

AdWords Tutorial

Stand: 12.08.2024

Vorüberlegungen

Wenn Sie diesen Beitrag lesen, haben Sie sich höchstwahrscheinlich schon längst entschieden, eine **AdWords-Kampagne** bei Google zu starten. Dennoch möchten wir Ihnen einige Überlegungen mit auf den Weg geben, die Sie vorher bedenken sollten.

- **Definieren Sie Ihre Ziele:** Das Schalten von AdWords-Anzeigen ergibt nur dann Sinn, wenn Sie mit den gewonnenen Besuchern auch Einnahmen auf Ihrer Website erzielen möchten. Nur die Besucheranzahl zu erhöhen ist durch andere Wege einfacher zu erreichen.
- **AdWords-Anzeigen kosten Geld.** Es handelt sich bei AdWords um ein Modell, bei dem Sie Geld dafür bezahlen, wenn ein Nutzer im Netz auf diese Anzeige klickt. Deswegen sollten Sie einen Kosten-Nutzen-Plan im Hinterkopf behalten, ansonsten kann viel Geld verbrannt werden, das Sie sinnvoller hätten anlegen können.



Erste Schritte bei AdWords



Unser Tutorial beginnt mit einer einfachen Registrierung bei Google. Um AdWords richtig nutzen zu können, benötigen Sie zuerst ein Konto bei dem Branchenprimus aus Mountain View. Bei der Erstellung des Kontos müssen vorab schon Bedingungen festgelegt werden, die den weiteren Einsatz von AdWords-Anzeigen garantieren und optimieren können. Darunter fallen Währungs-, Zahlungs- und Abrechnungseinstellungen. Natürlich können alle getätigten Angaben auch später noch im Konto wieder geändert werden.

Die richtigen Keywords auswählen

Die Grundlage von AdWords-Anzeigen sind die Keywords. Je nachdem, welches Keyword Sie auswählen, wird die Anzeige bei Google passend zu dem Suchbegriff ausgespielt. Deshalb ist es wichtig, eine durchdachte **Keyword-Strategie** zu haben, damit potenzielle Kunden und Nutzer die Anzeige so oft wie möglich sehen.

Bei Google AdWords werden Keywords in mehreren unterschiedlichen Kategorien verwendet. Zum einen sind es die Suchbegriffe mit dem Attribut „weitestgehend passend“ und zum anderen diejenigen, die „genau passend“ sind. Durch die Kategorisierung kann vorab definiert werden, welche Suchanfragen das Schalten der Anzeigen bei Google auslösen. Bei der Kategorie weitestgehend passend werden Anzeigen auch dann geschaltet, wenn die Suchanfrage der Nutzer zum Beispiel weitere Wörter enthält, synonym zum Keyword ist, die Reihenfolge der Keywords variiert oder der Numerus der Wörter abweicht. Je nach Kampagne kann die eine oder die andere Variante zu dem Projekt passen. Generalisierende Empfehlungen gibt es leider nicht.

Kosten minimal halten

Innerhalb von Google AdWords gibt es verschiedene Strategien, mittels der eine Anzeige berechnet wird. Das bekannteste Verfahren ist – wie fast überall im Bereich Online-Werbung – das **CPC-Modell**. Hier

wird dem Werbetreibenden ein vorab festgelegter Preis berechnet, sobald ein User die Anzeige anklickt. Sie können jedoch ein Gebot abgeben, für den Preis, den Sie zu zahlen bereit sind. Anhand von vielen Kriterien bewertet Google dann, ob der Preis angemessen ist und die Anzeige dafür dem Nutzer im Suchnetzwerk angezeigt wird.

Ziel ist es, mit einem niedrigen Klickpreis für die Anzeige viele Besucher auf die eigene Internetpräsenz zu bekommen und den Nutzer dort mit den angebotenen Produkten oder Dienstleistungen zu überzeugen, so dass er einen Kauf abschließt. Ziel kann es aber auch sein, dass der Nutzer nur eine E-Mail-Adresse hinterlässt, etwas herunterlädt oder einen Link betätigt. Das sind die viel umworbenen und wünschenswerten **Conversions**.

Die perfekte Bietstrategie...



...gibt es natürlich nicht. Aber es gibt einige Regeln zu beachten, damit die Gebote nicht zu hoch oder zu niedrig ausfallen. Meist ist es nicht ratsam, mit Extremen zu hantieren. Bieten Sie also weder zu niedrig noch zu hoch für die Keywords. Nutzen Sie Ihren Vorteil, dass Sie die **Preispolitik selber bestimmen** können. So können Sie sich zwischen einem Tagesbudget und einem maximalen Bietpreis entscheiden. Je nachdem, wie viel an Budget Sie investieren möchten, lohnt sich eher die eine oder die andere Kampagne.

Controlling und Tracking

Wie bei jeder Disziplin im Online-Marketing sollten Daten und Zahlen regelmäßig überprüft und analysiert werden. Nur wenn Sie dem aktuellen Geschehen auf der Spur sind, können Sie die Vorteile nutzen, die Ihnen von Google geboten werden. Das Conversion Tracking kann Verkäufe von Ihrer Website den relevanten Keywords

zuordnen. Damit können Sie erkennen, **welche Keywords besonders profitabel** sind und welche eher wenig Erfolg versprechen. Um eine AdWords-Kampagne sinnvoll zu betreiben, sollten deshalb auch mäßig erfolgreiche Keywords eliminiert oder stillgelegt werden. Das Conversion Tracking ist für Sie somit der wichtigste Anhaltspunkt bei der professionellen Optimierung Ihrer AdWords-Kampagne.

Inhalte aufwerten



Nicht nur Ihre Website, sondern auch die Inhalte der AdWords-Anzeigen sollen zum Kauf anregen. Achten Sie auf eine **aussagekräftige Call-to-Action**, bei der Ihrem potenzieller Kunde der Impuls gegeben wird, dem Hinweis zu folgen und Ihre Seite zu besuchen. Des Weiteren gibt es auch Vorgaben zu dem Textinhalt der Werbeanzeigen sowie zu Bannergestaltung. Google wertet die Qualität der Anzeigen mit dem sogenannten **Qualitätsfaktor**. Deswegen ist es wichtig, dass Sie die vorgegebenen Kriterien einhalten, damit die Anzeige auch geschaltet wird.

Fazit

Mit den im Beitrag erwähnten Tipps sollte es für Sie nun wesentlich einfacher sein, eine AdWords-Kampagne bei Google zu starten. Wie immer gilt auch hier: Am besten fangen Sie mit einer eher schmalen Auswahl an **Keywords** an, damit die Übersichtlichkeit gewahrt bleibt. Dann können Sie zum einen besser einschätzen, wie weitere Kampagnen verlaufen können und zum anderen bleiben Sie mit einem kleinen Budget im Rahmen Ihrer Möglichkeiten. Sobald eine Kampagne gut läuft, können Sie darüber nachdenken, sie auszuweiten. Wenn Sie trotz unseres Tutorials und den darin enthaltenen Tipps noch nicht sicher sind, ob Sie den Herausforderungen von AdWords meistern können, beauftragen Sie eine professionelle [AdWords-Agentur](#) mit der Betreuung. Wir stehen Ihnen gern für ein kostenloses Erstangebot zur Verfügung!

Als [Agentur für Suchmaschinenwerbung](#) und [Experten für Google Ads](#) unterstützen wir Sie gerne bei Ihren Ads-Kampagnen. Profitieren Sie von unserer Expertise!