

# **Einrichtung von Performance Max für Google Shopping**



## SCHRITT 1

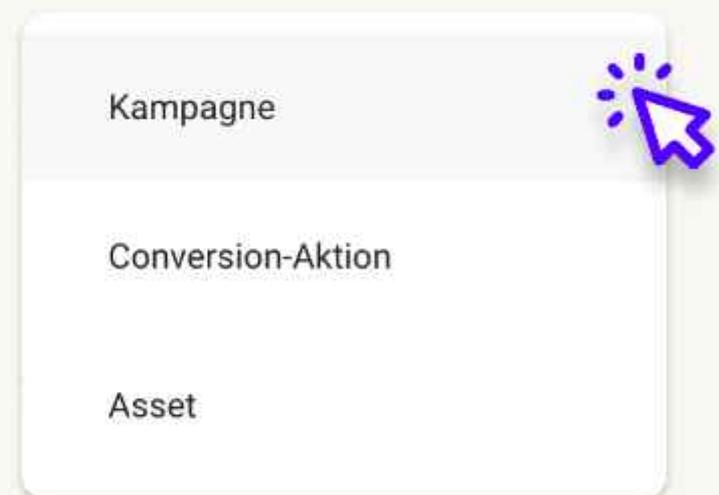
### MELDE DICH BEI GOOGLE ADS AN



**Google Ads Dashboard:** Melde dich in deinem Google Ads-Konto an und gehe zum Bereich „Kampagnen“.

Einstellungen

**Neue Kampagne erstellen:** Klicke auf den Button „+ Neue Kampagne“.



## SCHRITT 2

### WÄHLE DEIN KAMPAGNENZIEL



#### Umsätze

Sie möchten Ihre Umsätze online, in Apps, am Telefon oder im Geschäft steigern



**Verkaufsziel:** Wähle „Verkäufe“ als Ziel, da Performance Max darauf ausgelegt ist, Conversions zu steigern.

#### Kampagnentyp auswählen:

Wähle „Performance Max“ aus den verfügbaren Kampagnentypen aus.



#### Performance Max-Kampagne

Mit einer Kampagne über alle Google-Kanäle Ihre Zielgruppen erreichen. [So funktioniert's](#)



## SCHRITT 3

### VERKNÜPFE DEIN MERCHANT CENTER-KONTO



#### Google Merchant Center:

Stelle sicher, dass dein Merchant Center mit deinem Google Ads-Konto verknüpft ist.



**Produkt-Feed:** Stelle sicher, dass dein Produkt-Feed aktuell ist, einschließlich genauer Preise, Verfügbarkeit und Beschreibungen.

## SCHRITT 4

### BIETEN UND BUDGET FESTLEGEN

Worauf möchten Sie den Schwerpunkt legen? ⓘ



**Gebotsstrategie:** Wähle zwischen „Conversions“ oder „Conversion-Wert“.

---

**Tägliches Budget:** Lege dein tägliches Budget fest und entscheide, ob du die Gebote manuell steuern möchtest oder Google sie automatisch optimieren lässt.

Durchschnittliches Tagesbudget für diese Kampagne festlegen

 A text input field containing a dollar sign (\$) and a blue mouse cursor with a starburst effect pointing at the right side of the field.

## SCHRITT 5

### ASSET-GRUPPEN ERSTELLEN

**Finale URL:** Füge die URL der Zielseite hinzu, auf die Nutzer nach dem Klick auf deine Anzeige weitergeleitet werden.

Wohin werden Nutzer weitergeleitet, wenn sie auf Ihre Anzeige klicken?

 Final URL



**Kreative Assets hinzufügen:** Lade hochwertige Bilder, Logos und Headlines hoch, die deine Produkte darstellen. Google kombiniert diese automatisch zu Anzeigen, die über die Google-Suche, Display, YouTube und Gmail geschaltet werden.

 Bilder 0/20 

 Überschrift 0/15  



+ Bilder

Überschrift

 Logos 0/5 

+ Überschrift  Anzeigentitel generieren

+ Logos

## SCHRITT 6

### ZIELGRUPPEN-SIGNALE ERSTELLEN

#### Zielgruppensegmente

**erstellen:** Verwende die Zielgruppen-Tools von Google, um Gruppen zu identifizieren, die am wahrscheinlichsten konvertieren.



#### Demografie und Verhalten:

Richte die Zielgruppen nach Alter, Geschlecht, Einkommen und Interessen ein.

#### Weitere Signale

Interessen und detaillierte demografische Merkmale

Geben Sie alle Interessen, detaillierten demografischen Merkmale oder Lebensereignisse mit Bezug zu Ihren Kunden an

Demografische Merkmale

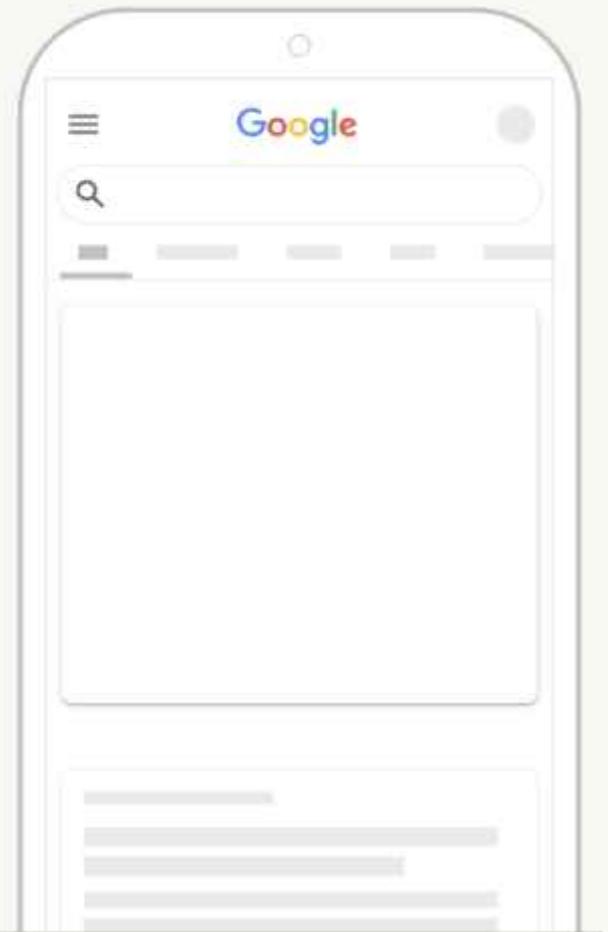
Alle demografischen Merkmale (empfohlen)



## SCHRITT 7

### ÜBERPRÜFEN UND STARTEN

**Anzeigenvorschau:** Überprüfe die Kombination aus Headlines, Bildern und Videos, um sicherzustellen, dass alles professionell aussieht.



### **Kampagne veröffentlichen:**

Klicke auf „Veröffentlichen“, sobald du zufrieden bist, um live zu gehen.

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!**