

Vorwort

Sie halten gerade die vierte aktualisierte und erweiterte Auflage des umfassenden Google-Ads-Buchs in den Händen. Dies ist das erste und bisher einzige Buch zum neuen Google-Ads-Design mit den aktuellen Kampagnentypen. Herzlichen Glückwunsch zu Ihrer Wahl! Bald werden Sie in der Lage sein, erfolgreich online für Ihr Unternehmen oder Ihren Bereich zu werben. Vor allem aber werden Sie sich mit dem Wissen aus diesem Buch einen deutlichen Vorsprung vor den meisten Ihrer Wettbewerber verschaffen.

Bevor wir fortfahren, möchten wir Ihnen kurz skizzieren, wie Sie dieses Buch am besten einsetzen können, um den größtmöglichen Nutzen aus den Informationen zu ziehen.

Google Ads – warum dieses Buch?

Wahrscheinlich arbeiten Sie schon mit Google Ads oder haben zumindest davon gehört. Google Ads ist seit 2000 das Werbeprogramm der Suchmaschine Google, und Google ist eines der ersten Unternehmen, die genannt werden, wenn der Begriff *Internet* fällt. Ob in der Schule, im Studium, am Arbeitsplatz oder zu Hause bei der Suche nach Geschenkideen, der Urlaubsplanung und so weiter – überall wird »gegoogelt«. Googeln hat als Synonym für »online suchen« längst Einzug in unseren Sprachgebrauch gehalten.

Google Ads liefert Werbeeinblendungen passend zur Suchanfrage. Die Vermarktung der Google-Ads-Werbung ist bis heute immer noch die Haupteinnahmequelle für Google. Google Ads ist ein wichtiger Baustein im Online-Marketing vieler erfolgreicher Unternehmen, da über diesen Kanal viel Traffic auf die beworbenen Webseiten gelenkt wird und Produkte und Dienstleistungen leicht vermarktet werden können.

Warum aber haben wir ein Buch über diese Online-Marketing-Möglichkeit geschrieben? Wurde das Grundprinzip nicht bereits vielfach erklärt? Werden nicht ohnehin alle Fragen in der umfangreichen aktuellen Online-Hilfe beantwortet? Gibt es nicht eine Vielzahl weiterer Ressourcen wie Webseiten und Blogs, die als Hilfestellung zur Verfügung stehen?

Unser Argument ist ganz einfach: Selbstverständlich gibt es online eine Menge einzelner Informationen zu diesem umfangreichen Thema. Wenn Sie also viel Zeit haben und genau wissen, wonach Sie suchen, können Sie sich aus der Vielzahl an Quellen gewiss mit der Zeit die nötigen Inhalte beschaffen. Unsere Erfahrung allerdings zeigt, dass die wenigsten Unternehmer oder Marketing-Entscheider eben diese Zeit und Geduld haben. Sie suchen vielmehr nach einer Mach-erst-dies-und-dann-das-Anleitung, um möglichst schnell erste Erfolge ihrer Google-Ads-Werbemaßnahmen verbuchen zu können. Und genau aus diesem Grund haben wir das vorliegende Buch zusammengestellt.

Neben den Google-Ads-Grundlagen zeigen wir darüber hinaus die weiterentwickelten aktuellen Möglichkeiten des Suchmaschinenmarketings mit Google Ads auf. Außerdem konnten auch wir uns in den fast 25 Jahren mit Google Ads weiterentwickeln. Wir haben in dieser Zeit viele Dinge in der Praxis getestet und aus den Ergebnissen gelernt. Anders als in der Google-Online-Hilfe vermittelt dieses Buch Praxiswissen, zeigt echte Beispiele und gibt Tipps, die nicht immer der offiziellen Google-Meinung folgen, sich aber als erfolgreiche Vorgehensweisen herausgestellt haben.

Was lernen Sie in diesem Buch?

In diesem Buch teilen wir mit Ihnen – ganz egal, ob Sie Google-Ads-Neuling oder bereits fortgeschrittener Anwender sind – eine Fülle an Hinweisen, Strategien und Erfahrungen. Das »Tun« steht dabei im Vordergrund. Der Großteil der Inhalte ist darauf ausgelegt, dass Sie bei bestehenden oder neuen Google-Ads-Kampagnen aktiv »Hand anlegen«. Daher ist es ratsam, dieses Buch tatsächlich in der Nähe Ihres Google-Ads-Accounts zu lesen, denn Sie werden bereits nach wenigen Seiten feststellen, dass Sie das Erlernte unmittelbar ausprobieren wollen.

Wir wünschen Ihnen an dieser Stelle, dass Sie dieses Buch gleichermaßen als Informations- und Inspirationsquelle für erfolgreiche Google-Ads-Kampagnen nutzen können. Der praktische *Return on Investment (ROI)* dieses Buchs wird für Sie umso höher ausfallen, je detaillierter und umfangreicher Sie die Funktionen von Google Ads aktiv anwenden.

Machen Sie sich eines der erfolgreichsten Werbeprogramme der Gegenwart zunutze, um mit Ihrer Dienstleistung, Ihrem Produkt bzw. Ihrem Unternehmen weiter zu wachsen!

Für wen ist dieses Buch?

Sie lernen in unserem Buch alles Notwendige zu Google Ads. Wir müssen jedoch vorwiegend sagen, dass Google Ads sich laufend weiterentwickelt. Dies haben wir auch bei der Arbeit erfahren müssen, und so haben wir während des Schreibens bis kurz vor Schluss noch aktuelle Google-Ads-Neuerungen eingebaut. Möglicherweise werden sich einige Details bereits wieder geändert haben, wenn Sie dieses Buch lesen. Dennoch erwerben Sie hiermit ein solides Wissen – von den Grundlagen bis zu den speziellen Google-Ads-Kampagnen –, sodass Sie nach etwas Übung absolut in der Lage sein werden, etwaige Änderungen schnell zu verstehen und in Ihre tägliche Arbeit einzubauen. Wichtiger ist, dass Sie das Erlernte möglichst zügig in der Praxis anwenden. Wir zeigen Ihnen verschiedene Möglichkeiten und geben Ihnen Beispiele aus echten Google-Ads-Konten sowie Praxistipps mit auf den Weg. Diese anschaulichen Beispiele und Tipps können Sie dann an Ihre Dienstleistung, Ihre Produkte oder Ihr Unternehmen anpassen.

Das Buch richtet sich vor allem an folgende Gruppen:

► **Webmaster und Website-Betreiber**

Sie haben eine Website, aber noch keine bzw. zu wenige Besucher? Perfekt! Denn mit einfachen Google-Ads-Kampagnen können Sie schnell und effizient gezielt Besucherverkehr auf Ihre Website lenken. Wie das geht, lernen Sie vor allem im ersten Drittel des Buchs.

► **(Online-)Marketer und Marketingplaner**

Sie haben Kampagnenbudgets zur Verfügung und wollen Google Ads in Ihren Marketingplänen berücksichtigen? Unabhängig davon, ob Sie persönlich für die unmittelbare Kampagnenschaltung verantwortlich sind oder Dritte (externe Teams, Partner oder Agenturen) damit beauftragen: Ein umfangreiches Fachwissen ist in beiden Fällen unerlässlich. Beginnend bei den Grundlagen – und hier vor allem bei den strategischen Überlegungen –, lernen Sie, wie Google Ads optimal in den Marketingmix integriert werden kann. Ob es dann rein textorientierte Suchkampagnen sind, Bannerschaltungen im Google Displaynetzwerk oder erweiterte Videokampagnen auf YouTube: Sie erhalten in diesem Buch einen umfassenden Überblick, um optimal bewerten zu können, welche Rolle Google Ads in Ihrem Marketingplan spielen kann.

► **Search Engine Marketer**

Sie haben bereits erste praktische Erfahrungen mit Google Ads gemacht? Auch dann kann Ihnen dieses Buch weiterhelfen! Vertiefen Sie Ihr Wissen, um Ihre Kampagnen noch besser zu machen. Es spielt hier keine Rolle, ob Ihre bisherige Erfahrung nur wenige Euro Budgetausgaben oder aber bereits Tausende von erzielten Klicks umfasst. Schauen Sie sich vor allem die Tipps zur Analyse und Optimierung

sowie die speziellen Google-Ads-Kampagnen an. Optimieren Sie Ihr Fachwissen und damit auch Ihre Kampagnen!

► **(Klein-)Unternehmer und Existenzgründer**

Sie haben eine neue Geschäftsidee und möchten diese am Markt auf ihre Praxistauglichkeit untersuchen? Hierfür ist Google Ads ein sehr geeignetes Instrument: Nutzen Sie es zunächst weniger als »Werbemaßnahme« denn als Marktforschungs- und Vertriebsinstrument! Wie viele potenzielle Interessenten an einem Produkt gibt es? Es spielt bei Google Ads keine Rolle, ob Sie die Zielgruppe für Ihre neue Unternehmung in der unmittelbaren Nähe Ihres Standorts oder auch in – vermeintlich exotischen – Regionen wie z. B. Südafrika finden möchten. Lernen Sie mithilfe dieses Buchs, wie Sie Google-Ads-Kampagnen als internationale »Testballons« aufsetzen können, um wertvolle Details über Quantität und Qualität Ihrer potenziellen Kunden- und Zielgruppen herauszufinden. Nach der Testphase und einem erfolgreichen Start Ihres Unternehmens können Sie Google Ads in Ihren Marketingplan aufnehmen und spezielle Google-Ads-Werbekampagnen aufsetzen.

Bei den meisten Leserinnen und Lesern dieses Buchs gehen wir davon aus, dass sie bereits einige Vorkenntnisse im Bereich des (Online-)Marketings mitbringen. Obwohl Vorkenntnisse in den folgenden Bereichen nicht zwingend erforderlich sind, sind sie beim Thema Google Ads durchaus von Vorteil:

► **Basiskonntnisse in Sachen Internet**

Sie sollten beispielsweise wissen, was eine Website, ein Browser oder eine URL ist. Für die Arbeit mit Google Ads müssen Sie nicht zwingend Kenntnisse oder Erfahrung in der Erstellung bzw. Wartung und Bearbeitung von Websites haben. Es ist jedoch sehr vorteilhaft, wenn Sie kleine Änderungen auf den Websites, die Sie in den Google-Ads-Kampagnen verwenden, selbst durchführen können.

► **Basiskonntnisse im Marketing**

Da der strategische Part in diesem Buch einige allgemeingültige Marketingthemen beinhalten bzw. zumindest anschnitten wird, ist es von Vorteil, wenn Sie zum Beispiel bereits vom *AIDA-Modell* oder der Berechnung des *Return on Investment (ROI)* gehört haben.

Der Aufbau des Buchs – wie sollten Sie es lesen?

Sie können dieses Buch vom Einstieg in das Suchmaschinenmarketing (Kapitel 1) bis hin zur Optimierung der Google-Ads-Kampagnen (Kapitel 16) durchlesen, um einen

umfassenden Einblick in das Thema Google Ads zu erhalten. Im ersten Teil konzentrieren wir uns auf die Grundlagen des Suchmaschinenmarketings und des Google-Ads-Programms. Besonderes Augenmerk legen wir auf die Keyword-Recherche und das Conversion-Tracking, da diese häufig in der Praxis vernachlässigt werden, jedoch entscheidend zum Erfolg Ihrer Google-Ads-Werbung beitragen. Zum Einstieg in die Google-Ads-Welt gehört auch die Beschreibung, wie eine erste Kampagne aufgesetzt wird und wie man sich schneller in dem umfassenden und sehr leistungsstarken Google-Ads-Backend zurechtfindet.

Für diejenigen, die bereits mit den Grundlagen vertraut sind, bieten wir ab Kapitel 5 Einblicke in weitere Kampagnentypen der Google-Ads-Werbung, darunter:

- ▶ das umfangreiche Google Displaynetzwerk, über das Sie für Ihre potenziellen Website-Besucher und Kunden zusätzlich Banner-Anzeigen ausspielen können,
- ▶ Tipps und Hinweise zu Shopping-Kampagnen mit Schwerpunkt auf Datenfeeds und Benchmarking im Bereich E-Commerce,
- ▶ eine Einführung in die vielfältigen Möglichkeiten von Videokampagnen, die zunehmend an Beliebtheit gewinnen, und
- ▶ schließlich eine Einführung in Performance Max-Kampagnen, die von Google stark beworben werden und auf künstlicher Intelligenz basieren.

Ab Kapitel 17 finden Sie spezielle Informationen zu unterschiedlichen Themen, wie zum Beispiel die Beschreibung eines Google-Ads-Verwaltungskontos, das speziell für Agenturen gedacht ist, sowie auch ein Kapitel mit den Antworten auf häufig gestellte Fragen zu Google Ads.

In Kapitel 21 beschreiben wir die verschiedenen Buttons und Symbole im Google-Ads-Konto, die Ihnen die Arbeit erleichtern. Da wir davon ausgehen müssen, dass Google auch zukünftig neue Elemente hinzufügt, erhalten Sie hier Hinweise zu den Prinzipien der Bedienung, die auch auf neue Funktionen angewendet werden können. In unserem Index finden Sie zudem noch einmal die wichtigsten Begriffe, die im Zusammenhang mit dem Google-Ads-Programm auftauchen.

Sie können also das vorliegende Buch auch stets als Nachschlagewerk nutzen, wenn Sie eine bestimmte Fragestellung haben oder eine neue Werbekampagne aufsetzen möchten. Neben dem Inhaltsverzeichnis hilft Ihnen der umfangreiche Index zu diesem Buch, schnell die gesuchte Information zu finden.

Zum Schluss noch ein Hinweis zu den Beispielen und Screenshots: Für unsere Beispiele haben wir nicht eine Firma, eine bestimmte Branche oder ein Produkt verwendet, sondern verschiedene Produkte und Dienstleistungen aus diversen Branchen betrachtet, sodass vom lokalen Geschäft über den Dienstleistungssektor bis hin zu

Online-Webshops Beispiele aus ganz unterschiedlichen Unternehmensgrößen und Geschäftsmodellen auftauchen. Da es kein Google-Ads-Konto mit Testdaten gibt, haben wir Screenshots aus echten Google-Ads-Konten genommen, die wir jedoch verändert oder anonymisiert haben.

Danke

Wir bedanken uns bei all unseren Kunden, Kollegen und Partnern, die uns mit ihren anspruchsvollen Zielsetzungen, herausfordernden Briefings und kniffligen Detailfragen die Möglichkeit gegeben haben, immer tiefer in das Universum von Google Ads einzutauchen.

Ein besonderer Dank geht an das Team des Rheinwerk Verlags und an die Lektoren, die unser Buchprojekt professionell begleitet und mit ihren Anmerkungen und Tipps stets verbessert haben.

Last, but not least gilt unser Dank allen Menschen, die uns im Rahmen dieses Buchprojekts unterstützt und unaufhörlich mit Motivation und Energie gestärkt haben. Dies gilt vor allem für unsere Familien und Freunde, die manche Abende und Wochenenden auf uns verzichten mussten.

Jetzt ist es an der Zeit, gemeinsam loszulegen: Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen und Anwenden dieses Buchs sowie großen Erfolg mit Google Ads!

Guido Pelzer, Jonas Rifisch & Marian Nabbefeld