

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 Gebotoptionen für Kampagnen 87
- 5.5 Kampagnenleistung 91

i. Anzeigengruppen – Ordnung innerhalb der Kampagne	93
7. Welche Anzeigenformate gibt es?	97
7.1 Anzeigenformate und ihr Aufbau	98
8. Finden Sie Keywords für Ihre Anzeigen	107
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
9. Qualitätsfaktor und Anzeigenplatzierung	127
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
10. So gestalten Sie AdWords-Anzeigen	141
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
11. Heute unverzichtbar – Ihre Landing Page	159
11.1 Was ist eine Landing Page?	160
11.2 Richtiges Erstellen einer Landing Page	162
11.3 Richtlinien für Ihre Website	164
12. Waren Sie erfolgreich? – Das Berichtcenter gibt Antworten	165

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