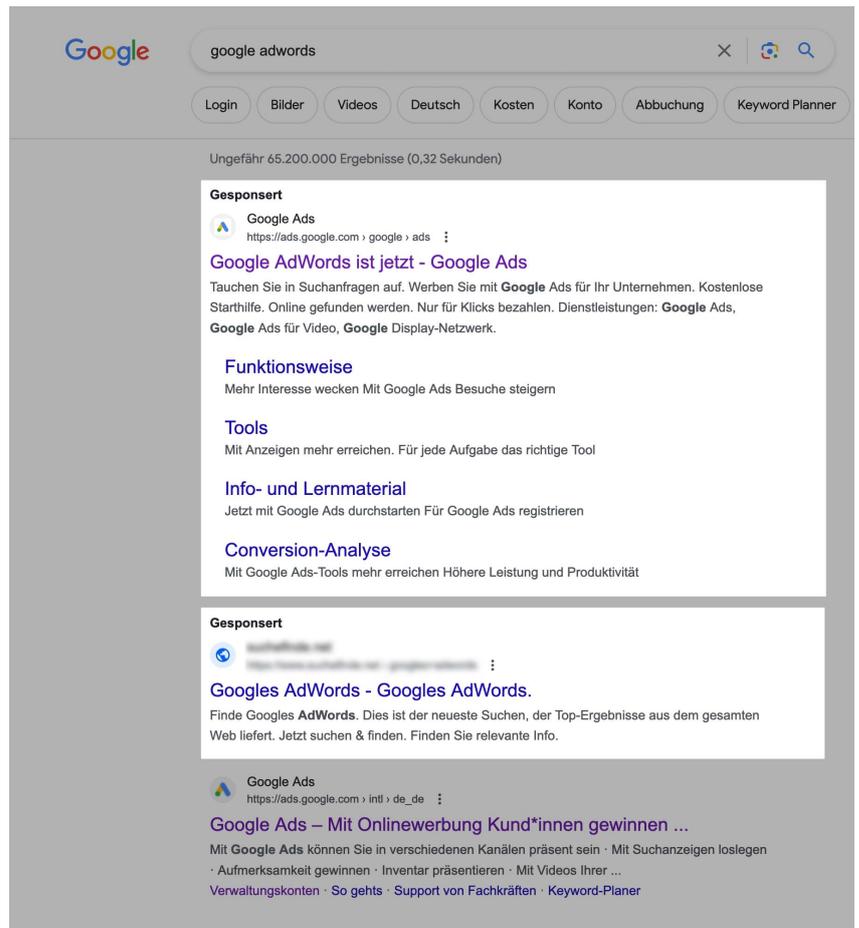


Google Ads

Google Ads, vormals als Google AdWords bekannt, ist nicht nur eine digitale Werbeplattform, sondern auch ein komplexes Ökosystem, in dem Werbetreibende durch Auktionen auf Keywords bieten können, um ihre Anzeigen in den Google-Suchergebnissen oder auf Partnerwebsites zu platzieren.



Warum Google Ads?

Die Popularität von Google Ads beruht auf seiner Effizienz zur Kundenakquise, Branding und Conversion. Es ist ein werkzeugkastenreiches System, in dem jedes Instrument von der Keyword-Auswahl bis zur Performance-Messung für eine spezielle Aufgabe ausgelegt ist.

Kernkomponenten von Google Ads

- **Suchanzeigen:** Textbasierte Anzeigen, die in den Google-Suchergebnissen erscheinen.
- **Displayanzeigen:** Visuelle Anzeigen, die auf den Partnerwebsites von Google angezeigt werden.
- **Shopping-Anzeigen:** Produktbezogene Anzeigen mit Preisangaben und Bildern.

- **Videoanzeigen:** Videobasierte Werbung, hauptsächlich auf YouTube.
- **Lokale Anzeigen:** Für lokale Geschäfte optimierte Anzeigen, die in der Nähe des Nutzers erscheinen.

Faktoren für den Erfolg

1. **Keyword-Recherche:** Die Auswahl von hochrelevanten und weniger wettbewerbsintensiven Keywords.
2. **Ad Copy:** Die Erstellung eines ansprechenden und überzeugenden Werbetexts.
3. **Landing Page:** Die Gestaltung einer konversionsorientierten Zielseite.
4. **Qualitätsfaktor:** Ein Bewertungsindex, der die Qualität der Anzeige, Keywords und Zielseite misst.

Wichtige KPIs

KPI	Beschreibung
CPC (Cost per Click)	Die durchschnittlichen Kosten für einen Klick auf die Anzeige.
CTR (Click Through Rate)	Das Verhältnis von Klicks zu Impressionen.
Conversion Rate	Das Verhältnis von Konversionen zu Klicks.
ROAS (Return on Advertising Spend)	Die finanzielle Rendite im Verhältnis zum Werbebudget.