

<b>1. Einleitung</b>	7	<b>4. Ads – ein Überblick</b>	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
<b>2. Ihre Ziele mit Google Ads</b>	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
<b>3. Erstellen eines Ads-Kontos</b>	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
<b>5. Kampagnen einrichten</b>	89	<b>7. Anzeigen</b>	133
Name, Status, Ziel und Werbenetzwerk	91	Aufbau einer Anzeige	135
Werbenetzwerke	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	<b>8. Zielseite</b>	149
Manuelle vs. Automatische		Was zeichnet eine gute Zielseite aus?	151
Gebotseinstellung	107	Handlungsaufforderung	153
Start- und Enddatum	109	Vertrauen gewinnen	155
Weitere Einstellungen –		Zielseitenerfahrung	157
Anzeigenrotation	111	<b>9. Qualitätsfaktor</b>	159
Werbezeitplan	113	Woraus besteht der Qualitätsfaktor?	161
Geräte	115	Den Status überprüfen	163
<b>6. Keywords</b>	117	Das Auktionsmodell und der	
Wie finde ich die richtigen Keywords?	119	Qualitätsfaktor	165
Keyword-Optionen – Teil 1	121	Wo spielt der Qualitätsfaktor	
Keyword-Optionen – Teil 2	123	noch eine Rolle?	167
Ausschließende Keywords	125		
Keywords sammeln und strukturieren	127		

<b>10. Anzeigenerweiterungen</b>	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	<b>13. Displaynetzwerk</b>	221
Erweiterung mit Zusatzinformationen	181	Die richtige Ausrichtung für Ihre Werbung	223
Snippet-Erweiterung	183	Erstellen einer Kampagne im Displaynetzwerk	225
SMS-Erweiterung	185	Gebote	227
Preiserweiterung	187	Anzeigengruppe Personen und Content	229
Angebotserweiterung	189	Anzeigengruppe weitere Einstellungen	231
<b>11. Conversion-Tracking</b>	191	Responsive Anzeige erstellen	233
Conversion-Tracking einrichten 1	193	Weitere Anzeigen erstellen	235
Conversion-Tracking einrichten 2	195	Richtlinien für Bildanzeigen	237
Conversion-Tracking und DSGVO	197	Anzeigen ausrichten	239
Conversions messen	199	Optimierung im Displaynetzwerk	241
<b>12. Auswertung, Optimierung und Remarketing</b>	201	Weitere Optimierung	243
Leistungsdaten abrufen	203	Ads Checkliste	245
Keywords – Suchbegriffe	205	<b>Glossar</b>	247
Keywords strukturieren, Anzeigen verbessern	207	<b>Index</b>	261
Klickrate	209		
Anzeigen testen	211		