support
Personal	39	1	1 Jahr kostenlose Updates	1 Jahr kostenloser Support
Business - Medium	99	5	1 Jahr kostenlose Updates	1 Jahr kostenloser Support
Agency - Small	199	25	1 Jahr kostenlose Updates	1 Jahr kostenloser Support
Agency	299	99	1 Jahr kostenlose Updates	1 Jahr kostenloser Support

Additional details: The 'Business - Medium' card has a 'TOP' badge in the top right corner. The 'Agency' card has a 'SAVE' badge in the top right corner.

Übung: Tracking



- ✓ Was würdest Du denn gerne alles tracken?
- ✓ Wie kannst Du Google Analytics 4 oder ein andere Tool einsetzen?
- ✓ Welchen Nutzen hättest Du davon?

Google Tag Manager

The screenshot displays the Google Tag Manager interface for the account 'www.landsiedel-seminare.de'. The top navigation bar includes 'Arbeitsbereich', 'Versionen', and 'Verwaltung'. The left sidebar lists navigation options: 'Übersicht' (selected), 'Tags', 'Trigger', 'Variablen', 'Ordner', and 'Vorlagen'. The main content area is divided into three columns:

- Neues Tag**: A section for adding new tags, stating 'Sie können aus mehr als 50 Tag-Typen auswählen' and providing a link 'Neues Tag hinzufügen'.
- Wird bearbeitet**: A blue box indicating the current workspace is being edited. Below it, a section titled 'Änderungen im Arbeitsbereich' shows counts for 'Geändert' (0), 'Hinzugefügt' (0), and 'Gelöscht' (0), with a link 'Arbeitsbereiche verwalten'.
- Live-Version**: A green box showing the current live version is 'Version 162', published 'am vor 8 Stunden von landsiedel.seminare@gmail.com'. It also shows the 'Neueste Version' (Version 162) was changed 'vor 8 Stunden' and provides a link 'Neueste Version'.

Below these columns, a large section titled 'Änderungen im Arbeitsbereich' contains a pencil icon and the message 'Dieser Arbeitsbereich enthält keine Änderungen.' with a link 'Weitere Informationen'. At the bottom, there is a section for 'Aktivitätsverlauf'.

Beiträge