

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	7	4. AdWords – Ein Überblick	47
Bezahlte Anzeigen und organische Suchergebnisse	9	Die Startseite	49
Google AdWords	11	Kampagnen	51
Keywords, Klicks und Impressions	13	Kampagnen – Anzeigengruppe	53
Suchnetzwerk vs. Display-Netzwerk	15	Kampagnen – Einstellungen	55
Google Suchergebnisse – verschiedene Typen	17	Kampagnen – Anzeigen	57
Der rote Faden der Suche	19	Kampagnen – Keywords	59
2. Ihre Ziele definieren	21	Kampagnen – Anzeigenerweiterungen	61
Die richtigen Nutzer ansprechen	23	Kampagnen – Dimensionen	63
Klicks für Ihre Website	25	Kampagnen – Display-Netzwerk	65
Conversions	27	Kampagnen – Zielgruppen/ Automatische Ausrichtung	67
Die richtige Struktur	29	Werbechancen	69
3. Erstellung eines AdWords-Kontos	31	Tools	71
Erstellen eines Google Kontos	33	Tools – Änderungsverlauf	73
Zeitzone und Währung festlegen	35	Tools – Conversions	75
Die erste Kampagne	37	Tools – Google Analytics/ Google Merchant Center	77
Eine Anzeige anlegen	39	Tools – Keyword-Planer	79
Keywords eintragen	41	Tools – Planer für Display-Kampagnen	81
Kontoeinrichtung – Abrechnung	43	Tools – Anzeigenvorschau und -diagnose	83
Kampagne pausieren	45	Überblick über die Struktur	85

5. Kampagnen einrichten	87	7. Anzeigen	133
Typ	89	Aufbau einer Anzeige	135
Werbenetzwerke	91	Überschrift und Textzeilen	137
Geräte	93	Angezeigte URL und Ziel-URL	139
Standort	95	Redaktionelle Vorgaben	141
Standort genauer festlegen	97	Werberichtlinien	143
Umkreisbezogene Ausrichtung	99	Wie schreibe ich eine gute Anzeige	145
Sprache	101	Anzeigen testen	147
Gebotsstrategie	103		
Manuelle vs. Automatische Gebotseinstellung	105	8. Zielseite	149
Budget und Schaltungsmethode	107	Was zeichnet eine gute Zielseite aus?	151
Erweiterte Einstellungen – Werbezeitplan	109	Handlungsaufforderung	153
Werbezeitplan	111	Vertrauen gewinnen	155
Anzeigenrotation	113	Zielseitenerfahrung	157
6. Keywords	115	9. Qualitätsfaktor	159
Wie finde ich die richtigen Keywords?	117	Woraus besteht der Qualitätsfaktor?	161
Keyword-Optionen – Teil 1	119	Den Status überprüfen	163
Keyword-Optionen – Teil 2	121	Das Auktionsmodell und der Qualitätsfaktor	165
Ausschließende Keywords	123	Wo spielt der Qualitätsfaktor noch eine Rolle?	167
Keywords sammeln und strukturieren	125		
Keyword-Planer	127		
Keyword-Planer – Traffic-Schätzung	129		
Keywords einfügen	131		

10. Anzeigenerweiterungen	169	13. Display-Netzwerk	209
Sitelinks-Erweiterungen	171	Die richtige Ausrichtung für Ihre Werbung	211
Sitelinks einrichten und auswählen	173	Planer für Display-Kampagnen	213
Standorterweiterungen	175	Erstellen einer Kampagne im Display-Netzwerk	215
Standorterweiterung manuell anlegen	177	Gebotsstrategie und weitere Optionen	217
Anruferweiterung	179	Anzeigengruppe einrichten	219
App-Erweiterungen	181	Imageanzeigen erstellen	221
Bewertungserweiterung	183	Weitere Anzeigen erstellen	223
11. Conversion-Tracking	185	Richtlinien für Imageanzeigen	225
Conversion-Tracking einrichten – Teil 1	187	Anzeigen ausrichten	227
Conversion-Tracking einrichten – Teil 2	189	Optimierung im Display-Netzwerk	229
Conversions messen	191	Weitere Optimierung	231
12. Auswertung und Optimierung	193	AdWords Checkliste	233
Leistungsdaten abrufen	195	Glossar	235
Keywords – Suchbegriffe	197	Index	249
Keywords strukturieren	199		
Klickrate	201		
Anzeigen testen	203		
Budget und Gebote	205		
Dimensionen	207		