Google Anzeigen

Stand: 16.08.2022

Welche Art von Google Anzeigen gibt es?

- Produktanzeigen (Product Listing Ads)
- Anzeigen in Google Maps
- Anzeigen oberhalb der Suchmaschinenergebnisse: Beinhalten oft Anzeigenerweiterungen, wie zum Beispiel Sitelinks, Standort- und Anrufinformationen
- Anzeigen rechts neben der Ergebnisliste
- Anzeigen unter den Suchmaschinenergebnissen

Anzeigenposition und Anzeigenrang



Je nachdem, wie der Rang Ihrer Anzeige ist, schaltet Google Ihre Anzeige an eine bestimmte Position. Wünschenswert ist natürlich eine besonders hohe Position oben auf der Seite oder über den eigentlichen Suchmaschinenergebnissen, da so die Aufmerksamkeit der Nutzer und Kunden auf die Google Anzeige erhöht wird. Der Anzeigenrang bildet sich aus mehreren Qualitätsfaktoren. Darunter fallen unter anderem die erwartete Klickrate, Anzeigenrelevanz und Nutzererfahrung mit der Zielseite.

Es gibt fünf verschiedene Schwerpunkte für Google Anzeigen, aus denen Sie wählen können. Je nach Zielgruppe für Ihre Werbekampagne bieten sich unterschiedliche Lösungen an.

Klicks

Wenn Sie die Zugriffe auf Ihre Website erhöhen möchten, bietet sich das **Cost-per-Click-Verfahren** am ehesten an. So zahlen Sie nur, wenn jemand auf die Anzeige klickt und dadurch auf Ihre Website weitergeleitet wird.

Impressions

Sie können allerdings auch für die Einblendung Ihrer Werbeanzeige bei Google bezahlen. Die Strategie **Cost-per-Impressions** ist sinnvoll, um den potentiellen Kunden Ihre Marke zu präsentieren und um im Gedächtnis der User zu bleiben.

Conversions

Wenn Sie sich zu den erfahrenen AdWords-Benutzern zählen, kann

auch eine Strategie mittels Conversion sinnvoll für die Online Marketing Strategie und die damit verbundenen Werbeanzeigen sein. So wird per **CPA** (Cost-per-Acquisition) eine Aktion des Nutzers auf der Website gezählt. Beispiele hierfür sind zum Beispiel Anmeldungen für Newsletter oder ein Verkauf in ihrem Shop. Das Ziel ist natürlich, so viele Conversions wie möglich zu erzielen.

Aufrufe

Eine weitere Möglichkeit für den Einsatz von Google Anzeigen, ist das **Cost-per-View-Verfahren**. Das ist zwar nur auf Videoanzeigen (prominentestes Beispiel ist YouTube) begrenzt, kann aber sehr genau ermitteln, welche Interaktionen Zuschauer durchführen oder wo die Aufmerksamkeitsspanne nachlässt.

Wie verbessere ich die Position der Google Anzeigen?

Ebenso wie in der Suchmaschinenoptimierung ist es auch bei SEA das oberste Ziel, eine hohe Anzeigenposition bei Google zu erreichen, bzw. zu halten. Das Stichwort bei Google Anzeigen ist wie in vielen anderen Bereichen die **Qualität**! Achten Sie auf eine besonders hohe Qualität Ihrer Werbeanzeigen. Darunter fallen auch der Text der Überschrift sowie allgemein der Content innerhalb der Anzeige. Zusätzlich spielt auch Ihre URL eine gewisse Rolle. So sollte die Domain der URL zum einen natürlich Ihnen gehören und außerdem entsprechend den Nutzer auf Ihre Zielseite führen. Natürlich ist nicht nur ein hochwertiger Text in den Anzeigen wichtig, sondern auch eine qualitativ ansprechende Zielseite, die Google als Referenz für AdWords heranzieht.

Google benutzt eine bestimmte Formel, mit der ausgerechnet wird, wie die Position und der Rang Ihrer Anzeigen zu bemessen ist. Je nach Anfrage und Höhe der jeweiligen Gebote kann die Position also regelmäßig variieren. Google bezeichnet das als normal und als keinen Grund zur Beunruhigung.

Google nennt folgende Kriterien, die ausschlaggebend für eine Top-Platzierung sind:

Hohe Relevanz

Achten Sie auf eine hohe Relevanz Ihrer Zielseite für Ihre Kunden in Bezug auf Keywords und natürlich auch Qualität. Denn nur relevante Google Anzeigen können **von hohen Klickraten profitieren** und

damit neue Besucher auf Ihre Seite bringen.

Langfristig gute Leistungen der Anzeigen

Mithilfe der **richtigen Keywords** werden Sie gefunden. Was bei der Suchmaschinenoptimierung ein wichtiger Faktor ist, sollte auch bei den Google Anzeigen einen ebenso hohen Stellenwert besitzen. Mit dem Keyword-Planer können Sie Ihre Hauptkeywords überwachen und neue Ideen für Suchbegriffe, über die Sie gefunden werden möchten, herausfinden.

Konkurrenzfähige Gebote

Da die Gebote für Google Anzeigen nach einer Art Auktion festgelegt werden, sollte das Maximalgebot, das Sie für eine Anzeige festlegen nicht zu niedrig sein. Sie stehen bei den Werbeanzeigen immer in **Konkurrenz zu Ihren Mitbewerbern** und deren Keywords. Um mit diesen Wettbewerbern standhalten zu können, muss Ihr Gebot hoch genug sein. Einen Anhaltspunkt für die Höhe der Gebote erhalten Sie innerhalb des AdWords-Tools von Google.

Fazit

Werbemaßnahmen sind auch heutzutage noch immer ein wichtiger Faktor im Online Marketing. Eine spezielle Methode zum Generieren von umsatzstarken Ads sind die **Google Anzeigen**. Sie sind eine der profitabelsten Möglichkeiten, neue Kunden auf Ihre Seite zu holen und neuen Traffic zu generieren. Mit der richtigen Qualität der Keywords sowie des Anzeigentextes können Sie die Chance auf eine Top-Platzierung oberhalb der organischen Suchergebnisse bei Google erhalten und Ihre Sichtbarkeit im Netz wesentlich erhöhen. Durch das Festlegen eines gezielten Budgets sind Sie finanziell unabhängig und können Ihr Projekt passgenau umsetzen. Als wichtiger Teil Ihrer Online Marketing Kampagne sollte ein Account bei Google AdWords obligatorisch sein. Sollten Sie Ihren **Webauftritt professionell betreiben**, dann sollten Sie über den Einsatz einer Internetagentur für die Verwaltung und Überprüfung Ihrer Google Anzeigen nachdenken. Dort sind Sie gut aufgehoben und können von der langjährigen Erfahrung bei AdWords profitieren. Wenn Sie also auf der sicheren Seite sein möchten, so sichern Sie sich gleich heute noch ein kostenloses Angebot und rufen Sie bei der Löwenstark Online Marketing GmbH an. Wir freuen uns auf eine zukünftige Zusammenarbeit.