Der schnelle Führer durch die Google AdWords Werbung

So erstellen Sie Google AdWords Kampagnen, die sofort Besucher & und schnelle Ergebnisse bringen

Reale Beispiele aus Google AdWords Kampagnen



Teil 1 – der falsche Weg

Von Dr. Meinhard Mang
www.einsteigerclub.at

copyright 2005 Einsteigerclub
www.einsteigerclub.at | office@einsteigerclub.at
Dr. Meinhard Mang

Vorwort

Nie zuvor in der Geschichte der Werbung war es möglich, mit einer Investition von gerade einmal 5 Euros und ein paar Kleinanzeigen Millionen von Leuten in weniger als 10 Minuten anzusprechen. Genau das können Sie jetzt mit Google AdWords tun – Sie haben nach 10 Minuten eine Anzeigen Kampagne in der populärsten Suchmaschine der Welt stehen und bekommen SOFORT Besucher auf Ihre Webseite.

Ich grüße Sie.

Mein Name ist Dr. Meinhard Mang - ich habe seit 1999 Tausende Exemplare meiner eBooks und Online Kurse übers Web verkauft. Heute berate ich zusätzlich eine Reihe von Online Unternehmern – von Marketing Planung, Webseiten-entwicklung, Suchmaschinen Optimierung und Werbetexten bis hin zur Entwicklung erfolgreicher Verkaufsstrategien und Emailmarketing Kampagnen.

Und wissen Sie was?

Heute gehen 2/3 der Zeit, die ich für einen Klienten investiere, in Google AdWords. Es ist eben so, dass es derzeit keinen schnelleren Weg gibt, um neue Kunden für ein Cash-hungriges Geschäft zu akquirieren.

Mit Google AdWords habe ich zu werben begonnen, als die meisten Leute noch nicht einmal wussten, was das ist. Im Laufe der Zeit konnte ich mich zu einem dieser Handvoll Experten entwickelt, die Bescheid wissen, wie man mit diesem neuem Medium umgeht. Als ich damit begann, Internet Unternehmer auch für Google AdWords zu coachen, lernte ich Leute kennen, die hungrig nach Informationen zu diesem Instrument waren – und erfuhr, wie schwierig es ist, jemanden zu finden, der wirklich versteht damit umzugehen.

Google AdWords ist ein bewundernswertes Konzept. Es ist unwahrscheinlich gut durchdacht und ausgeführt – im Einklang mit all den anderen Ideen, die Google zur #1 Suchmaschine der Welt gemacht haben.

Allerdings ... die meisten Leute gehen am Beginn durch eine schwere Zeit. Da ist Google ein wie bockiger Gaul – der wohl schnellste Crashkurs, um echtes Direct-Marketing aus der richtigen Geschäftswelt zu erlernen.

Wirkungsvolles Direct-Marketing ist kein Spaziergang. Deshalb lassen auch die meisten Werbeagenturen die Finger davon. Dabei ist dies sicher der effektivste Weg für kleinere und mittlere Unternehmen, sich gezielt Besucher für Ihre Webseite zu holen.

Online Kurse

Verglichen zum Beispiel mit Overture, ist Google Adwords der etwas härtere Weg für einen Einsteiger. Können Sie allerdings damit erst einmal richtig umgehen, ist AdWords turmhoch überlegen. Sie bieten weniger, bekommen mehr Besucher und haben mehr Kontrolle über alles.

Diese kleine Einführung wird Ihnen dabei helfen, schnell die erste Lernkurve zu nehmen und von Anfang an zum Erfolg zu kommen.

‚Keep smilin'

Dr. Meinhard Mang
Gründer des www.einstiegerclub.at

Holen Sie mich in Ihr Team!

www.einsteigerclub.at

Online Kurse

I. Was ist Google AdWords?

Google Adwords lässt Sie Anzeigenplätze direkt neben den kostenlosen Suchergebnissen buchen – auf der Basis von Kosten pro Klick. Ihre Anzeige wird angezeigt, sobald die Suchergebnisse zu einem Ihrer Suchbegriffe präsentiert werden. Sie bezahlen für Klicks auf Ihre Anzeige – daher der Ausdruck „pay per click Werbung“.

Genau in diesem Augenblick sind Millionen von Leuten auf der Suche nach dem, was Sie anbieten. Sie erreichen diese Leute in weniger als 10 Minuten nach der Eröffnung Ihres Accounts. Google ist eben nicht nur eine Suchmaschine, es ist der schnellste und kostengünstigste Weg auf dieser Welt, um Anzeigen vor Millionen von Leuten zu bringen.

Nehmen wir an, Sie verkaufen Lampen.

Leute, die nach Lampen suchen, tun das auf diesem Weg:



Sehen Sie die Anzeigenspalte rechts?

Sie haben bei AdWords die Möglichkeit, genau die Worte festzulegen, bei denen Sie möchten, dass Ihre Anzeige neben den Suchergebnissen angezeigt wird. Für diese sogenannten „Impressionen“ bezahlen Sie solange nichts, bis jemand Ihre Anzeige anklickt. Dann kostet Sie jeder Klick mindestens 5 Cent.

Dies ist der schnellste und bequemste Weg, um sofort Besucher auf Ihre Webseite zu bekommen – ohne „Suchmaschinen Optimierung Voodoo“. Ein Wunder der modernen Welt!

Online Kurse

II. Die AdWords Regeln

- Ihre Anzeige muß zumindest 5 Mal pro 1000 Impressionen angeklickt werden.
- Im Allgemeinen stehen 8-10 Positionen zur Verfügung.
- Das Minimum Gebot beträgt 5 Cent.
- Der tatsächliche Preis wird wie bei einer Auktion bestimmt.
- Die Stelle, an der Ihre Anzeige angezeigt wird, bestimmt sich durch Gebot und – sehr interessant, auch durch die Zahl der Klicks. Je höher die Zahl der Klicks (die Click-Thru-Rate oder CTR) ist, umso weniger bezahlen Sie, um Ihre Position zu halten.
- Google beschäftigt Redakteure, die sich Ihre Anzeigen ansehen, um fehlerhafte oder den Regeln widersprechende Werbung zu verhindern.
- Google belohnt Anzeigen, die relevant sind für das, wonach Leute suchen.

www.einsteigerclub.at

Online Kurse

III. Beispiel einer realen Kampagne

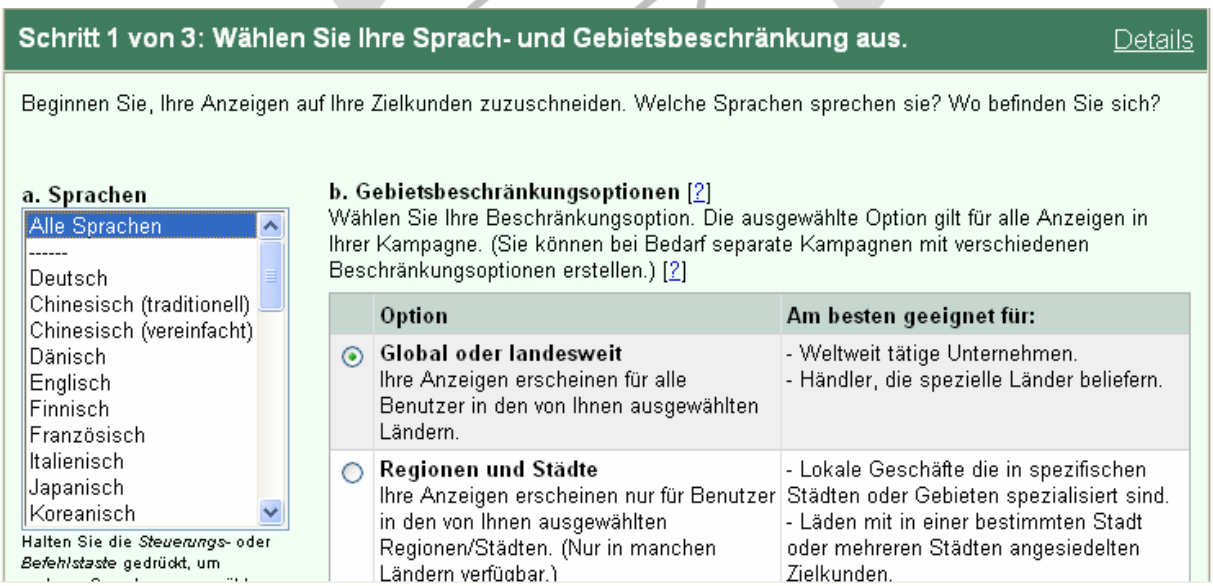
Wir nehmen als Beispiel den Homepage Workshop aus dem einsteigerclub.at und erstellen eine AdWords Kampagne.

Ich werde Ihnen hier den häufig von Einsteigern (einschließlich mir) begangenen, falschen Weg zeigen und die einzelnen Fehler erklären.

Sie werden die Keywords, die Anzeigen und „ landing pages“ sowie die täglichen Budgets in ihren Einzelheiten kennen lernen – fangen wir an.

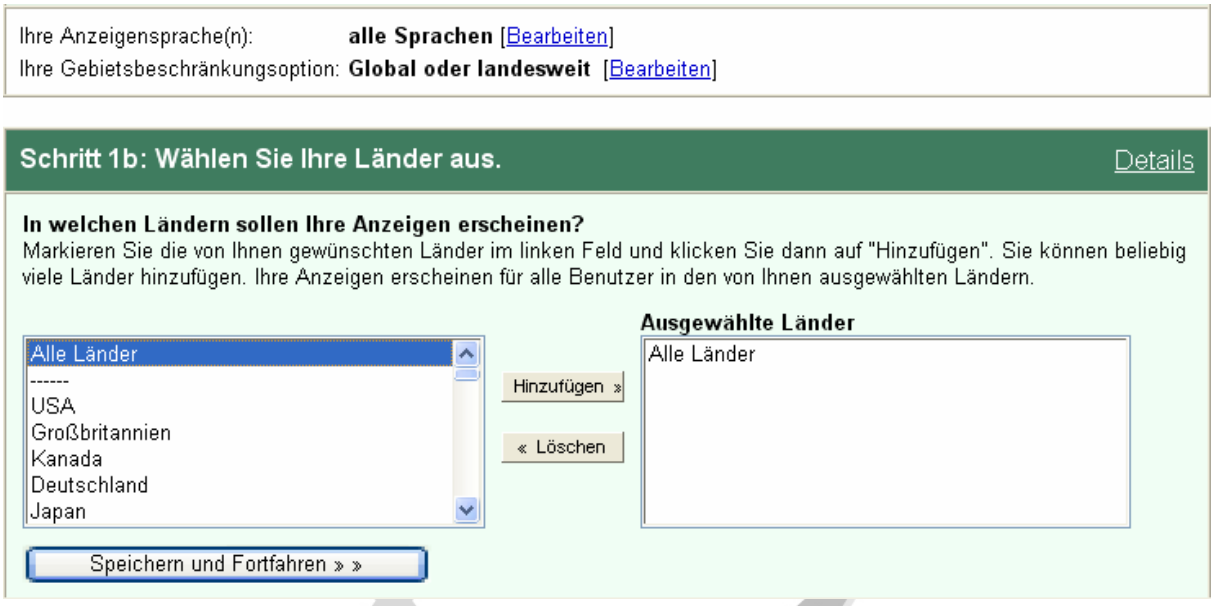
Zuerst einmal gehen Sie zu https://adwords.google.com/select und eröffnen einen neunen Account und dann geht's zur Sache:

Schritt 1:



Online Kurse

Schritt 1b:



Hier erkennen wir sofort die ersten beiden Fehler:

Alle Sprachen und alle Länder.

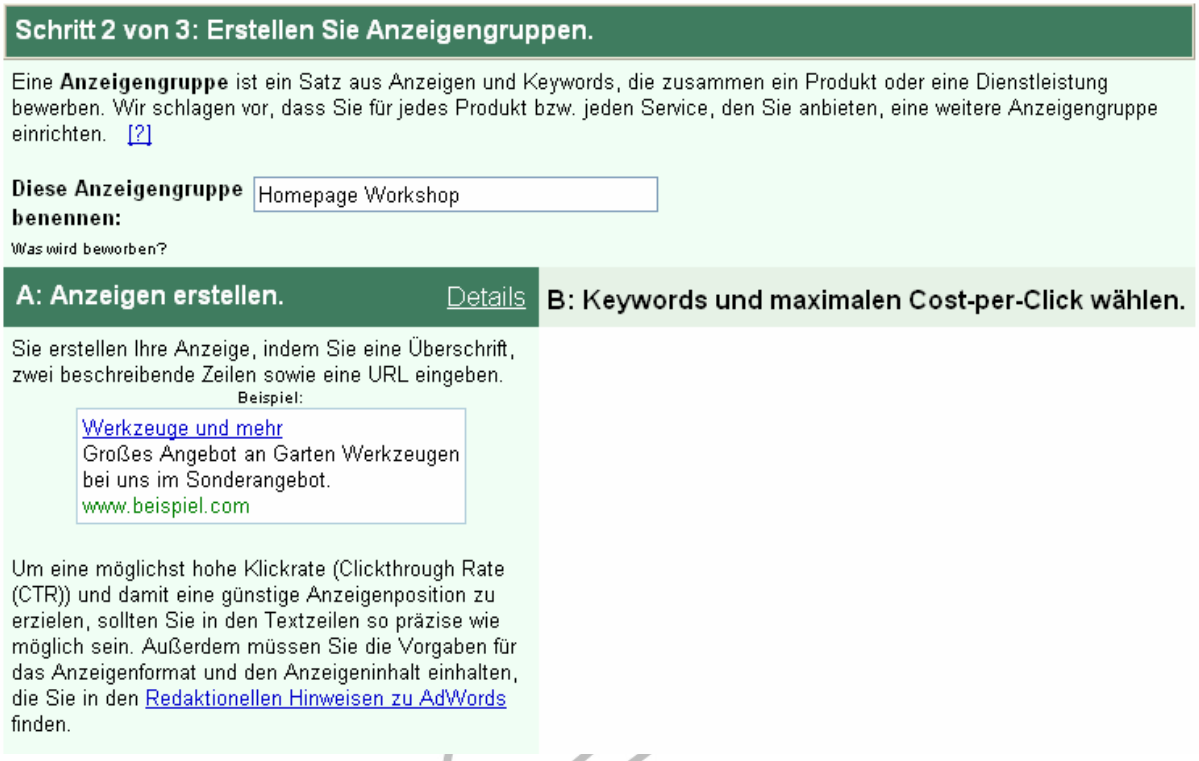
Entscheiden Sie sich für alle Länder, so werden Sie auch für Besucher aus Asien oder Südamerika bezahlen, die allerdings kaum mit Ihnen eine Homepage bauen werden – schon deshalb nicht, weil wohl die wenigsten deutsch sprechen.

Wählen Sie die Zielgruppen-gerechten Länder und Sprachen – sonst werden Sie für eine Menge Klicks von Leuten bezahlen, mit denen Sie nie ins Geschäft kommen.

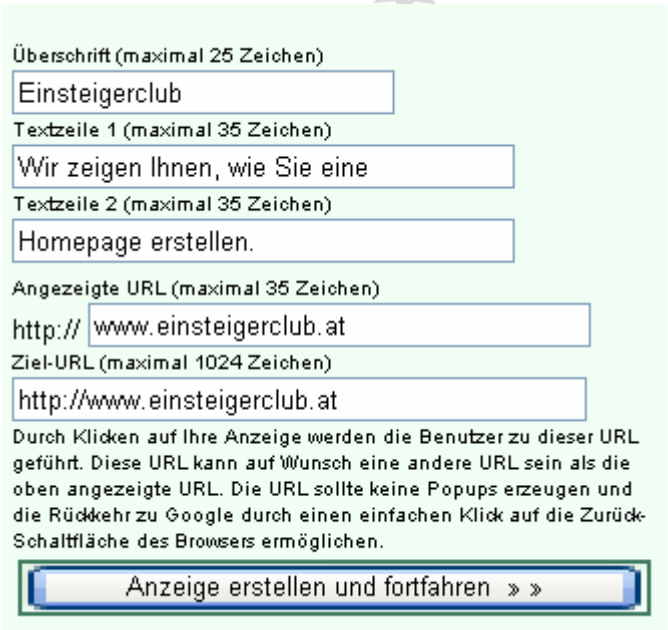
www.einsteigerclub.at

Online Kurse

Schritt 2:



Hier geben Sie nun den Text Ihrer Anzeige ein:



In diesem Teil treffen wir auf zwei weitere Fehler, die Einsteigern häufig unterlaufen:

Die Schlagzeile ist der Firmenname – ein Fehler.

Sicher ist Einsteigerclub ein guter Name, nur sollte Ihre Schlagzeile immer den Begriff enthalten, nach dem ein Besucher sucht. Und das ist in unserem Beispiel „Homepage“ und nicht der Einsteigerclub.

Besucher zur Homepage www.einsteigerclub.at schicken – ein Fehler.

Sie können Ihre Besucher zu JEDER Seite innerhalb Ihres Webseitengebäudes schicken. In unserem Fall MUSS es die Seite sein, die sich speziell mit diesem Workshop beschäftigt. Und mit nichts anderem.

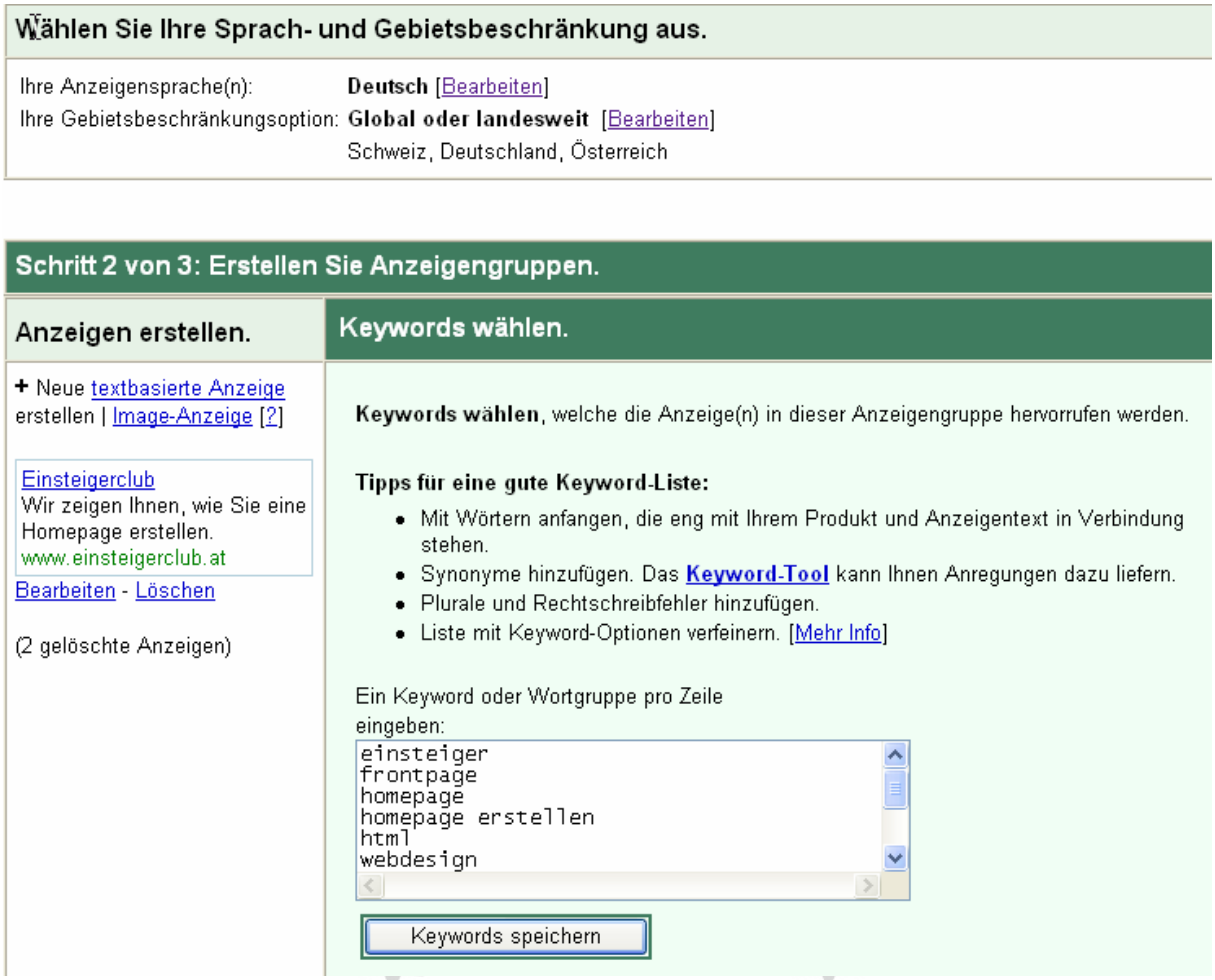
Dies ist wahrscheinlich der gravierendste Fehler, den Anfänger machen – jemanden zur Homepage zu schicken, auf der es mindestens 19 verschiedene Möglichkeiten gibt, mit denen er sich erst einmal zurecht finden muss.

So wird das nichts - einen Besucher, der nicht spätestens nach 5 Sekunden exakt dort ist, wohin er oder sie möchte, den haben Sie verloren.

Ein Klick – weg sind er oder sie.

www.einsteigerclub.at

Online Kurse



www.einsteigerclub.at

Der vierte Fehler:

Eine Liste mit 5, 10, 20 oder 30 zusammen gehörenden Keywords zu erstellen, das sollte doch zu schaffen sein.

Anmerkung: Keyword ist die englische Bezeichnung für einen Suchbegriff, der bei Suchmaschinen gefunden werden soll.

Die Keywords in unserem Beispiel sind sehr allgemein und stehen untereinander nicht im Zusammenhang. Vor allem sind sie jedoch nicht an die Anzeige angepasst. Hier kann ich jetzt schon sagen, dass es so nicht funktionieren wird.

Später, im Beispiel, wie es richtig gemacht wird, zeige ich Ihnen den richtigen Weg.

Online Kurse



Schritt 2: Erstellen Sie Anzeigengruppen.

Anzeigen erstellen.

+ Neue textbasierte Anzeige erstellen | Image-Anzeige [?]

Einsteigerclub
Wir zeigen Ihnen, wie Sie eine Homepage erstellen.
www.einsteigerclub.at
Bearbeiten - Löschen

(2 gelöschte Anzeigen)

Keywords und maximalen Cost-per-Click wählen.

Maximaler Cost-per-Click: EUR €4,88 Preis ändern

Traffic Estimator

Keyword	Klicks pro Tag	Durchschn. Cost-per-Click	Kosten pro Tag	Durchschn. Position [?]	
einsteiger	43,0	€0,49	€20,78	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
frontpage	5,3	€0,36	€1,87	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
homepage	1.500,0	€0,34	€502,32	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
homepage erstellen	130,0	€1,27	€163,91	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
html	66,0	€0,10	€6,42	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
webdesign	140,0	€1,03	€143,56	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
webpage	2,5	€0,67	€1,67	1,2	Alternative Keywords finden / löschen
webseite	48,0	€0,60	€28,36	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
website	4,2	€0,84	€3,50	1,4	Alternative Keywords finden / löschen
workshop	24,0	€0,11	€2,53	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
Gesamt	1.963,0	€0,45	€874,88	1,1	

Keywords ändern

Und der nächste Fehler läßt nicht auf sich warten:

Hier wird der von Google vorgeschlagenen Cost per Click Preis von €4,88 einfach akzeptiert.

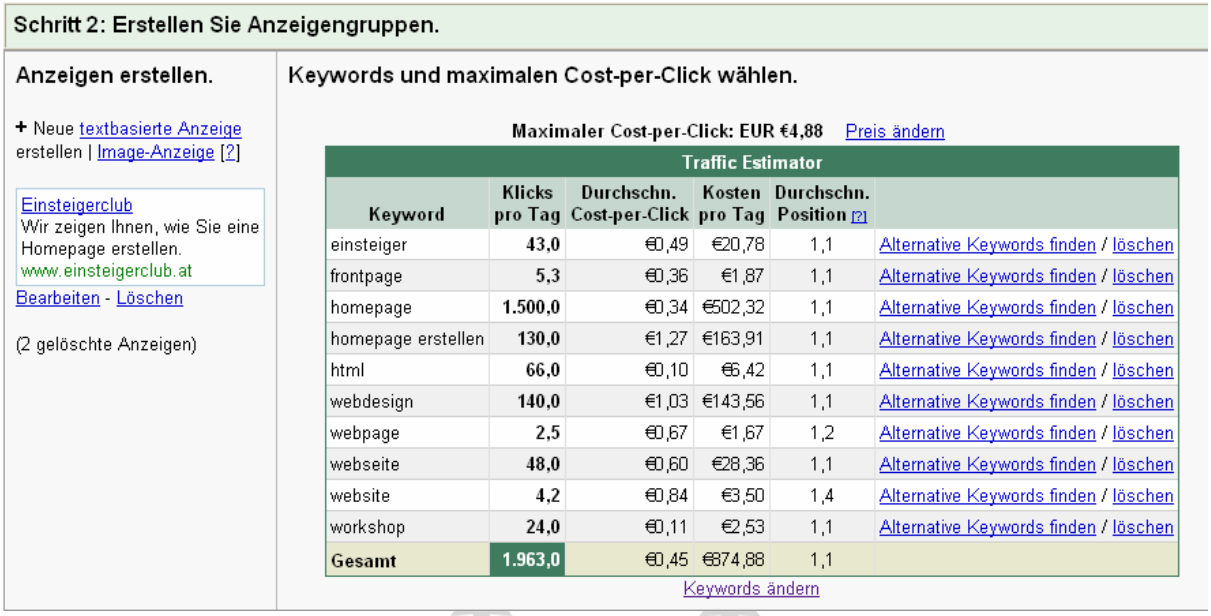
Natürlich sind Anfänger dann geschockt, denn sie nehmen fälschlicherweise an, dass dies der von Google geforderte Mindestpreis pro Klick sei. Mit dem Ergebnis, dass Kosten pro Tag von €874,88 auflaufen und Google AdWords sehr schnell wieder in der Versenkung verschwinden wird.

Entwarnung - das ist der **Maximum Bietpreis**, der dann meist auch gleich auf eine #1 Position führt – etwas, was nicht um jeden Preis anzustreben ist. Ein Platz unter den ersten drei oder fünf tuts auch.

Was immer Ihnen Google vorschlägt, teilen Sie es durch zwei, fünf oder gar zehn. Bieten Sie 25 oder 50 Cent. Oder €1.00, keinesfalls fast €5.00.

www.einsteigerclub.at

Online Kurse



Schritt 2: Erstellen Sie Anzeigengruppen.

Anzeigen erstellen.

+ Neue textbasierte Anzeige erstellen | Image-Anzeige [?]

Einsteigerclub
Wir zeigen Ihnen, wie Sie eine Homepage erstellen.
www.einsteigerclub.at
Bearbeiten - Löschen

(2 gelöschte Anzeigen)

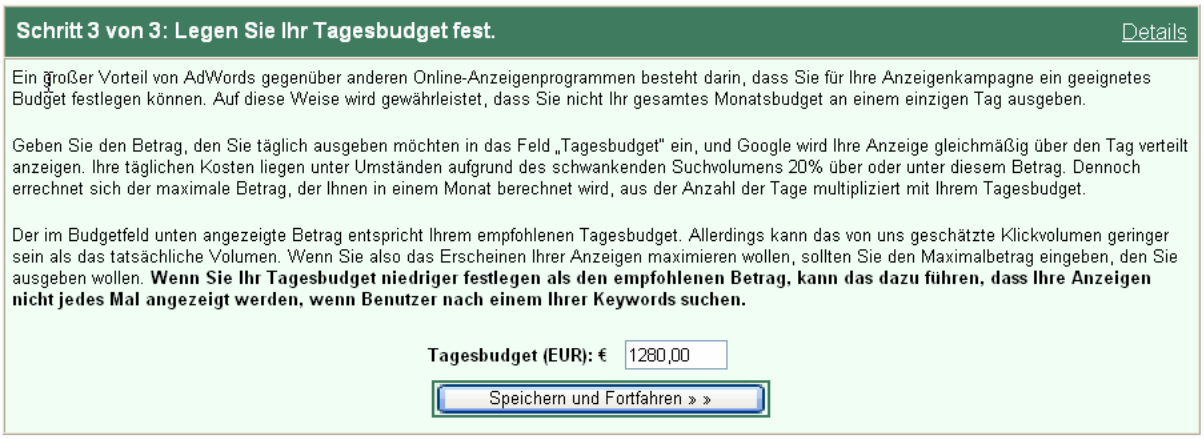
Keywords und maximalen Cost-per-Click wählen.

Maximaler Cost-per-Click: EUR €4,88 Preis ändern

Traffic Estimator

Keyword	Klicks pro Tag	Durchschn. Cost-per-Click	Kosten pro Tag	Durchschn. Position [?]	
einsteiger	43,0	€0,49	€20,78	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
frontpage	5,3	€0,36	€1,87	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
homepage	1.500,0	€0,34	€502,32	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
homepage erstellen	130,0	€1,27	€163,91	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
html	66,0	€0,10	€6,42	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
webdesign	140,0	€1,03	€143,56	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
webpage	2,5	€0,67	€1,67	1,2	Alternative Keywords finden / löschen
webseite	48,0	€0,60	€28,36	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
website	4,2	€0,84	€3,50	1,4	Alternative Keywords finden / löschen
workshop	24,0	€0,11	€2,53	1,1	Alternative Keywords finden / löschen
Gesamt	**1.963,0**	€0,45	€874,88	1,1	

Keywords ändern



Schritt 3 von 3: Legen Sie Ihr Tagesbudget fest. Details

Ein großer Vorteil von AdWords gegenüber anderen Online-Anzeigenprogrammen besteht darin, dass Sie für Ihre Anzeigenkampagne ein geeignetes Budget festlegen können. Auf diese Weise wird gewährleistet, dass Sie nicht Ihr gesamtes Monatsbudget an einem einzigen Tag ausgeben.

Geben Sie den Betrag, den Sie täglich ausgeben möchten in das Feld „Tagesbudget" ein, und Google wird Ihre Anzeige gleichmäßig über den Tag verteilt anzeigen. Ihre täglichen Kosten liegen unter Umständen aufgrund des schwankenden Suchvolumens 20% über oder unter diesem Betrag. Dennoch errechnet sich der maximale Betrag, der Ihnen in einem Monat berechnet wird, aus der Anzahl der Tage multipliziert mit Ihrem Tagesbudget.

Der im Budgetfeld unten angezeigte Betrag entspricht Ihrem empfohlenen Tagesbudget. Allerdings kann das von uns geschätzte Klickvolumen geringer sein als das tatsächliche Volumen. Wenn Sie also das Erscheinen Ihrer Anzeigen maximieren wollen, sollten Sie den Maximalbetrag eingeben, den Sie ausgeben wollen. **Wenn Sie Ihr Tagesbudget niedriger festlegen als den empfohlenen Betrag, kann das dazu führen, dass Ihre Anzeigen nicht jedes Mal angezeigt werden, wenn Benutzer nach einem Ihrer Keywords suchen.**

Tagesbudget (EUR): € 1280,00

Speichern und Fortfahren » »

www.einsteigerclub.at

Sie haben die Möglichkeit, Ihr Tagesbudget selbst so festzulegen, sodass nicht Ihr gesamtes Budget an einem Tag „verbraten" wird. Das Budget in unserem Beispiel hier basiert natürlich auf den überhöhten Geboten und ist daher viel zu hoch.

Allerdings sollte es Ihr Ziel sein, soviel wie möglich Klicks sofort bekommen - es gibt im Allgemeinen ja keinen Grund, Wochen oder gar Monate auf Ergebnisse zu warten, die Sie brennend interessieren, wenn Sie diese bereits nach Tagen vorliegen haben können.

Sie sollten daher auf ein entsprechendes Tagesbudget vorbereitet sein.

Online Kurse

So, nun füllen Sie abschließend noch die die geforderten Angaben zu Emailadresse, Passwort etc. aus, akzeptieren die AGB und stellen Ihren Account fertig. Von Google erhalten Sie dann eine Bestätigungsmail. Danach geben Sie Ihre Kreditkarten Informationen ein – nun sind Sie dabei.

Ich habe Ihnen hier den falschen Weg gezeigt. 3 Schritte, fünf dramatische Fehler!

Im Teil 2 lernen Sie dann den richtigen Weg kennen.

www.einsteigerclub.at

Online Kurse

IV. Google AdWords Anzeigentexte und die verloren gegangene Kunst des Textens...

Keywords sind wichtig. Gebote auch. Am Ende steht jedoch Ihre Anzeige! Das Signal an der Eingangstüre zu Ihrer Webseite.

Wird es übersehen, klopft niemand bei Ihnen an!

Tausende von Unternehmen geben Millionen an Euros für Google AdWords Werbung aus. Die meisten dieser Anzeigen sehen aus wie schlecht geschriebene Kleinanzeigen.

Wie können Sie das besser machen?

Mit AdWords schalten Sie bezahlte Anzeigen, die neben den Such-ergebnissen zu einem bestimmten Suchbegriff angezeigt werden. Zu bezahlen ist für Klicks auf diese Anzeigen.

Für den Erfolg sind die richtigen Suchbegriffe und Ihr Budget sicher entscheidende Kriterien. Nur wird meiner Meinung nach eine weitere, ganz entscheidende Komponente fast völlig ignoriert...

Die gute alte Kunst des Werbetextens

Sie schalten bei Google AdWords TEXT Anzeigen! Anzeigen, vergleichbar denen in Zeitungen und Zeitschriften. Dafür stellt Google Ihnen nur einen begrenzten Platz zur Verfügung ... gerade ausreichend für eine kurze Schlagzeile und eine komprimierte Beschreibung.

Wenig Platz, keine Möglichkeit der visuellen Gestaltung – da ist ein aufmerksamkeitsstarker, überzeugender und verführerisch geschriebener Text das Um und Auf!

Die Masse der Anzeigen hat davon nichts mitbekommen!

Platt, langweilig, ohne Pep ... mies geschriebene Kleinanzeigen. Wohl der Hauptgrund, warum der Großteil dieser Anzeigen nur schlechte Klickraten und enttäuschende Ergebnisse liefert.

Ein typisches Beispiel?

Vor kurzem gab ich „**Suchmaschinen Platzierung**“ in die Suchbox von Google ein. Bei all den Suchmaschinen und Marketing “Gurus”, die hier ihre Anzeigen einstellen, war ich sicher, auf einige der aufregendsten, kurzen Textanzeigen zu stoßen.

Online Kurse

Texte, die meine Maus sofort zum Klicken verführen würden.

Doch weit gefehlt! Was ich zu sehen bekam, war – von vereinzelten Ausnahmen abgesehen - eine einzige Ansammlung von uninteressanten Texten, die sich kaum von einander unterschieden. Warum, um Himmel willen, sollte wohl jemand auf eine dieser Anzeigen klicken?

Die Antwort ist: Niemand klickt.

Warum sich diese “Experten” so sehr auf Keywords statt auf das Verfassen von starken Texten konzentrieren?

Nun, Keywordlisten zu erstellen ist mit etwas Know How keine besondere Herausforderung und wird ohnehin meist an entsprechende Software Programme delegiert. Einen starken Text zu schreiben erfordert hingegen:

- ein Schreibwerkzeug (Tastatur oder Kugelschreiber reicht)
- eine Oberfläche (Bildschirm, Blatt Papier) und - der schwierigste Teil
- eine große Portion kreatives Denken.

Verbessern Sie die Texte Ihrer AdWords Anzeigen und Sie werden plötzlich entscheidend mehr Klicks zu Ihrer Webseite bekommen, häufig mit geringeren Kosten pro Klick. Ich selbst konnte mit starken, teilweise richtig fetzigen Texten dramatische Verbesserungen erreichen.

Was zeichnet Anzeigentexte aus, die zum Klicken verführen?

Sie sind „gschnappig“, “kurz angebunden” (Sie müssen mit wenigen Worten arbeiten) und loben den Nutzen für den potentiellen Kunden aus.

Verkaufen Sie zum Beispiel extrem bequeme Wanderschuhe, schreiben Sie in die Schlagzeile nicht einfach “Super Wanderschuhe“. Bieten Sie einen Nutzen an, sagen Sie Ihren Besuchern, was sie davon haben werden. Zum Beispiel „Ihre Füße werden Sie lieben!“ Verkaufen Sie starken Kaffee, sagen Sie nicht einfach „Kaffee Premium Qualität“ sondern „Unser Columbia Premium Kaffee – der Schnellstart in Ihren Tag“.

Keywords zählen und Gebote zählen.

Am Ende da steht jedoch Ihre Anzeige. Sie ist das Signal an der Eingangstüre zu Ihrer Webseite. Ist es nicht auffallend oder interessant genug, wird niemand anklopfen!

Treffen Sie die richtigen Marketing Entscheidungen - Entscheidungen, die Ihnen Gewinne bringen!

Online Kurse

V. Texte, die verkaufen können! Lockende, verführerische Worte ...

Können Ihre Texte verkaufen?

Aus Besuchern Kunden machen?

Geld für Sie verdienen?

Sie haben es bemerkt?

Irgend etwas ist anders in diesem neuem Medium Internet. Beim Verfassen von Texten ebenso wie beim Lesen.

Eine Webseite wird nicht wie eine Zeitung oder ein Buch gelesen. Sie kuscheln sich nicht mit ihr ins Bett und überfliegen noch ein paar Seiten, bevor Sie in den Schlaf sinken. Auch steht im Bücherregal am WC kein Computer mit einer Sammlung Ihrer Lieblingswebseiten.

Sie brauchen für Ihre Google AdWords Anzeigen Texte, mit denen Sie Ihre Besucher verführen und motivieren können, um mit ihnen ins Geschäft zu kommen, richtig?

Texte, die in der Lage sind, die Rolle des konventionellen Verkäufers zu übernehmen ...

... die eine Beziehung zu Ihren Besuchern aufbauen; deren Wellenlänge aufspüren und darüber mit ihnen kommunizieren; Besucherwünsche qualifizieren und mitteilen, wie Sie diese erfüllen können; Sicherheit, Glaubwürdigkeit und Vertrauen ausstrahlen, damit sich Ihre Besucher wohl fühlen und mit Ihnen ins Geschäft kommen möchten...

Ein Text, der nach dem Auftrag fragt - kurz gesagt, ein Text, der mit Ihren Besuchern das Verkaufsgespräch eines Profis führt!

Die Texte Ihrer AdWords Anzeige entscheiden darüber, ob Sie Ihre Ziele erreichen werden oder nicht. Ob Sie es schaffen, aus Besuchern auf Ihre Webseite zu führen und sie zu Käufer zu machen. Ob Sie Geld verdienen oder verlieren!

Texte, die diesen Zielen im Wege stehen ... verlorene Zeit, verlorene Energie, verlorenes Geld!

- Internet Marketing - Beratung und Coaching ... Holen Sie mich in Ihr Team und wir verfassen gemeinsam die Werbetexte für Ihre Webseite, mit denen Sie Suchmaschinen UND Besucher beeindrucken werden!

Online Kurse

- Werden Sie Ihr eigener Werbetexter - Lernen Sie Werbetexte zu verfassen, die Ihren Umsatz verdreifachen werden.

- Webseiten Schlagzeilen, Titel, Untertitel - Schlagzeilen, die sich weigern, übersehen zu werden!

Internet ist Information - Worte!

Besucher lassen sich von Schlagzeilen, Titeln und Texten überzeugen und verführen ... geben Sie ihnen, wonach sie suchen.

Geben Sie Ihren Google AdWords Anzeigen eine Chance ...
Ihr Geschäft wird mit einem Schlag zu prosperieren beginnen!



Online Kurse