

1. Einleitung	7	4. Ads – ein Überblick	49
Bezahlte Anzeigen und organische Suchergebnisse	9	Navigation durch Kampagnen und Anzeigengruppen	51
Google Ads	11	Hauptnavigation – Übersicht	53
Keywords, Klicks und Impressions	13	Hauptnavigation – Empfehlungen	55
Suchnetzwerk vs. Displaynetzwerk	15	Hauptnavigation – Kampagnen	57
Google-Suchergebnisse: verschiedene Typen	17	Hauptnavigation – Anzeigengruppen	59
Der rote Faden bei der Suche	19	Hauptnavigation – Anzeigen und Erweiterungen 1	61
2. Ihre Ziele mit Google Ads	21	Hauptnavigation – Anzeigen und Erweiterungen 2	63
Die richtigen Nutzer ansprechen	23	Hauptnavigation – Zielseiten	65
Klicks für Ihre Website	25	Hauptnavigation – Keywords	67
Conversions	27	Hauptnavigation – Keywords, Zielgruppen, demografische Merkmale, Themen, Placements	69
Wo und wie beginnen	29	Hauptnavigation – Einstellungen	71
3. Erstellen eines Ads-Kontos	31	Hauptnavigation – Änderungsverlauf	73
Erstellen eines Google-Kontos	33	Berichte	75
Zeitzone und Währung festlegen	35	Tools	77
Die erste Kampagne	37	Tools – Conversions	79
Anzeigengruppe und Keywords	39	Tools – Google Analytics/ Google Merchant Center	81
Eine Anzeige anlegen	41	Tools – Keyword-Planer	83
Kontoeinrichtung – Abrechnung	43		
Kampagne pausieren	45		
Datenschutz	47		

Tools – Anzeigenvorschau und -diagnose	85	Keyword-Planer	129
Überblick über die Struktur	87	Keywords einfügen	131
5. Kampagnen einrichten	89	7. Anzeigen	133
Name, Status, Ziel und Werbenetzwerk	91	Aufbau einer Anzeige	135
Werbennetzwerke	93	Anzeigentitel und Beschreibung	137
Standort	95	Angezeigter Pfad und finale URL	139
Standort genauer festlegen	97	Redaktionelle Vorgaben	141
Radius	99	Werberichtlinien	143
Sprachen	101	Wie schreibe ich eine gute Anzeige	145
Budget und Auslieferungsmethode	103	Anzeigen testen	147
Gebote und Gebotsstrategie	105		
Manuelle vs. Automatische Gebotseinstellung	107	8. Zielseite	149
Start- und Enddatum	109	Was zeichnet eine gute Zielseite aus?	151
Weitere Einstellungen – Anzeigenrotation	111	Handlungsaufforderung	153
Werbezeitplan	113	Vertrauen gewinnen	155
Geräte	115	Zielseitenerfahrung	157
6. Keywords	117	9. Qualitätsfaktor	159
Wie finde ich die richtigen Keywords?	119	Woraus besteht der Qualitätsfaktor?	161
Keyword-Optionen – Teil 1	121	Den Status überprüfen	163
Keyword-Optionen – Teil 2	123	Das Auktionsmodell und der Qualitätsfaktor	165
Ausschließende Keywords	125	Wo spielt der Qualitätsfaktor noch eine Rolle?	167
Keywords sammeln und strukturieren	127		

10. Anzeigenerweiterungen	169	Budget und Gebote	213
Sitelink-Erweiterungen	171	Vordefinierte Berichte	215
Sitelinks einrichten und auswählen	173	Remarketing	217
Standorterweiterungen	175	Remarketing im Einsatz	219
Google-My-Business-Eintrag anlegen	177		
Anruferweiterung	179		
Erweiterung mit Zusatzinformationen	181		
Snippet-Erweiterung	183		
SMS-Erweiterung	185		
Preiserweiterung	187		
Angebotserweiterung	189		
11. Conversion-Tracking	191		
Conversion-Tracking einrichten 1	193		
Conversion-Tracking einrichten 2	195		
Conversion-Tracking und DSGVO	197		
Conversions messen	199		
12. Auswertung, Optimierung und Remarketing	201		
Leistungsdaten abrufen	203		
Keywords – Suchbegriffe	205		
Keywords strukturieren, Anzeigen verbessern	207		
Klickrate	209		
Anzeigen testen	211		
13. Displaynetzwerk	221		
Die richtige Ausrichtung für Ihre Werbung	223		
Erstellen einer Kampagne im Displaynetzwerk	225		
Gebote	227		
Anzeigengruppe Personen und Content	229		
Anzeigengruppe weitere Einstellungen	231		
Responsive Anzeige erstellen	233		
Weitere Anzeigen erstellen	235		
Richtlinien für Bildanzeigen	237		
Anzeigen ausrichten	239		
Optimierung im Displaynetzwerk	241		
Weitere Optimierung	243		
Ads Checkliste	245		
Glossar	247		
Index	261		