

# Inhalt

Über die Autorin ..... 7

Vorwort ..... 9

**Teil 1: Google AdWords – Grundlagen und Nutzung**

1. Einführung ..... 13

    1.1 Warum Online-Werbung? ..... 14

    1.2 Google AdWords – Was ist das? ..... 16

    1.3 Was kann mit AdWords erreicht werden? ..... 19

    1.4 Wie funktioniert Werbung mit AdWords? ..... 21

    1.5 Mit welchen Kosten muss ich rechnen? ..... 22

    1.6 Wo genau sind AdWords-Anzeigen zu sehen? ..... 23

    1.7 Bevor es losgeht ..... 25

2. Kontoeinrichtung ..... 27

    2.1 Erste Schritte ..... 28

    2.2 Eingabe der Kontoinformationen ..... 30

    2.3 Erstellen einer Website mit Google Sites ..... 33

3. Wo finde ich was im Konto? ..... 37

4. Wie verwalte ich mein Budget? ..... 49

    4.1 Kostenkontrolle ..... 50

    4.2 Klickbetrug ..... 53

    4.3 Bezahlverfahren und -optionen ..... 55

**Teil 2: Einrichten von Kampagnen, Anzeigengruppen, Anzeigen und Keywords**

5. Das Wichtigste bei jeder Kampagne – Ihre Werbeziele ..... 61

    5.1 So legen Sie Ihre erste Kampagne an..... 65

    5.2 Kampagnen für das Content-Werbenetzwerk ..... 72

    5.3 Zusätzliche Kampagneneinstellungen ..... 77

    5.4 Gebotsoptionen für Kampagnen ..... 87

    5.5 Kampagnenleistung ..... 91

<b>i. Anzeigengruppen – Ordnung innerhalb der Kampagne .....</b>	<b>93</b>
<b>7. Welche Anzeigenformate gibt es? .....</b>	<b>97</b>
7.1 Anzeigenformate und ihr Aufbau .....	98
<b>8. Finden Sie Keywords für Ihre Anzeigen .....</b>	<b>107</b>
8.1 Auswahl der Keywords.....	108
8.2 Einrichten der Keywords .....	109
8.3 Bearbeiten von Keywords .....	114
8.4 Effektive Keywordauswahl .....	117
8.5 Bedeutung der verschiedenen Keywordoptionen .....	118
8.6 Ausschließende Keywords auf Kampagnenebene .....	123
8.7 Tatsächlich gesuchte Keywords .....	124
8.8 Richtlinien zu Marken- und Urheberrecht.....	125
<b>9. Qualitätsfaktor und Anzeigenplatzierung .....</b>	<b>127</b>
9.1 Was ist der Qualitätsfaktor und wo ist er zu finden?.....	128
9.2 Wie erreicht man einen hohen Qualitätsfaktor? .....	130
9.3 Anzeigenrang und Anzeigenposition .....	133
9.4 Anzeigenauslieferung .....	138
<b>10. So gestalten Sie AdWords-Anzeigen .....</b>	<b>141</b>
10.1 Der richtige Aufbau von Anzeigentexten.....	142
10.2 Dynamic Keyword Insertion .....	146
10.3 Tipps für gute Anzeigentexte.....	147
10.4 Gute und schlechte Anzeigen.....	149
10.5 Was Sie im Anzeigentext unbedingt vermeiden müssen .....	152
10.6 Der richtige Aufbau von Image- und Video-Anzeigen .....	154
10.7 Erfolgsfaktor der Profis – Kenntnisse über die Zielgruppe .....	155
<b>11. Heute unverzichtbar – Ihre Landing Page .....</b>	<b>159</b>
11.1 Was ist eine Landing Page? .....	160
11.2 Richtiges Erstellen einer Landing Page .....	162
11.3 Richtlinien für Ihre Website .....	164
<b>12. Waren Sie erfolgreich? – Das Berichtcenter gibt Antworten .....</b>	<b>165</b>

**Teil 3: Optimierungsmaßnahmen**

**13. Optimieren Sie Ihre Kampagne mit AdWords Conversion Tracking..... 175**

13.1 Was ist Conversion Tracking und wie funktioniert es? ..... 176

13.2 AdWords Conversion Tracking..... 177

13.3 Einrichten von AdWords Conversion Tracking ..... 178

13.4 Tracken einer dynamischen Variablen ..... 181

13.5 Auswerten der Daten..... 181

13.6 A/B-Tests ..... 183

13.7 Multivariate Tests ..... 188

**14. Nutzerdaten mit Google Analytics auswerten ..... 191**

14.1 Einrichten von Google Analytics..... 193

14.2 Analytics-Einstellungen ..... 196

14.3 Anlegen eines Filters..... 198

14.4 Einrichten von Zielen und Trichtern ..... 200

14.5 Ziel definieren..... 202

14.6 Trichter definieren ..... 205

14.7 Berichtsfunktionen ..... 207

14.8 Aufbau der Analytics-Berichte..... 209

**15. Arbeitsweise der Profis: Optimierung als ständiger Lernprozess ..... 221**

15.1 Optimieren Sie Ihre Kampagnen richtig ..... 223

15.2 Zusammenfassung der Optimierungsmöglichkeiten ..... 227

**16. Weitere Profi-Tools von Google nutzen ..... 231**

**17. Das bringt die Zukunft ..... 251**

**18. Glossar – Begriffserklärung ..... 255**

**19. Links ..... 269**

19.1 Keyword-Tools ..... 270

19.2 Tools ..... 270

19.3 Andere nützliche Links ..... 270

**20. Anmerkungen und Quellen ..... 273**

**Register ..... 275**