

Einrichtung einer dynamischen Google- Suchkampagne



SCHRITT 1

NEUE KAMPAGNE ERSTELLEN

Google Ads



Neue Kampagne: Melde dich bei Google Ads an und wähle „+ Neue Kampagne“.

 <p>Umsätze</p> <p>Sie möchten Ihre Umsätze online, in Apps, am Telefon oder im Geschäft steigern</p> 	 <p>Leads</p> <p>Sie möchten mehr Leads generieren, Conversions erzielen, indem Sie Interaktionen fördern</p>	 <p>Website-Traffic</p> <p>Sie möchten mehr Besucher auf Ihre Website locken</p>
 <p>Bekanntheit und Kaufbereitschaft</p> <p>Breite Zielgruppe ansprechen und Interesse an Produkten oder Marken wecken, die Sie anbieten</p>	 <p>Lokale Ladenbesuche und Werbeaktionen</p> <p>Mit dieser Option lässt sich die Anzahl der Besuche in lokalen Geschäften, einschließlich Restaurants und Autohäusern, steigern.</p>	 <p>Telefonate</p> <p>Sie möchten mehr Anrufe von Interessenten erhalten</p>

Ziel auswählen: Wähle „Verkäufe“ oder „Website-Traffic“ basierend auf deinen Zielen aus.

SCHRITT 2

WÄHLE DEN KAMPAGNENTYP „SUCHE“



Search

Nutzer mit hoher Kaufabsicht zur richtigen Zeit in der Google Suche auf sich aufmerksam machen

Dynamische Anzeigen:

Wähle „Dynamische Suchanzeigen“ unter den Suchkampagnen-Optionen aus.

SCHRITT 3

WEBSITE-URL EINGEBEN

Wählen Sie aus, wie Sie Ihr Zielvorhaben erreichen möchten 



Websitebesuche



Ihre Unternehmenswebsite



Website-Scannen: Gib die URL deiner Website ein, damit Google diese scannen und dynamische Headlines basierend auf deinem Inhalt erstellen kann.

SCHRITT 4

BIETEN UND BUDGET FESTLEGEN

Worauf möchten Sie den Schwerpunkt legen? 

Conversions ▼

Empfohlen

Conversions 

Conversion-Wert

Weitere Optimierungsmöglichkeiten

Klicks

Anteil an möglichen Impressionen

Gebotsstrategie:

Optimiere auf Klicks, Conversions oder Conversion-Wert.

Durchschnittliches Tagesbudget für diese Kampagne festlegen

\$ 

Tägliches Budget: Lege dein Budget entsprechend fest.

SCHRITT 5

DYNAMISCHE ANZEIGENERSTELLUNGSZIELE HINZUFÜGEN

Keyword-Vorschläge abrufen (optional)

Mit Google Ads können Sie Keywords finden. Dazu wird eine Webseite gescannt oder ermittelt, was für ähnliche Produkte oder Dienstleistungen gut funktioniert.

 URL eingeben, um nach Keywords zu suchen



 Zu bewerbende Produkte oder Dienstleistungen eingeben

Dynamische Ziele: Definiere die Bereiche deiner Website, die Google für die Anzeige verwenden soll (bestimmte Kategorien oder Produktseiten).

Ausschlusslisten

Unrelevante Bereiche

ausschließen: Schließe Seiten aus, die nicht relevant für die Kampagne sind.

Listen mit auszuschließenden
Keywords

Placement-Ausschlusslisten



Placement-Ausschlussliste ↑

Sie haben noch keine Ausschlusslisten erstellt

 Liste erstellen



SCHRITT 6

NEGATIVE KEYWORDS HINZUFÜGEN

Negative Keywords: Füge Begriffe hinzu, für die deine Anzeigen nicht geschaltet werden sollen, um die Relevanz zu erhöhen.

Erstellen

Planung

Gemeinsam genutzte Bibliothek

Zielgruppenverwaltung

Ausschlusslisten

Markenlisten

Asset-Bibliothek

Standortgruppen

Eignung der Inhalte

Data Manager

Fehlerbehebung

Kampagnen

Zielvorhaben

Tools

Abrechnung

Verwaltung

Ausschlusslisten

Listen mit auszuschließenden Keywords

Placement-Ausschlusslisten

+

Liste mit auszuschließenden Keywords ↑

Liste mit auszuschließenden Keywords hinzufügen

Name der Liste

Auszuschließende Keywords hinzufügen

Tragen Sie Ihre auszuschließenden Keywords ein (ein Keyword pro Zeile)

SCHRITT 7

ÜBERPRÜFEN UND STARTEN

Anzeigenvorschau: Überprüfe dynamische Headlines und Beschreibungen.



Kampagne starten: Gehe live, nachdem du alles überprüft hast.

Publish campaign



Wenn Sie Hilfe benötigen oder es vorziehen, sich von Experten helfen zu lassen, ist Propaganda Solutions für Sie da.

Kontaktieren Sie uns noch heute!