

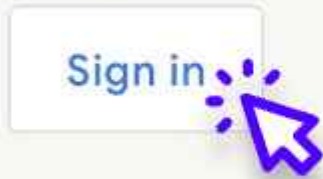
Keyword-Recherche für Google Ads durchführen



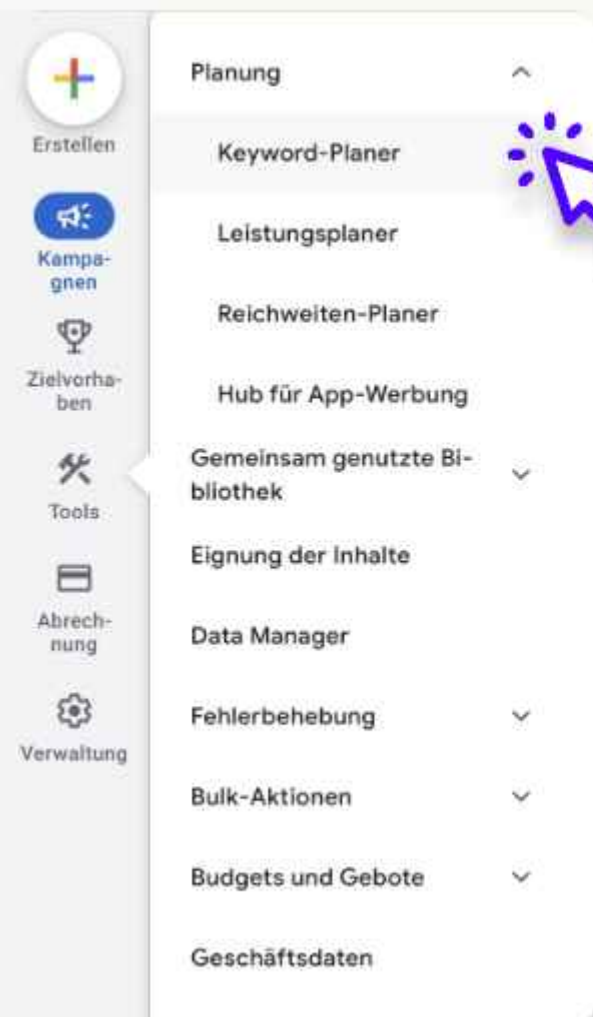
SCHRITT 1

ZUGRIFF AUF GOOGLE ADS UND KEYWORD PLANNER

Google Ads



Melde dich bei Google Ads an: Gehe zu ads.google.com und logge dich in dein Konto ein.



Keyword Planner aufrufen:

Klicke im Werkzeugmenü auf „Tools & Einstellungen“ und wähle „Keyword Planner“ unter „Planung“.

SCHRITT 2

NEUE KEYWORDS ENTDECKEN

Geben Sie Produkte oder Dienstleistungen mit engem Bezug zu Ihrem Unternehmen ein

 Geben Sie zum Beispiel "Lieferdienst" oder "Lederstiefel" ein



Starte mit Seed-Keywords:

Gib bis zu 10 relevante Keywords ein, die zu deinem Unternehmen oder deiner Website passen.

Geben Sie eine Website an, um irrelevante Keywords herauszufiltern 

 <https://>

Verwende die Website eines Mitbewerbers:

Alternativ kannst du die URL einer Konkurrenz-Website eingeben, um Keywords zu entdecken, die für deren Inhalte relevant sind.

Ergebnisse anzeigen



Klicke auf „Ergebnisse anzeigen“:

Google generiert eine Liste von Keyword-Vorschlägen basierend auf deinen Eingaben.

SCHRITT 3

WICHTIGE METRIKEN ANALYSIEREN

Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat
10000 – 100000
1000 – 10000
100000 – 1 Mio.

Suchvolumen pro Monat:

Überprüfe, wie oft nach jedem Keyword monatlich gesucht wird.

Wettbewerb
Gering
Hoch
Mittel

Wettbewerb: Sieh dir die Wettbewerbsstufe an („Niedrig“, „Mittel“ oder „Hoch“), um abzuschätzen, wie schwierig es sein könnte, für diese Begriffe zu ranken.

Gebot für obere Positionen (unterer Bereich)	Gebot für obere Positionen (oberer Bereich)
2,06 \$	23,71 \$
8,73 \$	24,75 \$
2,71 \$	16,84 \$

Gebotsspanne: Überprüfe die geschätzten Kosten pro Klick (CPC), um in den oberen Anzeigenpositionen für jedes Keyword zu erscheinen.

SCHRITT 4

KEYWORDS FILTERN UND VERFEINERN

Nach Suchvolumen filtern: Filtere Keywords mit weniger als 100 monatlichen Suchanfragen aus, um größere Relevanz zu erzielen.

Gebot für obere Positionen ×

>= ▾

Betrag \$

[Übernehmen](#)

Wertlose Keywords

entfernen: Lege ein Mindestgebot fest, um Keywords mit wenig Werbewert auszuschließen.

+ Auszuschließende Keywords

Negative Keywords

hinzufügen: Identifiziere irrelevante Keywords oder Begriffe, die wahrscheinlich unqualifizierte Klicks anziehen, und füge sie als negative Keywords hinzu.

SCHRITT 5

KEYWORDS NACH INTENT GRUPPIEREN

Keywords nach Themen

gruppieren: Sortiere deine Keywords nach Nutzerabsicht (informational, navigational oder transactional).

Anzeigengruppen

einrichten: Diese Keyword-Gruppen werden die Grundlage für deine Anzeigengruppen in deiner Kampagne bilden.



10 ausgewählt

Plan ▾

Neue Anzeigengruppe ▾

Weitgehend passend ▾

Neue Anzeigengruppe erstellen

Name

Abbrechen

Erstellen



SCHRITT 6

LISTE SPEICHERN UND EXPORTIEREN

Liste herunterladen: Exportiere deine Keyword-Recherche als CSV-Datei oder Google Sheet, um sie mit deinem Team zu teilen oder für die Kampagnenerstellung zu verwenden.



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

Kontaktieren Sie uns noch heute!