



eBUSINESSLOTSE

INFOBÜRO FÜR UNTERNEHMEN

OSTBRANDENBURG

Mittelstand-
Digital 

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Umsatz steigern, neue Kunden erreichen

Carlo Siebert

Adwords Berater

Carlo Siebert

- Erste Onlinemarketing Erfahrung vor 9 Jahren
- Affiliate Marketing (Provisionsmarketing)
- Seit 3 Jahren Google Adwords
- Offiziell seit Oktober aktiv
- Abschlussarbeit über Google Adwords
- Onlineshops als Kunden
- Dienstleister als Kunden
(Regional/Überregional)

(Online)Marketing – Was ist das?

- bezeichnet einen den Unternehmensbereich, dessen Aufgabe (Funktion) es ist, Produkte und Dienstleistungen zu vermarkten
- in einer Weise, dass Käufer dieses Angebot als wünschenswert wahrnehmen

In Zeitungen



MARKMANN & MOLL

Weichen
jeder Bauart

komplette
Anschluss-
gleise

WEICHENBAU
FABRIK FÜR BAHNBEDARF · KETTWIG · RUHR

The advertisement features a central illustration of a railway switch (Weichenbau) with a worker standing on the left side, operating the mechanism. The text is arranged in a circular and rectangular layout around the illustration.

Im Radio



An Plakatwänden



Im TV



Werbung heute

- Was hat sich geändert?
- Welche neuen Werbemittel werden genutzt?
- Welche sind verschwunden?

Altes ist geblieben



Werbung im Internet

The image is a collage of various internet service advertisements, likely from a German provider like DSL-Shop. It features several distinct promotional banners and offers:

- Top Left:** A promotion for a "Flatrate 1 Jahr kostenlos" (1 year free) with a price tag of 4,95 €/Monat. It includes a "Bestellen" button.
- Top Right:** A promotion for a "Flatrate 1 Jahr kostenlos" with a price tag of 14,90 €/Monat. It includes a "Bestellen" button.
- Middle Left:** A banner for "Flatrate 1 Jahr kostenlos" with a price tag of 4,99 €/Monat. It features an image of a person skiing and a "Bestellen" button.
- Middle Right:** A banner for "Flatrate 1 Jahr kostenlos" with a price tag of 16,99 €/Monat. It features an image of a person sitting at a desk and a "Bestellen" button.
- Bottom Left:** A banner for "Flatrate 1 Jahr kostenlos" with a price tag of 16,99 €/Monat. It features an image of a network cable and a "Bestellen" button.
- Bottom Center:** A banner for "Flatrate 1 Jahr kostenlos" with a price tag of 3,90 €/Monat. It features an image of a person talking on a phone and a "Bestellen" button.
- Bottom Right:** A banner for "Flatrate 1 Jahr kostenlos" with a price tag of 198 c. It features an image of a person sitting at a desk and a "Bestellen" button.

The advertisements are visually appealing, using bright colors (red, yellow, green) and clear typography to highlight key information like prices and benefits. Many offers include a "Bestellen" (Order) button, indicating a direct-to-consumer sales model.

Website



Banner-Werbung

Fun and Easy!
DIGITAL SCRAPBOOKING SOFTWARE
SCRAPBOOK MAX!™
CLICK FOR A FREE TRIAL DOWNLOAD!

DIGITAL SCRAPBOOKING SOFTWARE

CREATE YOUR OWN AUTORUN CD/DVD ROMS IN MINUTES.
Drag 'n drop video, graphics, music and more...
BUSINESS EDITION WITH MEGA PACK

BUILD YOUR OWN AUTORUN CD/DVD ROM MENUS IN MINUTES.
Autorun MAX! Business Edition

FREE TRIAL DOWNLOAD
Build Your Own Autorun CD/DVDs and Interactive Menus

Create autorun CD/DVD ROMs in a few clicks with Autorun MAX!
HOME EDITION WITH MEGAPACK

"Create autorun CD/DVD ROMs in just a few clicks!"
HOME EDITION
Build Your Own Autorun CD/DVDs and Interactive Menus

SPEEDY TRAINING
AUTOPLAY 5.0 VIDEO TRAINING

SPEEDY TRAINING
TRAINING CD-ROMS

SPEEDY TRAINING
AUTOPLAY 5.0 VIDEO TRAINING

Fun and Easy!
DIGITAL SCRAPBOOKING SOFTWARE

Get Burning!
New Version
Plug-in Support
Many New Actions
Brand New Objects
New scripting engine
Customizable Interface
Improved Audio Handling
AutoPlay MEDIA STUDIO 5.0™
Pro Version \$495
STANDARD VERSION \$295

SCRAPBOOK MAX!™

SCRAPBOOK MAX!™
CLICK FOR A FREE TRIAL DOWNLOAD!

Online Video Advertising

YouTube Search Browse TV Shows Upload Create Account Sign In

Nas & Damian Marley - As We Enter [Official Video]

reggaeville 591 videos

IG Index: Market Update Ads by Google
The latest market news from IG Index's dealing floor
www.YouTube.com/IGIndexLtd

reggaeville | April 26, 2010
<http://DAMIANMARLEY.REGGAEV...> **215,802** views

Nas & Damian "Jr. Gong" Marley - As We Enter Download This Song: [iTunes](#)

Like

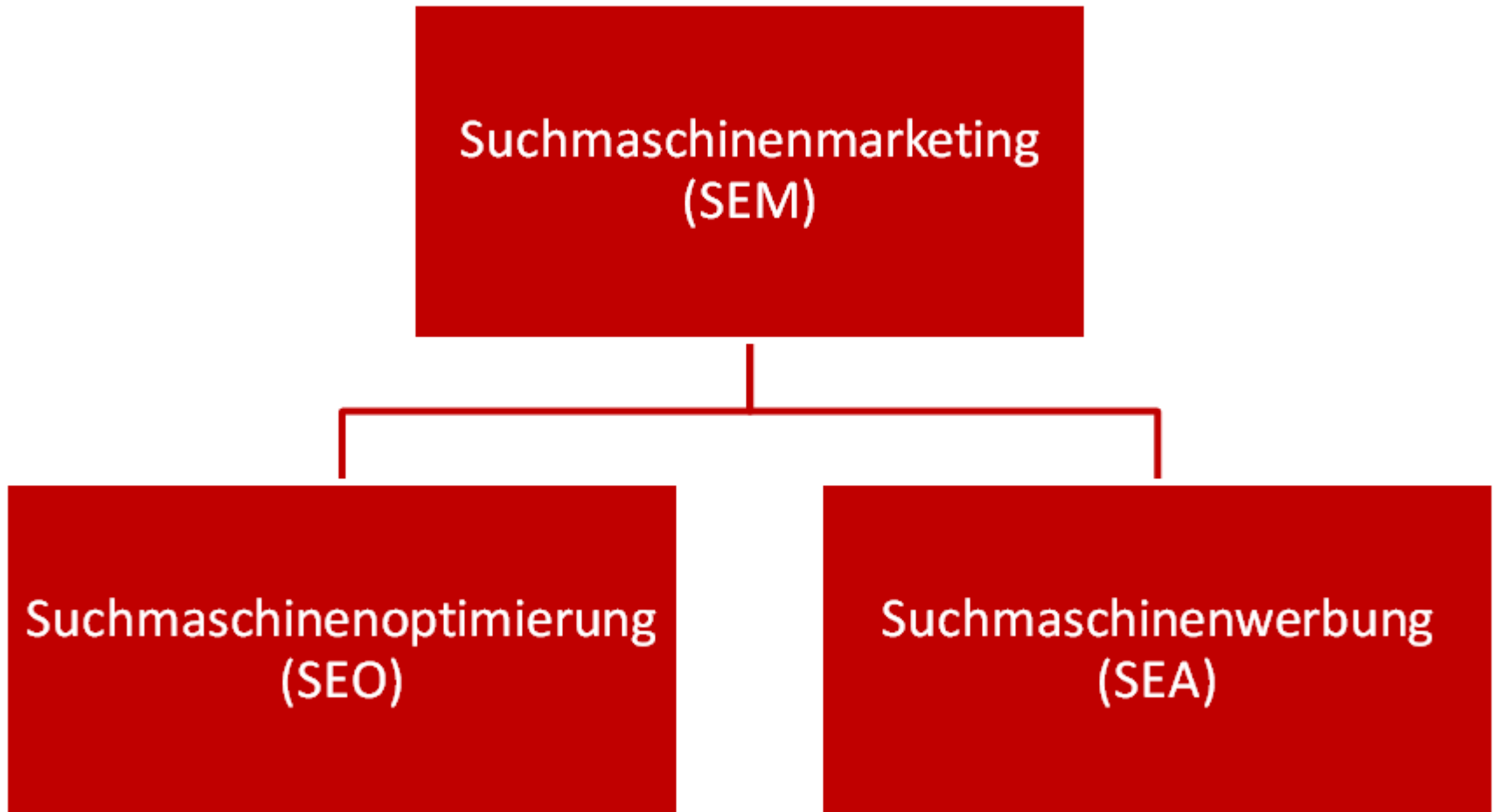
Apply online today

Spread betting and CFD trading can result in losses that exceed your initial deposit.
Tax Laws are subject to change and depend on individual circumstances.
CITYINDEX

Suggestions

- IG Index: Market Update**
226 views
IGIndexLtd Promoted Video
- Damian Marley feat Nas - Road to Zion**
15,886,369 views
MentaKarma.com
- Damian Marley Feat. Nas - Work And Blaze**
110,912 views
cokaca

Suchmaschinenmarketing



E-Mail-Marketing

Ablauf einer E-Mail-Marketing-Kampagne



Affiliate-Marketing



Social Media Marketing

Wichtige soziale Plattform



Couponing

Empfehl den Deal >> 6 € für Dich: Facebook Twitter studIVZ E-Mail

99 Euro statt 218 Euro - 6-Gänge-Gourmet-Menü für Zwei im noblen Sterne Restaurant Mark's des Mandarin Oriental, Munich

Ausverkauft!

Preis: 99,00 €

Rabatt
55%

Ersparnis
119,00 €

AUSVERKAUFT!

1.005 verkauft



Deal fand statt!

Freunden empfehlen!

Facebook Twitter E-Mail

Gesamtbewertung: ★★★★★

11.03.2011 | Kritik von die_Gourmet

★★★★★ Essen
★★★★★ Bedienung
★★★★★ Ambiente
★★★★★ Sauberkeit

Wie ist das Preis-Leistungsverhältnis?
★★★★★ Schlecht

die_Gourmet

Highl

- Erlebt Kombi Ambiente Gourm Genie franco Gerichte und ersichtliche erlesene Spitzenweine
- Laßt Euch vom persönlichen und professionellem Service des außergewöhnlichen Gourmetrestaurants verwöhnen
- Reservierung mit Angabe Groupon erforderlich, bevorzugt über [RESERVIERUNG](#)
- 4 Monate gültig, ausgenommen 18.03-26.03.2011

Werbung in Apps

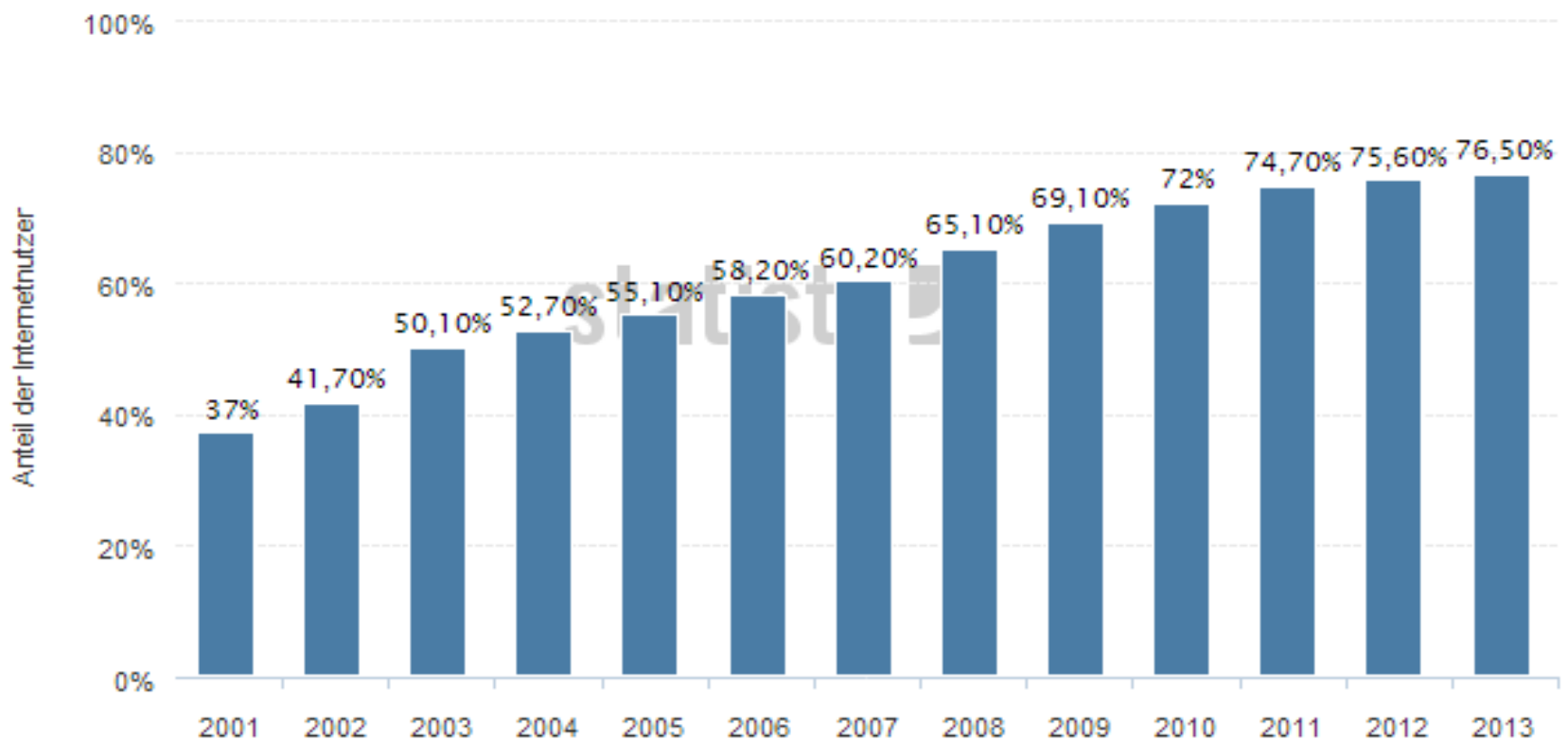


Was hat sich geändert und warum ändert es sich?

- Wandel von Offline in Online
- Zuwachs von Smartphones verstärkt den Effekt
- Schnellere Bandbreite für mobiles Internet verstärkt den Effekt ebenfalls
- Einfach
- Schnell
- Zielführend

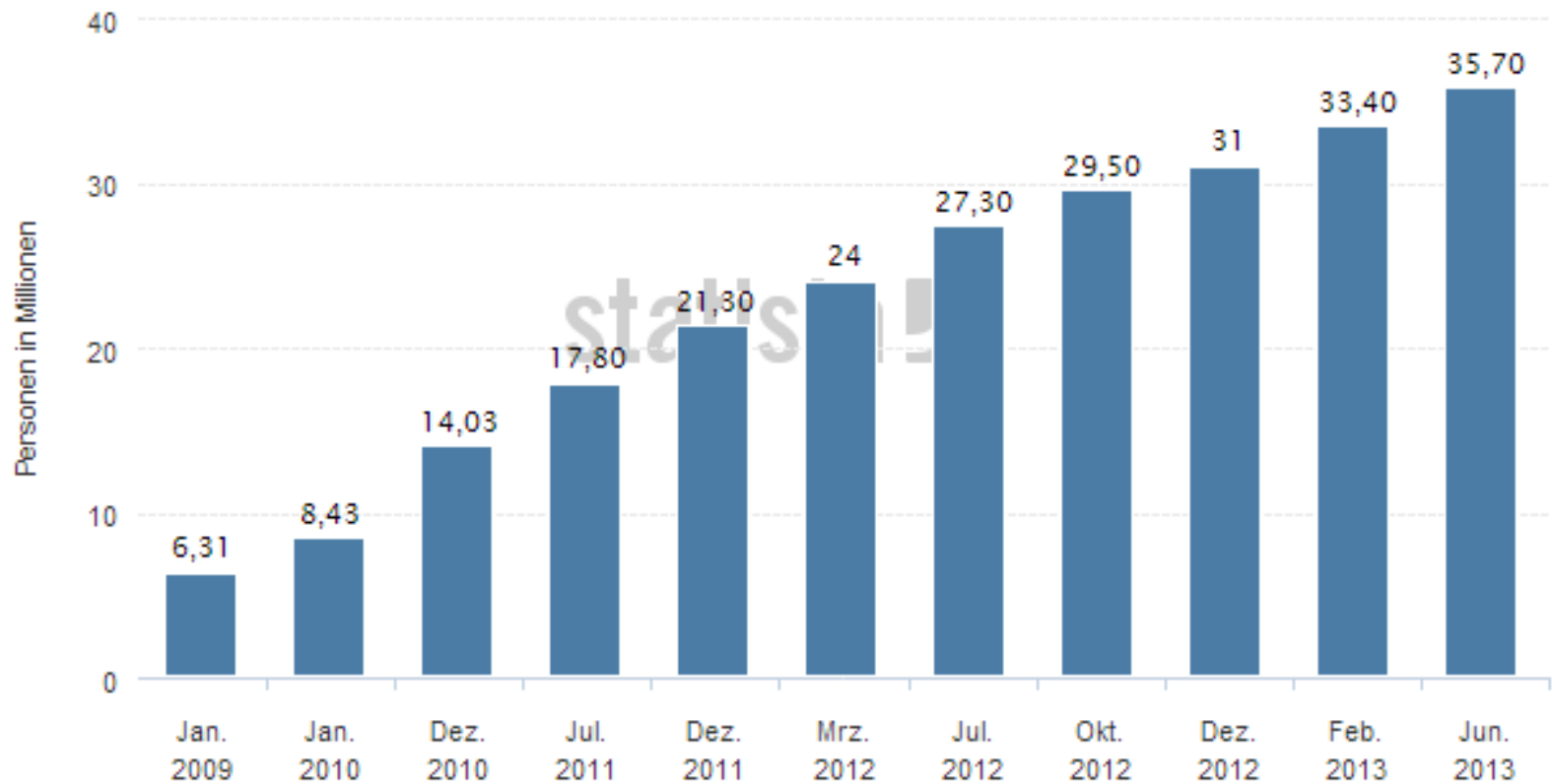
Internetnutzer in Deutschland [%]

Anteil der Internetnutzer in Deutschland von 2001 bis 2013



Smartphone-Nutzer in Deutschland [Mio]

Anzahl der Smartphone-Nutzer in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2013 (in Millionen)



Kann jeder Onlinemarketing?

- Prinzipiell: JA
- Wichtig ist ein schlüssiges Konzept/Fahrplan
- Wer sind meine Kunden? Wie spreche ich diese sinnvoll an? Wo spreche ich diese effektiv an?

Shop / Webseite ? Fluch oder Segen?

- Webshop ähnlich eines Ladengeschäfts
- Investitionskosten ggf. hoch
- Hoher Wettbewerb – 1 Klick entfernt
- Alternativen sind Marktplätze (Ebay, Amazon)

Shop / Webseite ? Fluch oder Segen?

- Webseite je nach Bedürfnissen erstellen (lassen)
- Was mache ich, Weshalb mache ich das, Wer bin ich, Wo mache ich das, Wie erreicht man mich
- Visitenkarte der virtuellen Welt

Welche Werbemöglichkeiten bestehen?

- Google Adwords
- Google Adwords Express
- Bing Ads / Yahoo Ads
- Facebook Ads
- YouTube Ads

Suchmaschinen im Einsatz

Suchmaschinen	Marktanteil Oktober	Marktanteil September	Marktanteil August
Google	90.6% (+0.1)	90.5% (+0.1)	90.4% (-0.3)
Bing	3.1% (+0.1)	3.0% (+/-0)	3.0% (+0.2)
Yahoo**	1.3% (+0.2)	1.1% (+0.1)	1.0% (+/-0)
T-Online*	1.1% (+/-0)	1.1% (+/-0)	1.1% (+0.1)
Ask.com	0.8% (-0.1)	0.9% (+/-0)	0.9% (+/-0)
AOL Suche*	0.7% (+/-0)	0.7% (+/-0)	0.7% (+/-0)
Search.com	0.7% (+/-0)	0.7% (+/-0)	0.7% (+/-0)
Web.de*	0.7% (+/-0)	0.7% (+/-0)	0.7% (+/-0)
gmx.net*	0.6% (+/-0)	0.6% (+/-0)	0.6% (+/-0)
Conduit*	0.3% (-0.1)	0.4% (-0.1)	0.5% (+/-0)

* = Suche mit Google ** = Suche mit Bing

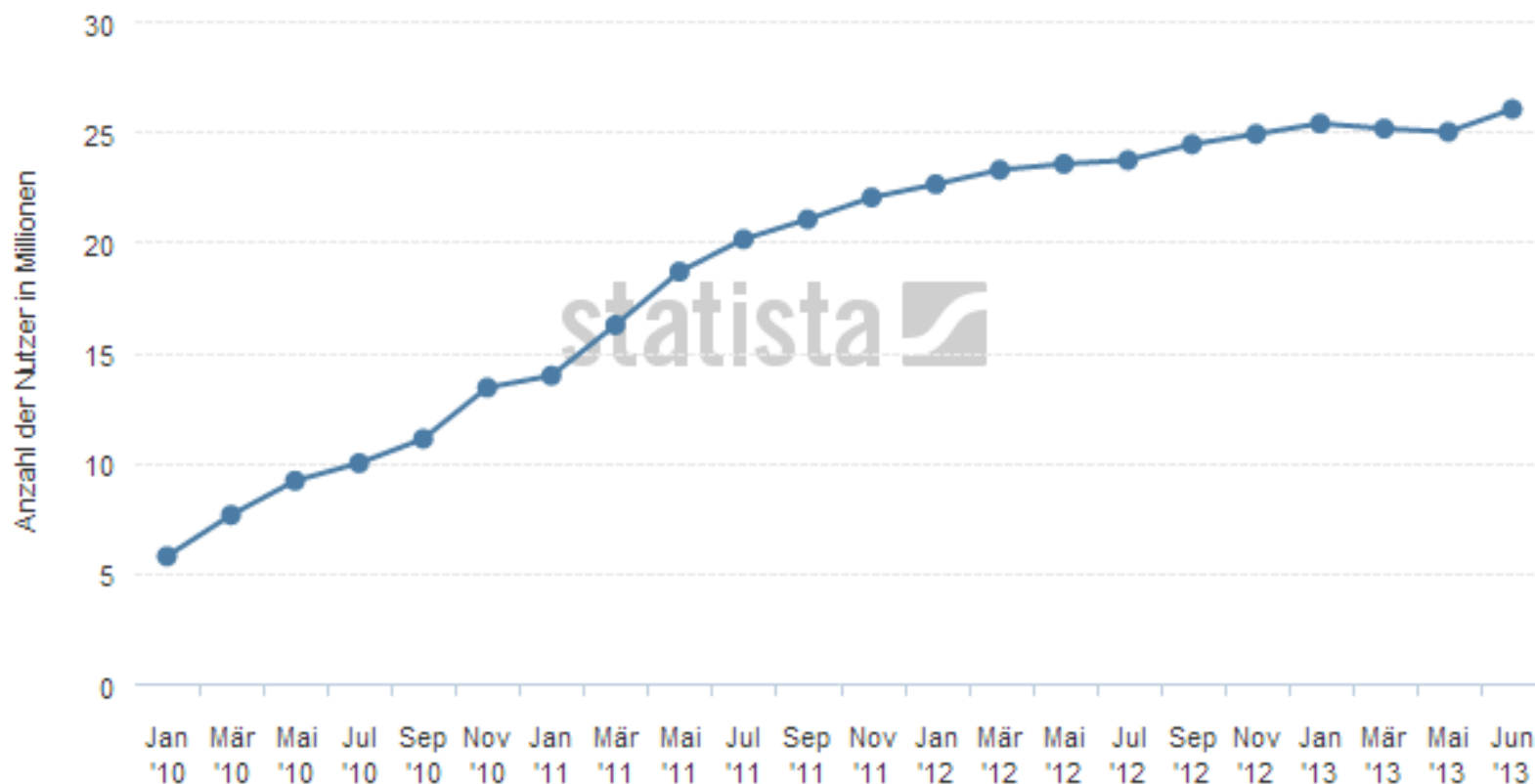
Bing Ads / Yahoo Ads

- Preiswert, weil:
- Weniger Konkurrenz
- Weniger Reichweite



Facebook Ads

Anzahl der aktiven Nutzer von Facebook in Deutschland von Januar 2010 bis Juni 2013 (in Millionen)



Facebook Ads

2. Targeting

Location:

United States 

- Everywhere
 By State/Province
 By City

Age:

18  - Any 

Birthday:

Target people on their birthdays

Sex:

Male Female

Keywords:

Enter a keyword

Education:

- All
 College Grad
 In College
 In High School

Workplaces:

Enter a company, organization or other workplace

Relationship:

Single In a Relationship Engaged Married

Interested In:

Men Women

Languages:

Enter language

Connections:

Target users who are connected to:

Enter your Page, Event, Group or Application

Target users who are not already connected to:

Enter your Page, Event, Group or Application

Friends of connections:

Target users whose friends are connected to:

Enter your Page, Event, Group or Application

Estimate:

89,805,620 people

- who live in the **United States**
- age **18** and older

Targeting

By default, Facebook targets all users 18 and older in the default location. You can change any targeting specifications you wish.

Location

Facebook Ads uses IP address and a user's profile information to determine a user's location.

Keywords

Keywords are based on information users list in their Facebook profiles, such as Activities, Favorite Books, TV Shows, Movies, etc.

Connections

Connections are fans of your Page, users who have used your Application, users who have RSVP'd YES or MAYBE to your Event, and members of your Group.

Friends of connections

Friends of connections targeting delivers ads to the friends of people already connected with your Page, Application, Group or Event.

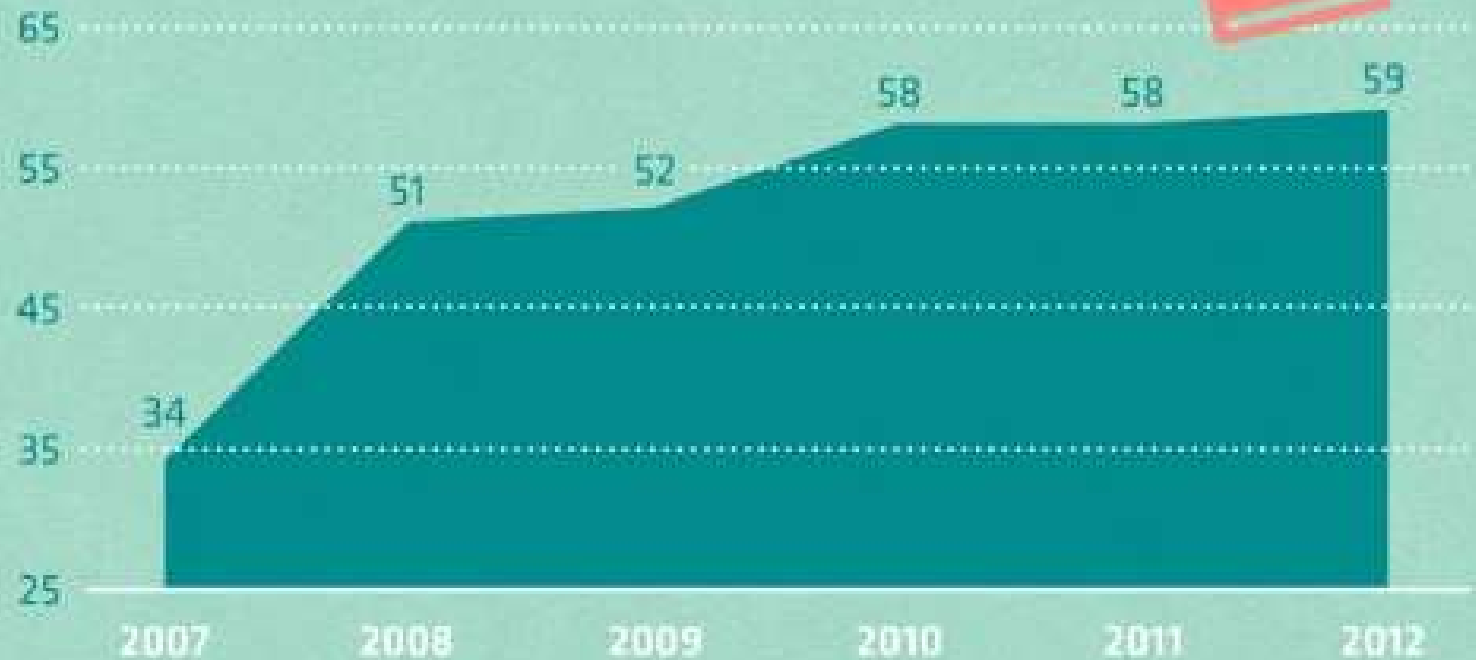
More Help

[Ad Targeting FAQ](#)

YouTube Ads

59% der Onliner besuchen wenigstens gelegentlich Videoplattformen wie YouTube.

Onliner, die Videoportale nutzen
Anteil in %



YouTube Ads

- Zwei Möglichkeiten:
- Ein Video als Werbung – Ähnlich der TV-Werbung
- Eine Werbeeinblendung auf einem Video von YouTube

YouTube Ads

Quirky This is Pivot Power by quirkycolor.com Share

Advertisement 0:11

Skip Ad ▶

00:00 / 14:20

The image shows a YouTube video player interface. At the top left, there is a blue 'Quirky' logo. The video title is 'This is Pivot Power' by 'quirkycolor.com'. In the top right corner, there is a 'Share' button. The main video area shows a blue robot with a black mustache and flexible, metallic-looking arms. The robot is standing against an orange background. In the bottom right corner of the video area, there is a black button with the text 'Skip Ad' and a play icon. Below the video area, there is a progress bar and a timestamp 'Advertisement 0:11'. At the very bottom, there is a black control bar with various icons: a play/pause button, a volume icon, a timestamp '00:00 / 14:20', a chat icon, a closed captions icon, a settings gear icon, a full screen icon, and a share icon.

YouTube Ads

Talking Beaver on the Highway



Dog of the Year!
Network for Animals PHOTO CONTEST

Enter
YOUR DOG PHOTO
Ads by Google

0:45 / 1:08

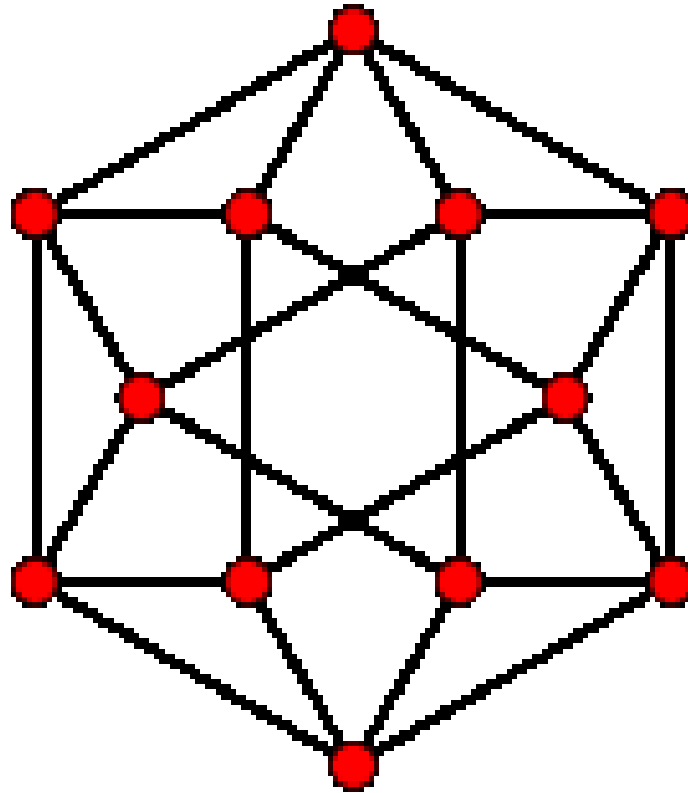
HQ

The image shows a YouTube video player interface. The video content is a close-up of a person's legs walking on a paved surface. A red banner advertisement is overlaid at the bottom of the video frame. The banner features the text 'Dog of the Year!' in large white letters, followed by 'Network for Animals PHOTO CONTEST' in smaller white text. To the right of the text are four small images of different dogs. Further right is a black button with the word 'Enter' in white. Below the button is the text 'YOUR DOG PHOTO' and 'Ads by Google'. A blue circle highlights the 'Ads by Google' text. At the bottom of the video player, there is a progress bar showing '0:45 / 1:08', a volume icon, a quality icon labeled 'HQ', and a play/pause icon.

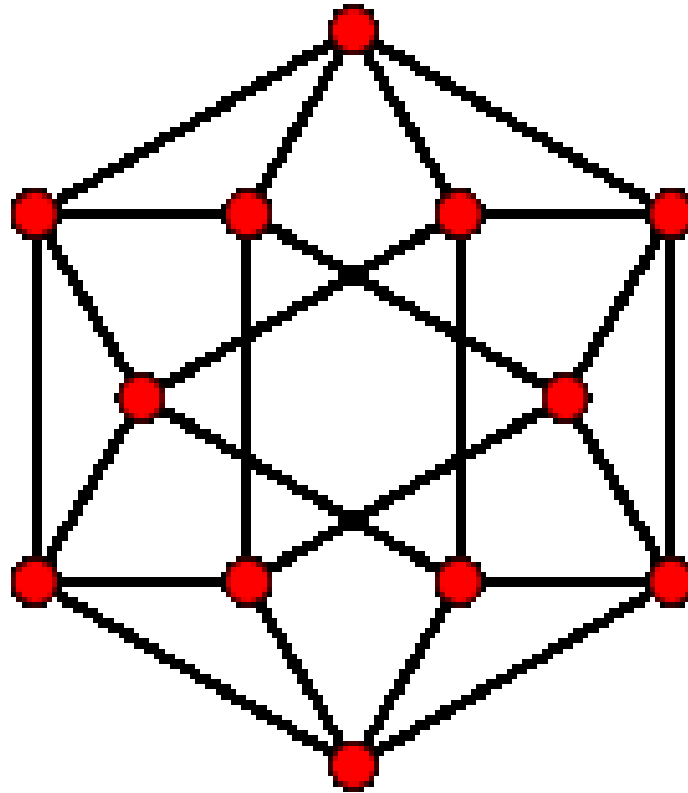
Wer sind meine Kunden und woher kommen Sie?

- Zahlen sind wichtig
- Dokumentationen sind wichtig
- Auswertung ist wichtig

Wer sind meine Kunden und woher kommen Sie?



Wer sind meine Kunden und woher kommen Sie?



Wohin kann ich meine Arbeit verkaufen

- Lokaler Anbieter – Regionaler Verkäufer?
- Welche Stärken habe ich?
- Welche Schwächen habe ich?

- Warum haben meine Kunden mich gewählt?

Wohin kann ich meine Arbeit verkaufen

- Marktrecherche via Google z.B.
- Wo wird meine Dienstleistung / Produkt noch nicht beworben ?
- Wo ist der Wettbewerb schwach ?

Wohin kann ich meine Arbeit verkaufen

- Onlinewerbung lässt sich sehr genau steuern:
- Spezielle Webseiten (zb. Forum für Fischer)
- Spezielle Kundengruppen (zb. Frauen ab 40)
- Spezielle Suchanfragen (zb. Klempner FFO)

Warum Google

- Über 90% der Deutschen nutzen Google
- Größtes Displaynetzwerk weltweit
- Größtes Videoportal weltweit

Warum Google

- Viele Dienstleistungen aus einer Hand:
 - Shopping
 - Email
 - Bilder
 - Bücher
 - Maps
 - News
 - Blogs

Welche Werbemöglichkeiten gibt Google

- Geschäftsmodell von Google ist Werbung
- > Experte für Onlinewerbung
- Viele Werbemöglichkeiten aus einer Hand

Welche Werbemöglichkeiten gibt Google

- Display-Netzwerk:
- Erreicht monatlich 76% der deutschen Internetnutzer
- Über 50 Ausspielungen der Werbung am Tag/Nutzer
- Filtermöglichkeit nach Webseiten
- Textanzeigen, Bildanzeigen, Videoanzeigen, Anzeigen auf Smartphones/Tablets

Welche Werbemöglichkeiten gibt Google

jetzt anmelden und eigene Kreise erstellen. MEHR ERFAHREN

Startseite Mobil RSS Soziale Netzwerke Forum Impressum

DER BETZE BRENNT


AKTUELL SAISON VEREIN HISTORIE STADION FANS INTERAKTIV

Neues vom Betzenberg (zum Archiv)

Datum	Überschrift	Quelle	Kommentare
23.04. 12:45 Uhr	FCK erhält Lizenz ohne Auflagen und Bedingungen	fok.us	102
22.04. 07:35 Uhr	Regionalliga: 0:1-Heimniederlage gegen Lotte	Der Betze brennt	2
21.04. 17:28 Uhr	Abstieg trotz 2:1-Auswärtssieg in Berlin	Der Betze brennt	293
20.04. 15:48 Uhr	Stefan Kuntz: "Ich habe Fehler gemacht"	Frankfurter Rundschau	177
19.04. 17:07 Uhr	Kuntz steht zu Balakov	Kicker	179
17.04. 16:43 Uhr	Eine Perspektive für den FCK	Wochenblatt	51
16.04. 14:34 Uhr	Kuntz: „Das trifft mich bis ins Mark“	Frankfurter Allgemeine Zeitung	368

Fritz Walter
*31.10.1920 †17.06.2002

Spielbericht: Hertha BSC - 1. FC Kaiserslautern 1:2 (zum Archiv)




Wooten schießt Lautern in die zweite Liga


Der 1. FC Kaiserslautern ist abgestiegen, weil die Verantwortlichen zu viele falsche Entscheidungen trafen. Für manche gab es keine Alternativen, für andere schon. Ein Paradebeispiel hierfür lieferte Andrew Wooten beim 2:1-Erfolg in Berlin, dem ersten Sieg nach 21 Spielen. ▶

182 Kommentare | [Vollständigen Artikel anzeigen](#)


Aktuelle Fotos und Videos (zum Archiv)




21.04.2012
[Spielezeiten: Hertha BSC - 1. FC Kaiserslautern](#)



21.04.2012
[Fanfotos: Hertha BSC - 1. FC Kaiserslautern](#)



14.04.2012
[Spielezeiten: 1. FC Kaiserslautern - 1. FC Nürnberg](#)




14.04.2012
[Fanfotos: 1. FC Kaiserslautern - 1. FC Nürnberg](#)

Quick-Links

- » [Team-Status \(23.04.2012\)](#)
- » [Transfergerüchte \(18.04.2012\)](#)
- » [Transfers 2011/12 \(16.02.2012\)](#)
- » [Fotos & Spielberichte](#)
- » [FCK-News für Deine Homepage](#)
- » [FCK-News per RSS](#)

Anzeige:



Veranstungskalender

Samstag, 28.04.2012, 14:00 Uhr:
Eintracht Trier - 1. FC Kaiserslautern II

Samstag, 28.04.2012, 15:30 Uhr:
1. FC Kaiserslautern - Borussia Dortmund

Samstag, 05.05.2012, 14:00 Uhr:
1. FC Kaiserslautern II - SC Wiedenbrück

Entertain.
Das Fernsehen, das **alles** möglich macht.

Aktionsangebot:
So günstig wie nie.

- Internet-Flatrate
- Festnetz-Flatrate
- Digitales Fernsehen

in den ersten 24 Monaten nur

39,95 €*

12 Monate 10% sparen bei Online-Bestellung

Jetzt einsteigen

Erleben, was verbietet

Welche Werbemöglichkeiten gibt Google

www.finanzen.net/aktien/LangSchwarz_Aktiengesellschaft-Aktie@stBoerse_XETRA

Tageshoch	7,15	Eröffnung	7,11
Tagestief	6,92	Vortag	7,05
52 W. Hoch	7,20	Volumen (Stück)	14.672
52 W. Tief	4,33	Marktkapitalisierung (EUR)	22,18 Mio.
52 W. Performance		Börse	XETRA 

Top-Dividendenrente 2014

dividenden-2014.de/Dividendenrente

Hohe Dividendenrendite: So sichern Sie sich schnell mal +12% Zinsen!




wikifolio Gewinn-Trades

AdWords Software - Frei

Google-Anzeigen

Nachrichten zu Lang & Schwarz Aktiengesellschaft

Relevant **Alle** vom Unternehmen Peer Group 

Sprache: **Alle** | DE | EN Sortieren: **Datum** | meistgelesen

[01.10.13](#) Social Trading bringt Lang & Schwarz ins Gespräch (finanzen.net)

[20.09.13](#) DGAP-News: Lang & Schwarz Aktiengesellschaft (Equitystory)

[mehr LangSchwarz Aktiengesellschaft News](#) [RSS Feed](#)

[LangSchwarz Aktiengesellschaft zu myNews hinzufügen](#) [Was ist das?](#)

ActivTrades Forex

6-9% Zinsen Geldanlage

EEV-AG.de/Festgeld_Alternative

Genussrecht vom Energieversorger 6-9% Zinsen, ab 1000€, kein Agio




5 Aktien reichen aus


Google-Anzeigen

Analysen zu Lang & Schwarz Aktiengesellschaft

[mehr](#) 

Alle **Buy** Hold Sell 



Börse: XETRA  Optionen  [Chart einbinden](#)

3 deutsche Aktien-Knaller

www.boerse.de

Diese 3 Aktien gehören ins Depot! Qualitäts-Aktien mit Top-Potential



Diese Aktien 2014 kaufen

12% - Schweiz Geldanlage

6 % Windkraft-Festzins

HUK Rentenversicherung

Google-Anzeigen

Kennzahlen LangSchwarz Aktiengesellschaft Ak

Marktkapitalisierung in Mio. EUR	22,18
Streubesitz %	41,00
Anzahl Aktien in Mio.	3,15
Cashflow/Aktie	-2,19
Buchwert/Aktie	5,13
60 Tage Vola	46,23
KBV	1,39

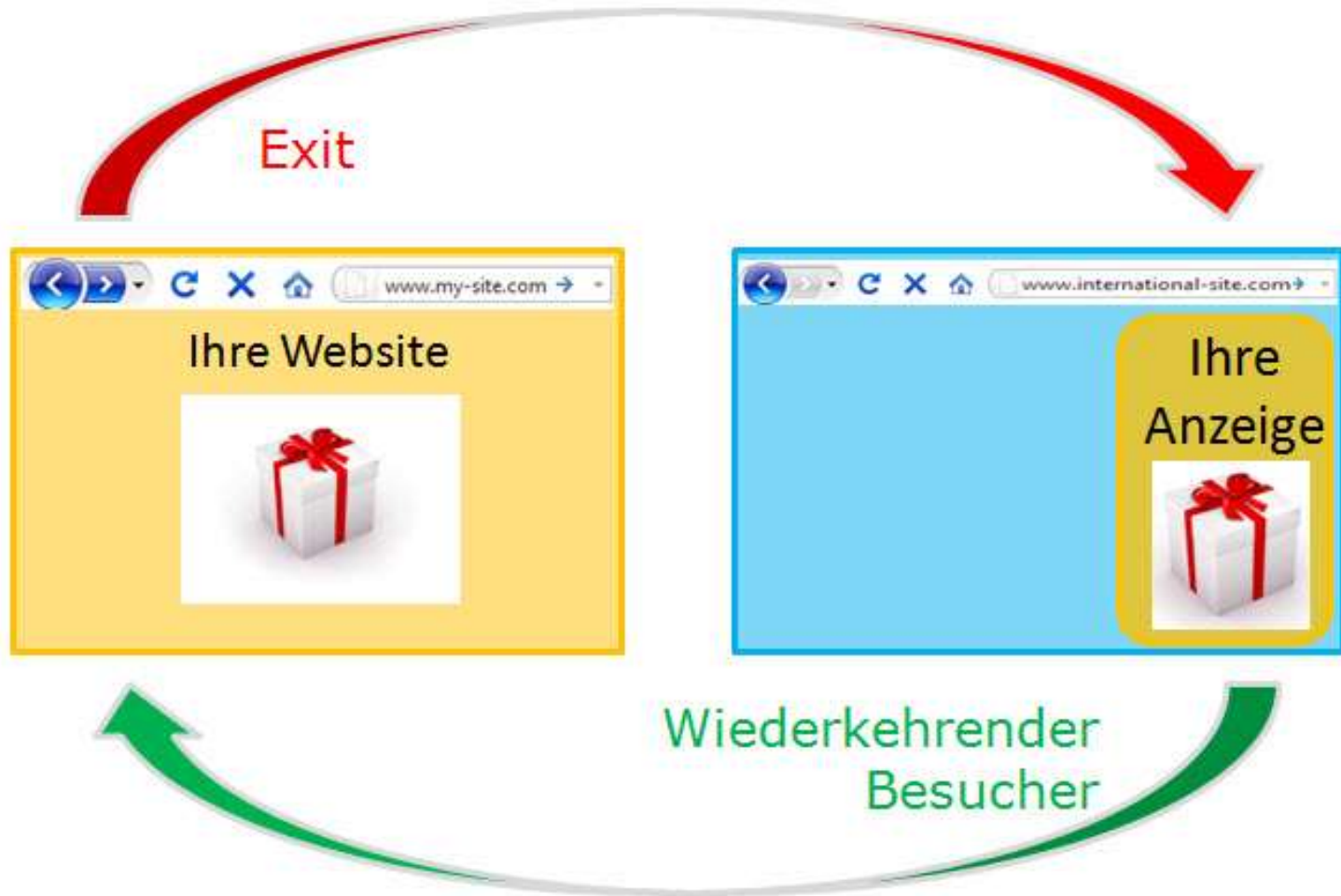
Welche Werbemöglichkeiten gibt Google

- Sinnvoll für Steigerung von Bekanntheit
- Sinnvoll um ehemalige Nutzer wieder anzusprechen
 - dies nennt man Remarketing

Welche Werbemöglichkeiten gibt Google

- Was ist Remarketing:
- Werbung auf dem Displaynetzwerk
- Nur für Nutzer, die auf der eigenen Webseite waren oder eine bestimmte Aktion ausgeführt haben

Welche Werbemöglichkeiten gibt Google



Welche Werbemöglichkeiten gibt Google

- Suchnetzwerk von Google:
- Web.de, gmx.de etc. , Google Maps...
- Nutzer haben ein Problem und suchen nach der Lösung

Welche Werbemöglichkeiten gibt Google

The image shows a screenshot of a Google search results page. At the top, the Google logo and search bar are visible. Below the search bar, there are three distinct sections of search results, each highlighted with a colored border:

- Red Box (Top Left):** Contains three search results for "Food". The first result is "Food - Food.com" with a red "bezahlt" (paid) label. The second result is "Food - Food.com" with a red "bezahlt" label. The third result is "Food - Food.com" with a red "bezahlt" label.
- Green Box (Middle):** Contains several organic search results for "Food". The first result is "Food - Food.com" with a green "unbezahlt" (unpaid) label. The second result is "Food - Food.com" with a green "unbezahlt" label. The third result is "Food - Food.com" with a green "unbezahlt" label. The fourth result is "Food - Food.com" with a green "unbezahlt" label. The fifth result is "Food - Food.com" with a green "unbezahlt" label.
- Red Box (Right):** Contains several search results for "Food". The first result is "Food - Food.com" with a red "bezahlt" label. The second result is "Food - Food.com" with a red "bezahlt" label. The third result is "Food - Food.com" with a red "bezahlt" label. The fourth result is "Food - Food.com" with a red "bezahlt" label. The fifth result is "Food - Food.com" with a red "bezahlt" label.

Google Adwords Express – Schnell, Einfach, Selbstständig

hiking gear, hanover, nh Advanced search


About 64,200 results (0.14 seconds)

The Mountain Goat Ad
www.mountaingoathanover.com
68 S Main Street, Hanover, NH 03755 - (603) 676-7240
Your outdoor gear specialists right in the heart of Hanover ★★★★★ 4 reviews Place page

[The Mountain Goat of Hanover](#) - Cached
www.mountaingoathanover.com/ - Cached
The Mountain Goat of Hanover specializes in outdoor gear, clothing, and travel accessories. We have been servicing outdoorsy customers in the New England ...
[Products](#) - [New Arrivals](#) - [About the Goat](#) - [Staff Picks](#)

[Outdoor gear, fly fishing gear, fly fishing trips in the Upper ...](#) Cached
www.hanoveroutdoors.com/ - Cached
Hanover Outdoors, outdoor gear in the upper valley ... Contact us for guided fly fishing trips in NH and VT. We guide on the Mascoma and Sugar rivers in NH. ...

[Hiking Around Hanover, NH](#) Cached
www.hanoveroutdoors.com/hiking-around-hanover-nh/ - Cached
Hanover Outdoors, outdoor gear in the upper valley. Fly fishing, hiking and ...



©2011 Google Map data ©2011 Google

Google Adwords Express – Schnell, Einfach, Selbstständig

- Potenzielle Kunden suchen bei Google
- Potenzielle Kunden suchen bei Google nach Produkten und Dienstleistungen, die Sie anbieten.

Google Adwords Express – Schnell, Einfach, Selbstständig



Google Adwords Express – Schnell, Einfach, Selbstständig

- Sie sehen Ihre Anzeige
- Anzeige ist nur für Nutzer sichtbar, die sich zum Zeitpunkt der Suchanfrage in Ihrer Region befinden
- Durch eine Markierung auf Google Maps wird Ihr Unternehmen noch besser hervorgehoben

Google Adwords Express – Schnell, Einfach, Selbstständig



Google Adwords Express – Schnell, Einfach, Selbstständig

- Sie gewinnen neue Kunden
- Nutzer, die auf Ihre Anzeige klicken, werden zu Ihrer Website
- oder Google+ Seite weitergeleitet
- Außerdem können sie direkt bei Ihnen anrufen

Google Adwords Express – Schnell, Einfach, Selbstständig



The image shows a screenshot of a Google Ad for 'PIZZA PULPO'. The ad is displayed in a browser window with the URL 'www.pizza-pulpo.de'. The main headline is 'PIZZA PULPO' in large, bold, orange letters. Below the headline, there are three bullet points: '▶ Menü', '▶ Online bestellen', and '▶ Restaurants'. To the right of the text is a close-up image of a pizza with various toppings, including pepperoni, mushrooms, and green peppers.

www.pizza-pulpo.de

PIZZA PULPO

- ▶ Menü
- ▶ Online bestellen
- ▶ Restaurants




Google Adwords Express – Schnell, Einfach, Selbstständig

The image shows a screenshot of a Google+ profile for 'Zen Bikes'. At the top, there is a search bar with the Google+ logo on the left and a search icon on the right. To the right of the search bar are navigation icons: '+Siebert', a grid icon, a notification bell with a red '1', a plus sign, and a profile icon. Below the search bar is a 'Profil' dropdown menu. The main profile area features a circular profile picture of a Zen Bikes storefront, the name 'Zen Bikes', the website 'www.zenbikes.com', and a red 'Folgen' button next to a white box containing '+18.699'. Below this are icons for sharing and a dropdown arrow. A large, colorful abstract background image with green, yellow, and blue waves is visible behind the profile information. Below the profile picture area are tabs for 'Info', 'Beiträge', 'Fotos', and 'Videos'. The 'Beiträge' tab is selected. Below the tabs, there is a post from 'Zen Bikes' dated 'Öffentlich geteilt - 29.09.2013' with the hashtag '#Safety'. The post text reads: 'Safety is our policy. All registered Bike MS participants get a COMPLIMENTARY basic tune up before Sunday's ride! Übersetzen'. To the right of the post is a section titled 'In den eigenen Kreisen' with '41 Personen'. It lists two people: 'Sarabjot Dhindsa' and 'Sorin Eugen', each with a 'Hinzufügen' button.


Google+

+Siebert

Profil



Zen Bikes
www.zenbikes.com


Info **Beiträge** Fotos Videos

 **Zen Bikes**
Öffentlich geteilt - 29.09.2013

Safety is our policy.
All registered Bike MS participants get a
COMPLIMENTARY basic tune up before Sunday's ride!

In den eigenen Kreisen 41 Personen

 Sarabjot Dhindsa

 Sorin Eugen

Google Adwords Express – Schnell, Einfach, Selbstständig

- Für wen ergibt Adwords Express Sinn?
- Regionale Anbieter
- Ladengeschäfte
- Regionale Dienstleister

Google Adwords Express – Schnell, Einfach, Selbstständig

- Für wen ergibt Adwords Express keinen Sinn?
- Unternehmen, die expandieren wollen
- Unternehmen, die Produkte online verkaufen
- Unternehmen, die mehrere Standorte haben

Google Adwords – Unternehmen auf Wachstumskurs

- Adwords als Türöffner für alle Funktionen von Google
- Google's Display Netzwerk
- Google Maps
- YouTube
- Google Suche

Google Adwords – Unternehmen auf Wachstumskurs

	AdWords Express	AdWords
Kosten nur bei Klicks	Ja	Ja
Automatisierte Verwaltung	Ja	Nein
Einfache Lösung für Unternehmen ohne Website	Ja	Nein
Anzeigen in der Google-Suche	Ja	Ja
Anzeigen auf anderen relevanten Websites	Begrenzt (nur USA)	Ja
Mobile Anzeigen	Ja	Ja
Sonstige erweiterte Anzeigenformate (z. B. Video)	Nein	Ja
Geografische Ausrichtung der Anzeigen	Lokal (Umkreis von 25 bis 65 km)	Weltweit

Google Adwords – Unternehmen auf Wachstumskurs

mode Suche

Ungefähr 3.170.000.000 Ergebnisse (0,32 Sekunden)

Google.com in English [Erweiterte Suche](#)

[Festliche Kleider by zero | zero.de](#)

Abend-, Ball- und Cocktailkleider Zahlen Sie auf Rechnung!
www.zero.de

[Mode | stylefruits.de](#)

Die neuen Kollektionen sind da: Jetzt online stöbern & bestellen.
Aktuelle Frühlingsoutfits - Business-Outfits 2011 - Angesagte Klamottenstyles
www.stylefruits.de

[ESPRIT: Mode | esprit.de](#)

Bestellen im offiziellen Onlineshop von ESPRIT - Versand nur 0,95 €
esprit.de ist mit bewertet (226 Erfahrungsberichte)
www.esprit.de/Mode

[Mode & Fashion Online Shop | 7trends.de](#)

Mode online bestellen bei 7trends. Wir liefern Fashion, Style & Star Looks. Die aktuellsten Modetrends und die Looks der Stars versandkostenfrei bestellen!
Damen - Schuhe - Sale - Kleider
www.7trends.de/ - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

[MODE.net » Designermode, Style, People und Mode-Trends 2011](#)

Das Netz-Magazin für Mode & Style. Hier finden Sie alles rund um Mode, Beauty, Designern und Shopping-Angebote in Online-Shops für Mode und Schuhe.
www.mode.net/ - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

[Günstige Mode, Damenbekleidung & Herrenbekleidung auf bonprix](#)

Shopping bei bonprix, günstige Angebote für Damenbekleidung, Herrenbekleidung, Schuhe, Wäsche und Wohnen - bei bonprix.de.
www.bonprix.de/ - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

[Orte für mode in der Nähe von Rostock](#)

[Peek & Cloppenburg KG](#) - 2 Erfahrungsberichte - [Google Places-Seite](#)
www.peek-und-cloppenburg.de - Kröpeliner Straße 56, Rostock - 0381 4966-0

[C & A Mode](#) - [Google Places-Seite](#)
www.cunda.de - Kröpeliner Straße 34-36, Rostock - 0381 4915-0

[Pimkie Framode GmbH](#) - 1 Erfahrungsbericht - [Google Places-Seite](#)
maps.google.de - Kröpeliner Straße 60, Rostock - 0381 4997719



Anzeigen

[Mode für Trendbewusste](#)

Die Sommerkollektion entdecken:
Trendstarke Mode von GERRY WEBER!
www.gerryweber.de

[Mode bei Heine](#)

Sommertrends 2011. Klassisch & elegant - Gut aussehen mit Heine!
heine.de ist mit bewertet
www.heine.de

[OPUS® Mode Online Shop](#)

Feminin, Casual, Klar & Individuell
Die neue Kollektion jetzt im Shop!
www.opus-fashion.com/mode

[C&A - Mode für alle](#)

Echte Must Haves jetzt online im

Google Adwords – Unternehmen auf Wachstumskurs

bing
157,000,000 RESULTS

WEB IMAGES VIDEOS MAPS NEWS LOCAL SHOPPING MORE | BING APP

flowers

Teleflora® Flowers - \$10 off Beautiful, Fresh Flowers. Ads
www.Teleflora.com/OfficialSite
Hand Delivered by Local Florists.
teleflora.com is rated ★★★★★ on PriceGrabber (723 reviews)
Easter Flowers · Get Well Flowers · Birthday Flowers · Sympathy Flowers

Flowers at 1-800-FLOWERS - Same Day Delivery Available. Ads
1800flowers.com
100% Satisfaction at 1-800-FLOWERS.
Same Day Delivery · Best Selling Flowers & Gifts · Sympathy & Funeral

FTD® \$19.99 Flower Sale | FTD.com Ads
www.FTD.com/SpringFlowers
Celebrate Spring with Fresh Flowers from FTD®: Up to 33% Off, Shop Now!
Birthday Shoppe · Sympathy & Funeral · Spend \$50 & Get \$10 · Same Day Delivery

ProFlowers® Official Site - Send Roses, Tulips & Other Flowers. Ads
www.ProFlowers.com
"Highest Satisfaction" - J.D. Power
proflowers.com is rated ★★★★★ on Bizrate (4402 reviews)
20% off · Free Delivery · Roses · Birthday Flowers

Flowers Online, Send Roses, Florist | 1-800-FLOWERS.COM Ads
www.1800flowers.com
Sympathy · Same-Day Delivery · Birthday
Order flowers, roses, and gift baskets online & send same day flower delivery for birthdays and anniversaries from trusted florist 1-800-Flowers.com.

Shop for flowers
bing.com/shopping
Flower type: Rose · Orchid · Carnation · Daisy · Lily
Arrangement: Bouquet · Basket

Joyful Bouquet With Chocolate Ads
\$39.99

Nature Flower Ads
\$158.99

Secret Crush Flowers Bouquet Ads
\$59.95

Flowers - Ads
\$49.99

Flowers - Lavish Love Bouquet Ads
\$74.95

Flowers by Ads
\$59.99

See your message here

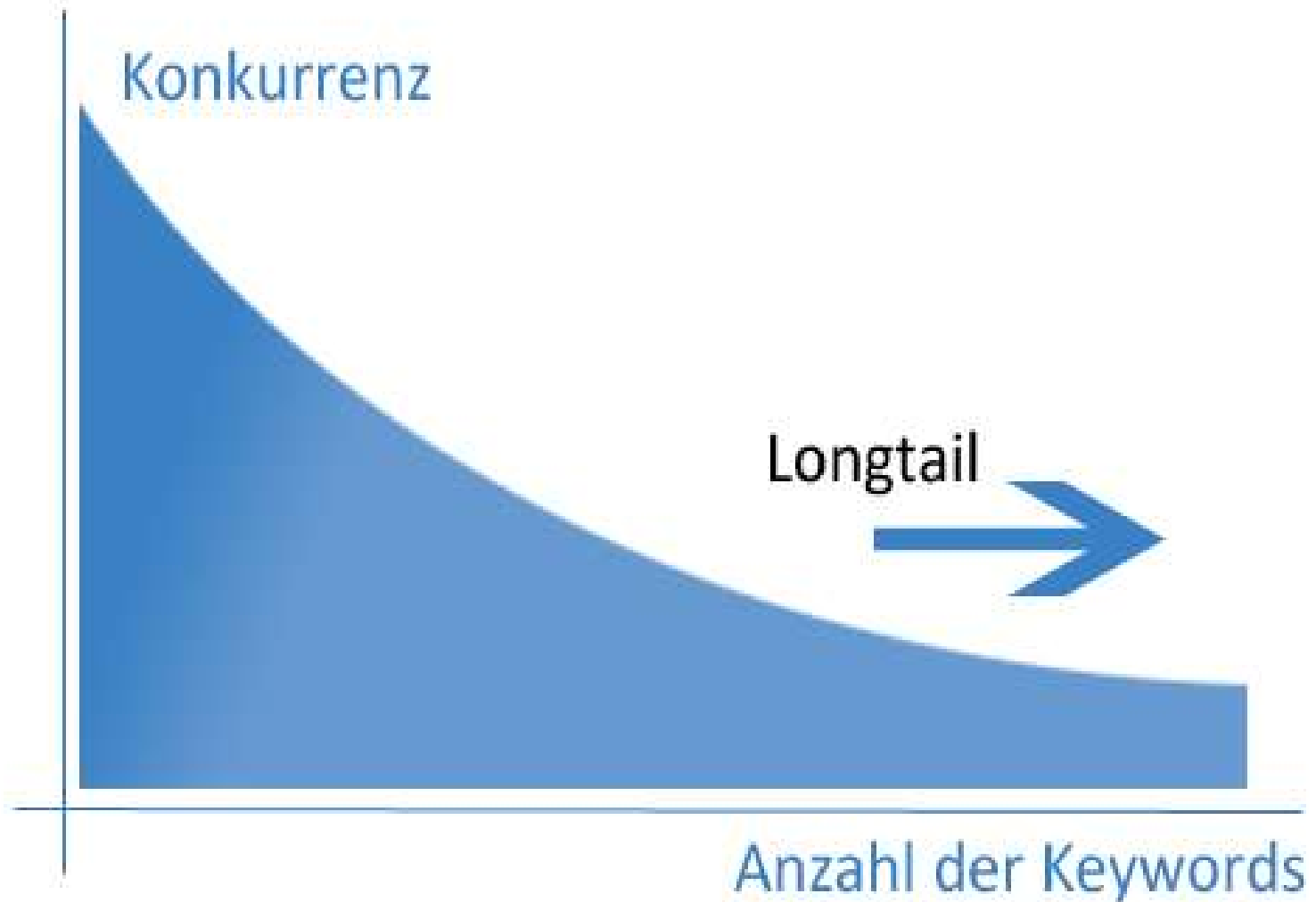
Google Adwords – Unternehmen auf Wachstumskurs

- Der Nutzer hat ein Problem
- Google Suche „Klempner FFO“
- Alle Anzeigen die auf das Keyword „Klempner FFO“ geschaltet sind werden bewertet
- Google zeigt diese Anzeigen in einer für Google sinnvollen Reihenfolge

Google Adwords – Unternehmen auf Wachstumskurs

- Keyword = Suchbegriff bzw. eine Kombination aus Suchbegriffen
- kurze & lange Keywords haben unterschiedliche Nachfrage
- Intension des Suchenden hinterfragen

Google Adwords – Unternehmen auf Wachstumskurs



Google Adwords – Unternehmen auf Wachstumskurs

kognitive
Ebene

Attention: Beobachtung, Aufmerksamkeit, Wahrnehmung d. Werbebotschaft

affektive Ebene

Interest: Interesse an dem beworbenen Produkt aufbauen

Desire: Wunsch nach dem erworbenen Produkt

konative
Ebene

Action: Adaption/Kauf des Produktes

Organisches (unbezahltes) Ranking

tischler frankfurt oder 🔍 +Siebert

Web Bilder Maps Shopping Mehr ▾ Suchoptionen

Ungefähr 740.000 Ergebnisse (0,32 Sekunden)

Anzeige zu **tischler frankfurt oder** ⓘ

[Tischlerei in Frankfurt](#) - Günstiger als eine [Tischlerei](#)

www.holzconnection.de/Tischler ▾

Wunschmöbel nach Maß in **Frankfurt**.

Termin in Frankfurt - Kostenloses Aufmaß - Kostenloser Katalog

[Tischler / Tischlereien - Frankfurt-Oder](#)

www.frankfurt-oder.city-map.de/01010000/tischlereien ▾

15+ Einträge - Diese Liste zeigt Ihnen alle bis jetzt registrierten Einträge der ...

Stadt BAU Tischlereigesellschaft mbH. Goethestraße 11e 15234 Frankfurt ...

Tischlerei Klaus-Dieter Peil. Frankfurt (Oder) Markendorf Tel ...

[Tischlerei in Frankfurt \(Oder\) - Das Örtliche](#)

[www.dasoertliche.de/Themen/Tischlerei/Frankfurt-\(Oder\).html](http://www.dasoertliche.de/Themen/Tischlerei/Frankfurt-(Oder).html) ▾

Treffer 1 - 20 von 34 - ... zu Tischlerei in **Frankfurt (Oder)** gefunden von "Tischler ...

1. Tischler am Ort seit 1812 STROWICH Bau- und Möbeltischlerei, Reparaturen.
2. Tischler - Arbeiten - Peil.

[Tischler in Frankfurt Oder - Das Örtliche](#)

www.dasoertliche.de/Themen/Tischler/Frankfurt-Oder.html ▾

Treffer 1 - 20 von 36 - 36 Einträge zu **Tischler in Frankfurt Oder** gefunden von ...

1. Tischler - Arbeiten - Peil. Otto-Hahn-Str. 18, 15236
2. Tischlerei Peil. Otto-Hahn-Str. 18, 15236



Karte für **tischler frankfurt oder**

Organisches (unbezahltes) Ranking

- Regel 1: Sei organisch!
- Regel 2: Lernen Sie Ihre Nutzer kennen!
- Regel 3: Vermeiden Sie Barrieren!
- Regel 4: Interne Verlinkung

Organisches (unbezahltes) Ranking

- Regel 5: „Content ist King“
- Regel 6: Links, Links, Links und nochmal Links!
- Regel 7: Lass die Welt wissen, du bist da!
- Regel 8: Sei nicht zu altmodisch!

Organisches (unbezahltes) Ranking

- Regel 9: Die richtige Zielgruppe / die richtigen Keywords!
- Regel 10: Geduld haben und analysieren!

Bezahltes Ranking

- Suchanfrage „iphone“
- Position 1

Anzeigen zu **iphone** ⓘ

iPhone 5s und iPhone 5c - telekom.de

www.telekom.de/iPhone5s-iPhone5c ▼

Mit Telefon-, SMS-, Daten-& HotSpot Flat im Tarif Complete Comfort L

611 Personen folgen Telekom erleben auf Google+

[iPhone 5 bei der Telekom](#) - [iPhone 5s bei der Telekom](#) - [iPhone 5c bei der Telekom](#)

📍 Ludolfingerplatz 4, -, Berlin - 0800 3303000

Bezahltes Ranking

- Überschrift, URL, 2 Zeilen, Google+, „Sitelinks“, Adresse, Telefonnummer

Anzeigen zu **iphone** ⓘ

iPhone 5s und iPhone 5c - telekom.de

www.telekom.de/iPhone5s-iPhone5c ▼

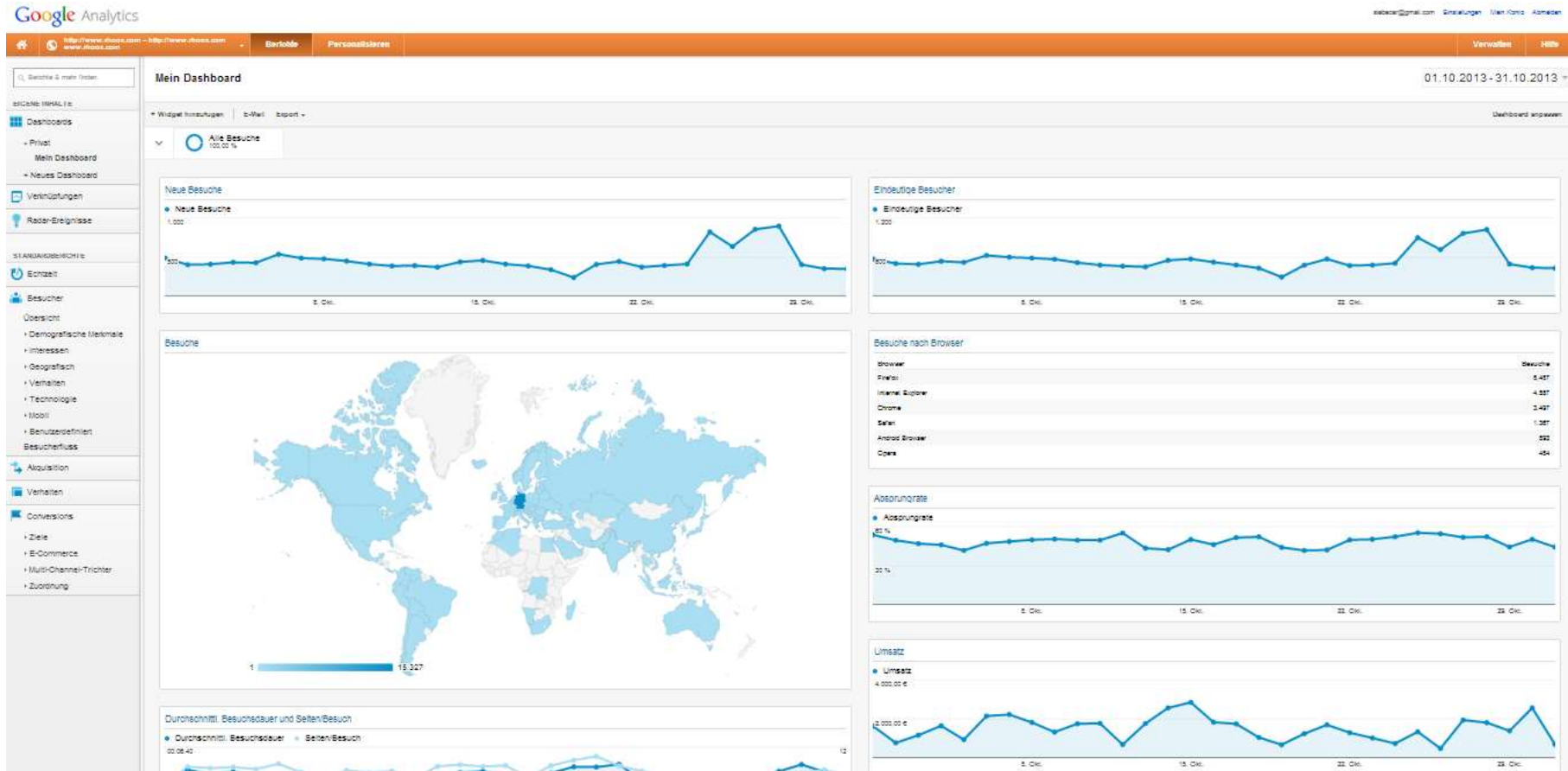
Mit Telefon-, SMS-, Daten-& HotSpot Flat im Tarif Complete Comfort L

611 Personen folgen Telekom erleben auf Google+

[iPhone 5 bei der Telekom](#) - [iPhone 5s bei der Telekom](#) - [iPhone 5c bei der Telekom](#)

📍 Ludolfingerplatz 4, -, Berlin - 0800 3303000

Google Analytics – Einführung



Google Analytics – Einführung

- Analytics ist ein Tool um Webseitenbesucher zu analysieren
- Anonym und nicht verfolgbar
- Grundinformationen bleiben allerdings erhalten

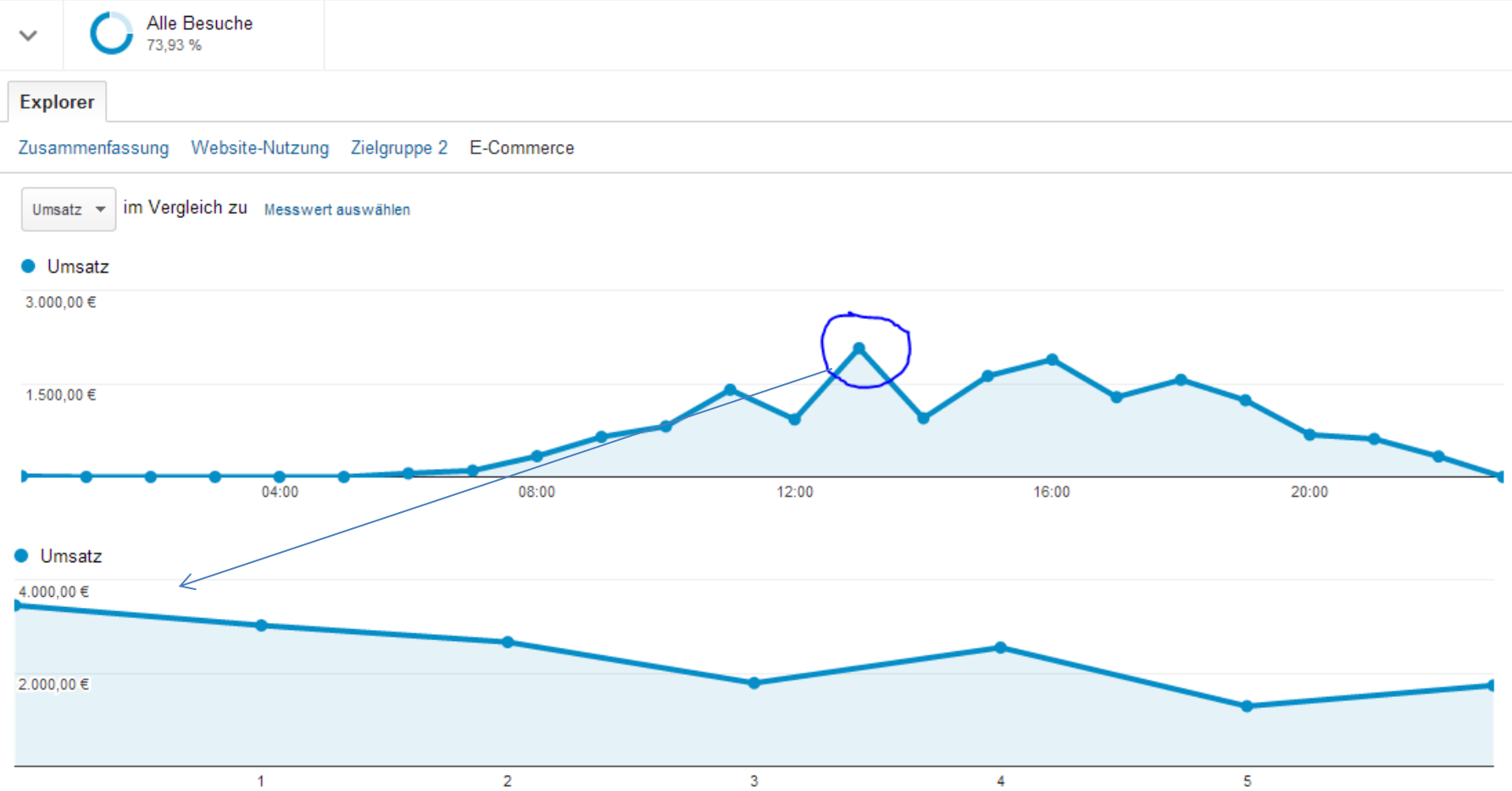
Google Analytics – Einführung

- Wann waren Nutzer auf meiner Webseite?
- Aus welchem Land?
- Aus welchem Bundesland?
- Aus welcher Stadt?
- In welchem Jahr?
- In welchem Monat?
- An welchem Tag?
- Um wie viel Uhr?
- Woher kamen sie?
- Welchen Browser haben sie benutzt?
- Welchen Provider haben sie benutzt?
- Kamen sie über ein Smartphone?
- Welches Smartphone?
- Habe ich dafür bezahlt?
- Wie viel habe ich für einen Besucher bezahlt?
- Was haben sie gemacht?
- Wie lange waren sie da?
- Waren sie schon mal auf meiner Webseite?
- Auf welchen Seiten waren sie?
- Haben sie was gekauft?
- Für wie viel haben sie gekauft?

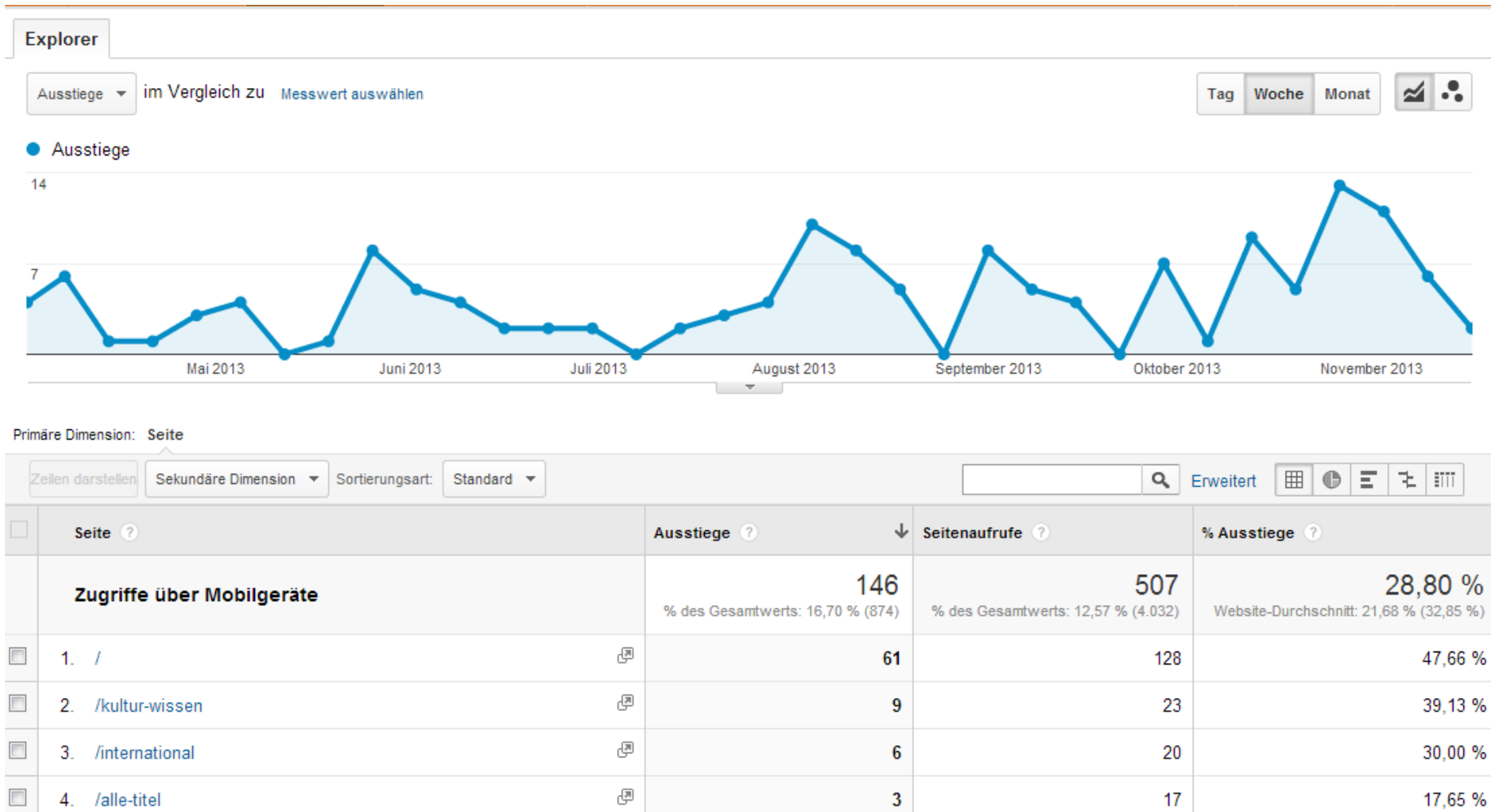
Google Analytics – Einführung

- Daten kombinieren und verbinden
- = Bezahlte Nutzer kaufen am Freitag um 19.00 Uhr mehr ein als an anderen Tagen
- = Mobile Nutzer steigen immer bei der „Über Uns“ Seite aus
- = Nutzer suchen auf meiner Webseite nach Synonymen für meine Dienstleistung

Google Analytics – Einführung



Google Analytics – Einführung



Google Analytics – Einführung

- Wie misst Analytics alle diese Werte?
- Kleiner Code auf der Webseite protokolliert Verhalten des Nutzers
- Kann selbst eingefügt werden

Google Analytics – Einführung

```
        wp_enqueue_script( 'comment-reply' );

    /* Always have wp_head() just before the closing </head>
     * tag of your theme, or you will break many plugins, which
     * generally use this hook to add elements to <head> such
     * as styles, scripts, and meta tags.
     */
    wp_head();
?>
<script type="text/javascript">

    var _gaq = _gaq || [];
    _gaq.push(['_setAccount', 'UA-xxxxxxx-x']);
    _gaq.push(['_trackPageview']);

    (function() {
        var ga = document.createElement('script'); ga.type = 'text/javascript'; ga.async = true;
        ga.src = ('https:' == document.location.protocol ? 'https://ssl' : 'http://www') + '.google-analytics.com/ga.js';
        var s = document.getElementsByTagName('script')[0]; s.parentNode.insertBefore(ga, s);
    })();

</script>
</head>

<body <?php body_class(); ?>>
<div id="page" class="hfeed">
    <header id="branding" role="banner">
        <hgroup>
            <h1 id="site-title"><span><a href="<?php echo esc_url( home_url( '/' ) ); ?>" title="<?php
echo esc_attr( get_bloginfo( 'name', 'display' ) ); ?>" rel="home"><?php bloginfo( 'name' ); ?></a></span></h1>
            <h2 id="site-description"><?php bloginfo( 'description' ); ?></h2>
        </hgroup>
    </header>
</div>
</body>
</html>
```

Google Analytics – Einführung

- Schritt #1
- Anmelden bei Google Analytics
 - <http://www.google.com/analytics/>
 - PROPERTY -> TRACKING INFORMATIONEN

Google Analytics – Einführung



Anmelden Google

E-Mail-Adresse

Passwort

Angemeldet bleiben

[Sie können nicht auf Ihr Konto zugreifen?](#)

Anmelden Google

E-Mail-Adresse

Passwort

Angemeldet bleiben

[Sie können nicht auf Ihr Konto zugreifen?](#)

Google Analytics – Einführung

Google Analytics nutzen

Anmeldung

Melden Sie sich jetzt an. Die Nutzung ist einfach und kostenlos!

Falls Sie weitere Fragen haben, rufen Sie die [Analytics-Hilfe](#) auf.

Google Analytics

Was möchten Sie erfassen?

Website **App**

Website erfassen, um deren HTML Sie die Kontrolle haben

Interaktionen in Android- und iOS-Apps erfassen

Google Analytics – Einführung

Tracking-Methode auswählen

Funktionen	<input type="radio"/> Universal Analytics <small>BETA</small>	<input checked="" type="radio"/> Klassisches Analytics
Grundlegende GA-Funktionen (Besucherakquisition, Besucherverhalten und Conversion-Daten) Ereignis-Tracking	✓	✓
AdWords-Kontoverknüpfung	✓	✓
Benutzerdefinierte Variablen	Upgrade auf benutzerdefinierte Dimensionen und Messwerte	✓
Benutzerdefinierte Dimensionen und Messwerte	✓	
Online-/Offline-Datensynchronisation	✓	
Plattformübergreifendes Tracking	✓	
Einfachere Konfigurationssteuerelemente	✓	
Neue Funktionsveröffentlichungen auswählen	✓	
Erweiterte Anzeigen-Tools (AdSense, Content-Tests, DFA, Remarketing)	Demnächst verfügbar	✓

Google Analytics – Einführung

Web-Property einrichten

Name der Website

Website-URL

Beispiel: <http://www.mywebsite.com>

Branchenkategorie

Zeitzone für Berichte

Google Analytics – Einführung

- Schritt #3
- Webseiten Admin fragen und einstellen lassen

Google Analytics – Einführung

- Wichtig:
- Datenschutzerklärung auf der Webseite ergänzen
- *anonymizelp* in den Code einfügen

Google Analytics – Einführung

```
1 <!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN"
2 "http://www.w3.org/TR/html4/loose.dtd">
3 <html>
4 <head>
5 <title>Meine Website</title>
6 <script type="text/javascript">
7
8     var _gaq = _gaq || [];
9     gaq.push(['_setAccount', 'UA-39XXXXXX-X']);
10    _gaq.push(['_gat._anonymizeIp']);
11    _gaq.push(['_setDomainName', 'mustermann.de']);
12    _gaq.push(['_trackPageview']);
13
14    (function() {
15        var ga = document.createElement('script'); ga.type = 'text/javascript'; ga.async = true;
16        ga.src = ('https:' == document.location.protocol ? 'https://ssl' : 'http://www') + '.google-analytics.com/ga.js';
17        var s = document.getElementsByTagName('script')[0]; s.parentNode.insertBefore(ga, s);
18    })();
19
20 </script>
21 </head>
22 <body>
23 <?
24 if ($_GET[site]=="impressum") {
25     ?>
26     <h1>Impressum</h1>
27     <p>sonstige Angaben etc.</p>
28 <?
29 }
30 <? if ($_GET[site]=="hilfe") {
```

Google Analytics – Einführung

Startseite

Standardberichte

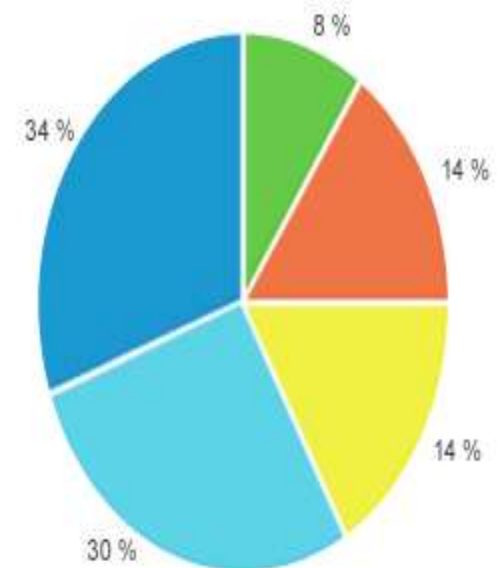
Benutzerdefinierte Berichte



Aktivitäten

Anzeigen: 1 - 7 von 7

Ursprüngliches soziales Netzwerk und ursprüngliche soziale Interaktion		Soziale Aktivitäten ↓
1.	Google+: +1	2200
2.	Facebook: Gefällt mir	2013
3.	Delicious: Lesezeichen	1459
4.	Read it Later: Lesen	1234
5.	Google+: Erneut teilen	1034



Google Analytics – Einführung

Startseite

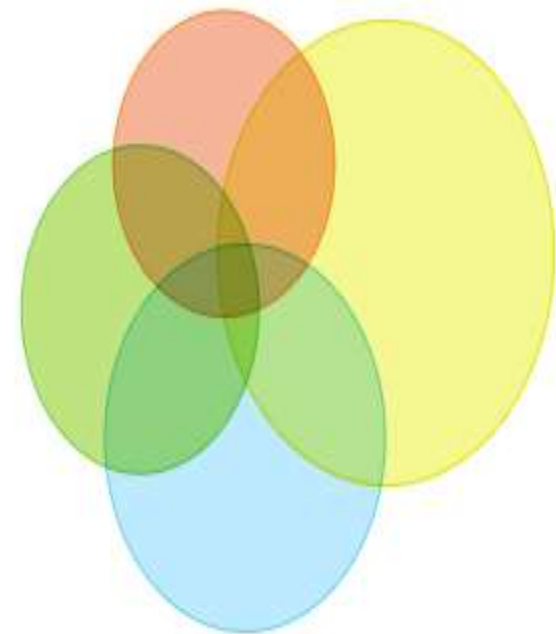
Standardberichte

Benutzerdefinierte Berichte



Visualisierung Multi-Channel-Conversions

Channel	% der gesamten Conversions
<input checked="" type="checkbox"/> Direkt	47,76 %
<input checked="" type="checkbox"/> Bezahlte Suche	33,19 %
<input checked="" type="checkbox"/> Organische Suche	23,41 %
<input checked="" type="checkbox"/> E-Mail	20,70 %
<input type="checkbox"/> Verweis	10,77 %
<input type="checkbox"/> Soziales Netzwerk	0,19 %
<input type="checkbox"/> Display	0,00 %



Google Analytics – Einführung

- Conversion/Ziel = Verkauf oder Interaktion
- Auch messbar ohne einen Onlineshop
- Zb. das Abschicken eines Kontaktformulars

Kennzahlen und ihre Bedeutung

85 Personen haben diese Website besucht

Besuche

92

▪

Eindeutige Besucher

85

▪

Seitenaufrufe

697

▪

Seiten/Besuch

7,58

▪

Durchschnittl. Besuchsdauer

00:03:54

▪

Absprungrate

28,26 %

▪

% neue Besuche

82,61 %

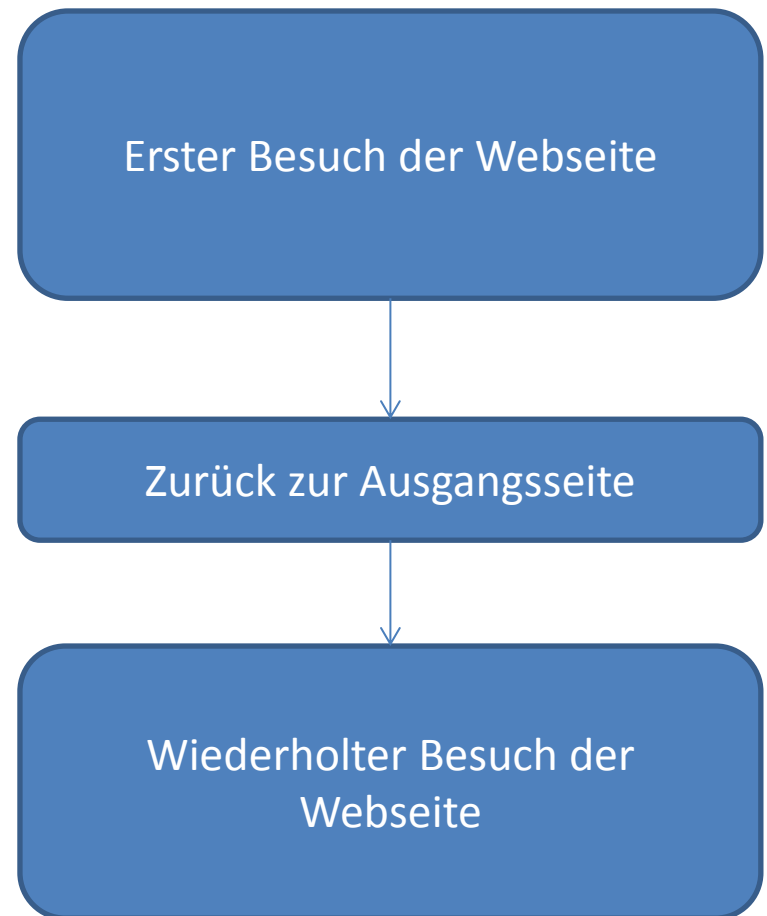
▪

Kennzahlen und ihre Bedeutung

- Besuche = Die Anzahl der Besuche auf Ihrer Website
- Wird nach 30 Minuten „gelöscht“
- Kann mehr als einer „Aktion“ angehören

Kennzahlen und ihre Bedeutung

- Besucher wird gezählt
- Besucher verschwindet
- Besucher wird wieder gezählt



Kennzahlen und ihre Bedeutung

- Eindeutige Besucher = Die Anzahl der Besuche auf Ihrer Website – nur 1x gezählt
- Bezieht sich auf den Zeitraum, der angegeben ist
- „Gefilterte Besucher“

Kennzahlen und ihre Bedeutung

- Seitenaufrufe = Gesamtzahl der aufgerufenen Seiten
- Wiederholte Zugriffe werden gezählt
- Seitenaufruf gilt nur bei einer Verweildauer unter 5 Sekunden und keiner Aktion

Kennzahlen und ihre Bedeutung

- Seiten/Besuch (durchschnittliche Seitentiefe)
= ist die durchschnittliche Anzahl von Seiten, die pro Besuch der Website aufgerufen werden
- Doppelte Seitenaufrufe werden gezählt

Kennzahlen und ihre Bedeutung



Kennzahlen und ihre Bedeutung

- Absprungrate = prozentuale Anteil von Besuchen einer einzigen Seite die die Webseite wieder verlassen haben
- Keine Aktion auf der Einstiegsseite durchgeführt

Kennzahlen und ihre Bedeutung

- Ziele = Festgelegte Aktionen
- Zb. abschicken eines Kontaktformulars
- Verwalten -> Ansicht -> Ziele

Kennzahlen und ihre Bedeutung



A screenshot of a software interface. On the left is a vertical sidebar with a search icon and a dropdown arrow. The main content area shows a menu under the heading 'ANSICHT (PROFIL)'. The menu items are: 'odertex' (selected), 'Einstellungen der Datenansicht' (Data view settings), 'Nutzerverwaltung' (User management), 'Ziele' (Goals, highlighted in yellow), 'Filter', 'Channel-Gruppierung' (Channel grouping), and 'PERSÖNLICHE TOOLS UND ASSETS' (Personal tools and assets). Under this heading, the item 'Segmente' (Segments) is visible.

Kennzahlen und ihre Bedeutung

✓ Zieleinrichtung [Bearbeiten](#)

Vorlage: *Bestellung aufgeben*

✓ Zielbeschreibung [Bearbeiten](#)

Name: *Bestellung aufgeben*

Zieltyp: *Ziel*

3 Zieldetails

Ziel

Ist gleich ▾

Groß-/Kleinschreibung beachten

Wählen Sie für eine App beispielsweise den Namen *Mein Bildschirm* und für eine Webseite */danke.html* anstatt *www.example.com/danke.html*.

Wert **OPTIONAL**

An

€EUR

Weisen Sie der Conversion einen Geldwert zu. [Weitere Informationen zu Zielwerten](#). Lassen Sie dieses Feld bei Transaktionen leer und erfassen Sie den Umsatz stattdessen mithilfe von E-Commerce-Tracking und Berichten. [Weitere Informationen zu E-Commerce-Transaktionen](#)

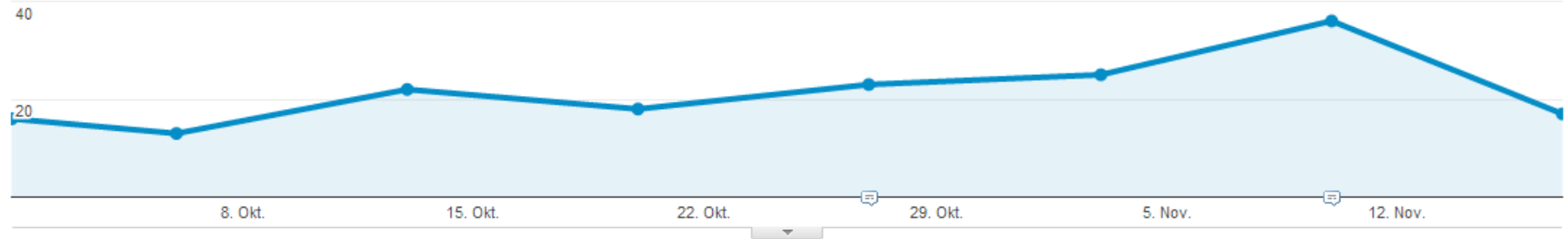
Kennzahlen und ihre Bedeutung

Übersicht

Abschlüsse für Ziel ▼ im Vergleich zu [Messwert auswählen](#)

Stündlich Tag Woche Monat

● Abschlüsse für Ziel



Abschlüsse für Ziel

170



Zielwert

0,00 €



Ziel-Conversion-Rate

2,26 %



Gesamtausstiegsrate

63,83 %



Bestellung abgeschlossen
(Abschlüsse für Ziel 6)

81



Bestellung aufgeben
(Abschlüsse für Ziel 7)

89



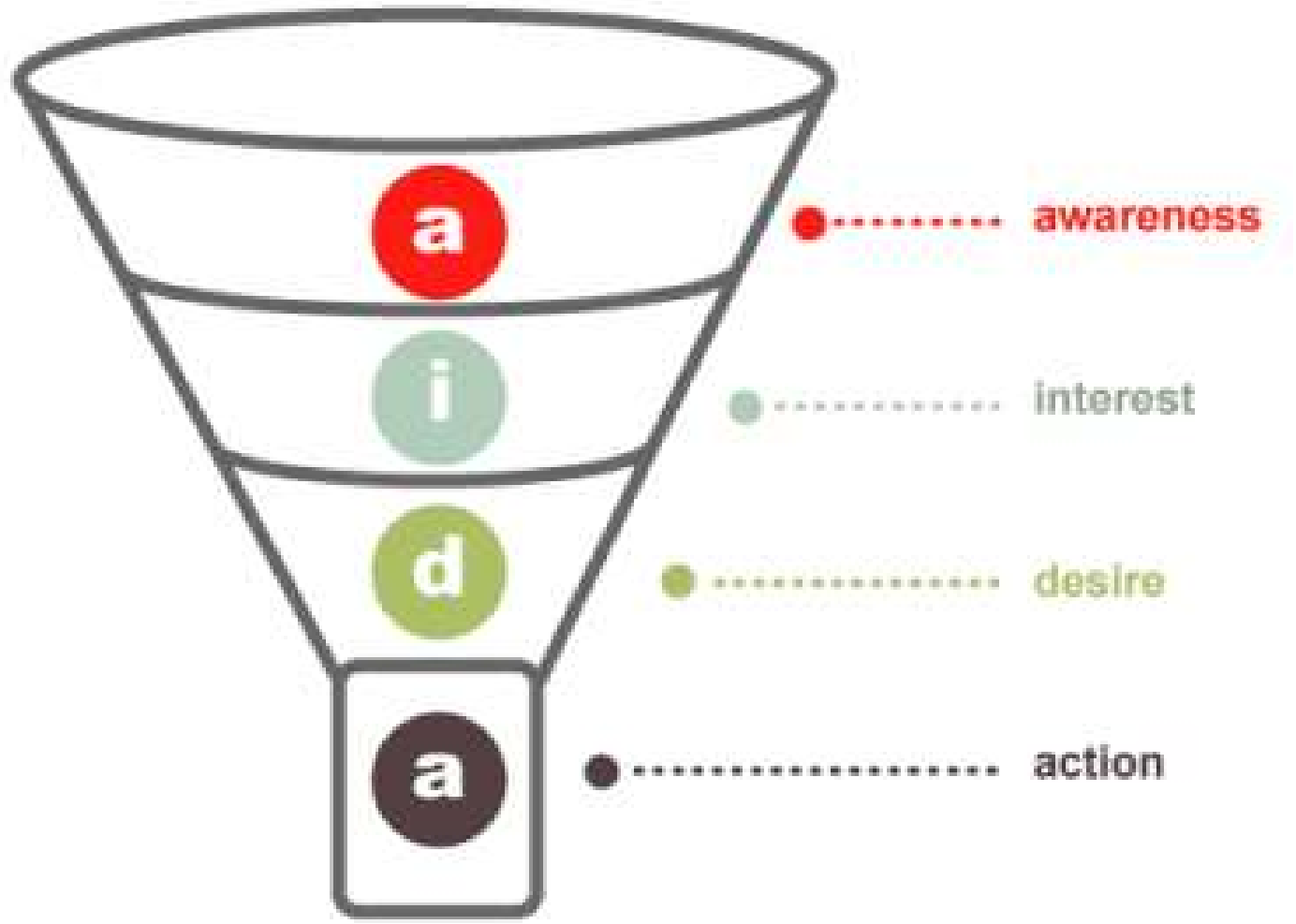
Kennzahlen und ihre Bedeutung

- Zielwert = Wie viel ist die Aktion Wert?
- Von 100 Email-Kontakte / Telefonate bleiben 10 Kunden
- 10 Kunden mit einem Umsatz von rund 1.000€/Kunde
- $10.000\text{€}/100 = 100\text{€}$
- Eine Aktion bzw. ein Ziel ist = 100€ Wert

Kennzahlen und ihre Bedeutung

- Ziel-Conversion-Rate = Wieviele Besucher wurden Kunden?
- Aus 100 Kontakte wurden 10 Kunden
- Entspricht einer Ziel-Conversion-Rate von 10%

Kennzahlen und ihre Bedeutung



Kennzahlen und ihre Bedeutung

- A = Die Anzeige
- I = Die Webseite
- D = Das Angebot
- A = Der Kontakt

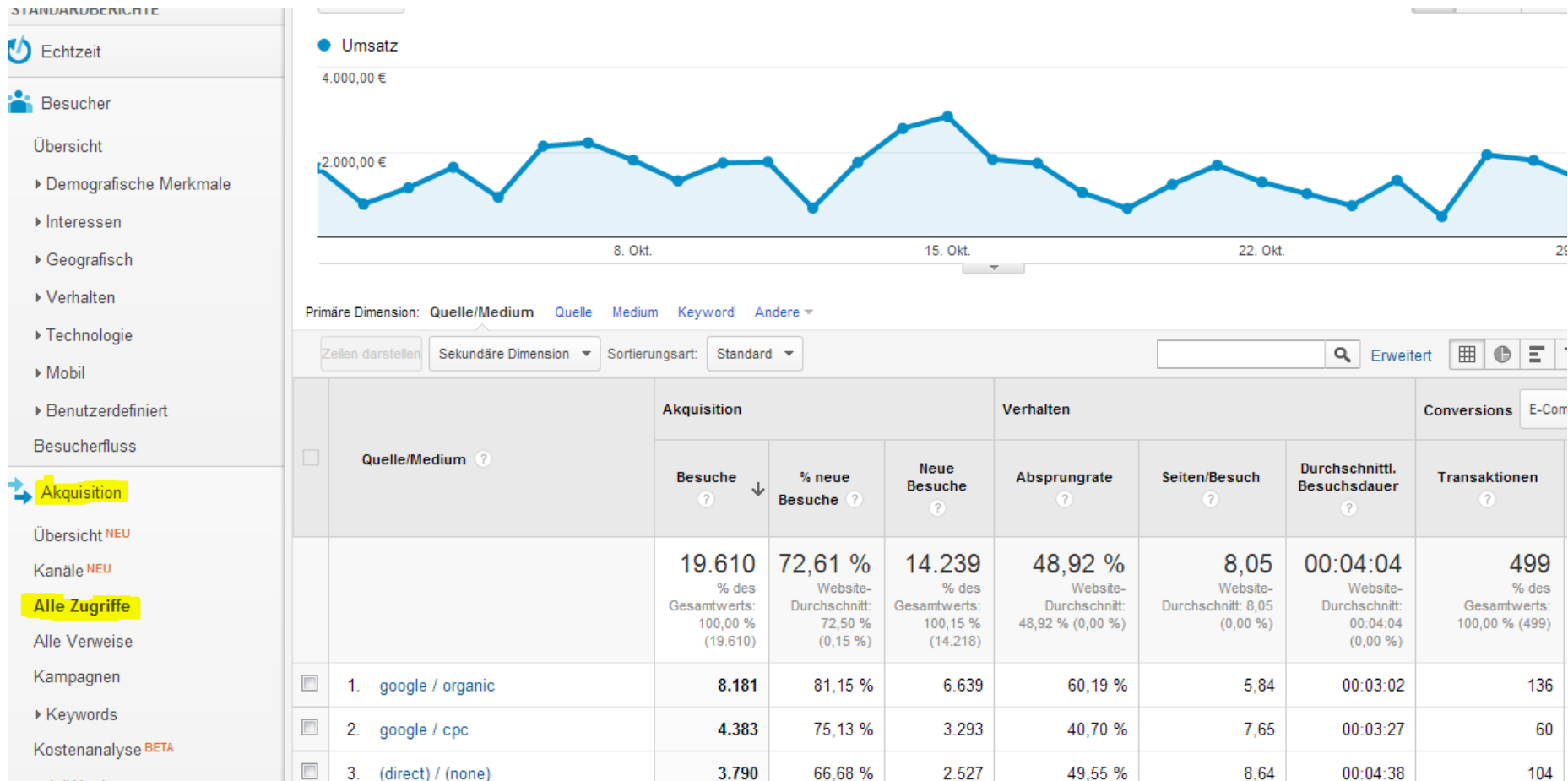


Welche Berichte sind wichtig

- Was ist relevant oder wichtig für den Anfang?
- Woher kommen die Besucher
- Warum kommen sie

Welche Berichte sind wichtig

- Akquisition – Alle Zugriffe



Welche Berichte sind wichtig

- Was ist relevant oder wichtig für den Anfang?
- Wo steigen die Besucher aus
- Warum steigen sie aus

Welche Berichte sind wichtig

- Verhalten – Website-Content - Ausstiegseiten

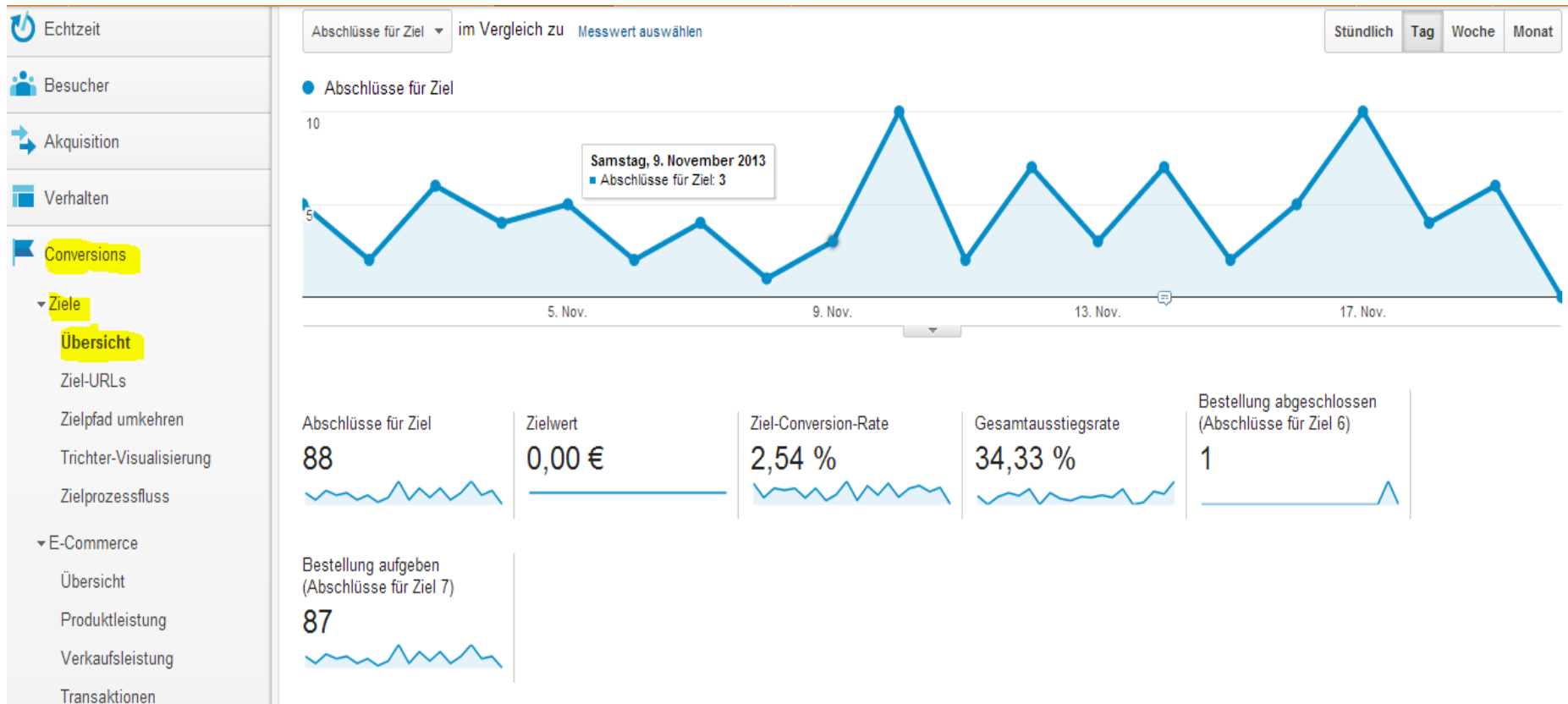
Seite ?	Ausstiege ?	Seitenaufrufe ?	% Ausstiege ?
	19.609 % des Gesamtwerts: 100,00 % (19.609)	157.910 % des Gesamtwerts: 100,00 % (157.910)	12,42 % Website-Durchschnitt: 12,42 % (0,00 %)
1. /index.php	1.558	17.675	8,81 %
2. /shopping_cart.php	1.088	4.907	22,17 %
3. /login.php	591	2.206	26,79 %
4. /index.php?cat=100032&filter_id=3&refID=17	562	1.227	45,80 %
5. /advanced_result.php	311	2.836	10,97 %
6. /index.php?cat=100121&filter_id=85	170	365	46,58 %
7. /Ersatzteile-PKW/Bremsanlage/Scheibenbremse/Bremsbelag/100000_100006_100626_100030.html?refID=17	169	301	56,15 %
8. /Ersatzteile-PKW/Bremsanlage/Bremssattel/100000_100006_100027.html?refID=19	131	293	44,71 %
9. /Ersatzteile-PKW/Bremsanlage/Scheibenbremse/Bremsscheibe/100000_100006_100626_100032.html	124	1.578	7,86 %
10. /Impressum__4.html	113	305	37,05 %

Welche Berichte sind wichtig

- Was ist relevant oder wichtig für den Anfang?
- Welche Conversion-Rate wird erzielt
- Warum steigen sie aus

Welche Berichte sind wichtig

- Conversions → Ziele → Übersicht



Eigenes Konto erstellen

Beschreiben Sie Ihr Unternehmen

Unternehmenswebsite

[Ich habe keine Website.](#)

Name des Unternehmens

Geschäftsadresse [?](#)

Geschäftstelefonnummer [?](#)





Weiter

Abbrechen

Eigenes Konto erstellen

In nur wenigen Minuten eine Webseite für Ihr Unternehmen erstellen

Über Ihre Google+ Seite können Kunden, Fans und Follower Kontakt zu Ihnen aufnehmen.



Auf Google präsent sein

Während der Google-Suche können Ihren Kunden relevante Beiträge, Fotos und Videos, die sich auf Ihrer Google+ Seite befinden, rechts als Ergebnisse angezeigt werden. So sind Sie überall auf Google präsent, und zwar genau dann, wenn das Interesse Ihrer Kunden am größten ist.

[Weitere Informationen über Google+ und die Google-Suche](#)



Kommunizieren Sie mit Kunden – von Angesicht zu Angesicht

Egal, wo sich Ihre Follower aufhalten, Google+ bringt sie zusammen. Mithilfe von Video-Hangouts können Sie zudem mit bis zu 10 Personen direkt ins Gespräch kommen. Sie können Unterhaltungen sogar streamen und für die spätere Wiedergabe aufzeichnen.

[Weitere Informationen zu Hangouts](#)



Soziale Faktoren in Zahlen fassen

Am Ende sind die Zahlen entscheidend. Darum bieten wir ausführliche Daten über +1-Bewertungen, Berichte zu Conversions und mehr. Wir zeigen Ihnen, was Ihnen Google+ unterm Strich bringt.

[Weitere Informationen zum Messen sozialer Faktoren](#)

[Erstellen](#)

[Abbrechen](#)

Eigenes Konto erstellen

The screenshot shows the Google My Business interface. At the top left is the Google logo. Below it, the text 'Ihr Unternehmen bei Google' is displayed. A search bar contains the text 'carlo siebert'. To the right of the search bar is a magnifying glass icon. Below the search bar, a panel asks 'Ist eines von diesen Ihr Unternehmen?' and lists three potential matches, each with a red location pin icon and a right-pointing arrow:

- A Peters Edition Ltd**
2-6 Baches Street
London N1 6DN
020 7553 4000
- B Peters C F**
7030 80th Street
Glendale, NY 11385-7737
(718) 416-3066
- C Auditorium di Milano**
Largo Mahler
I-20136 Milano
02 8338 9400

Below these results is a fourth option with a right-pointing arrow:

Nein, das sind nicht meine Unternehmen
Eintrag für mein Unternehmen erstellen

To the right of the search results is a map of North America. A red location pin labeled 'B' is placed on the map, corresponding to the second search result. The map shows various geographical features and labels, including 'Northwestern Passages', 'Hudson Bay', 'Kalaallit Nunaat (Greenland)', 'North Atlantic Ocean', 'Gulf of Mexico', 'Caribbean Sea', 'Cuba', 'Puerto Rico', 'Guatemala', and 'Nicaragua'. State abbreviations are also visible on the map.

Eigenes Konto erstellen

Ihr Unternehmen bei Google

Unternehmensdetails eingeben

Name des Unternehmens

Land/Region
Deutschland ▼

Anschrift

Postleitzahl

Stadt

Haupttelefonnummer des Unternehmens


Kategorie

Eigenes Konto erstellen

Geschäftsadresse [?](#)

Dresdener Straße 30, Frankfurt (Oder), Deutschland

Geschäftstelefonnummer [?](#)

 03355001640



Weiter

Abbrechen

Eigenes Konto erstellen

Zielgruppe auswählen

Anzeige erstellen

Budget festlegen

Anzeige überprüfen

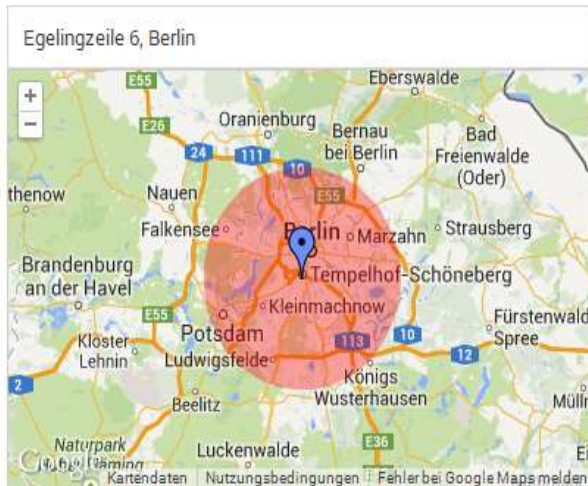
Kasse

Benötigen Sie Hilfe?

0800 - 58 94 305 anrufen
(Mo. - Fr. 08:00 - 19:00 Uhr)

Zielgruppe auswählen

Nutzer, die in einem Umkreis von **25 Kilometer** um Ihren Standort nach Produkten oder Dienstleistungen suchen



Zielgruppen, die diese Sprache sprechen

Deutsch

Zielgruppe für diese Kategorie ?

Friseursalon

Beispiel: Installateur

Weiter

Potenzielle Zielgruppe ?



5.822

Nutzer suchen jeden
Monat nach Ihren
Produkten und
Dienstleistungen

Eigenes Konto erstellen

Anzeigentitel

Neue Frisur gesucht? 05

Anzeigertext

Herren ab 7€ ohne Waschen, Trocken 01

Frauen ab 20€ ohne Waschen, Trocken 00

Klicks auf Ihre Anzeige werden weitergeleitet an

Nicht überprüfte Google+ Local-Seite für Lese... ▾

Geschäftsadresse anzeigen

Erfahren Sie, wie viele Anrufe Sie über Ihre Anzeige erhalten [?](#)

Der kostenfreie Anruferbericht informiert Sie darüber, wie viele Anrufe Sie durch Ihre Anzeige erhalten. In Ihre Anzeige wird eine gebührenfreie Telefonnummer eingefügt, über die Anrufe an Sie weitergeleitet werden. Durch Aktivierung des Kontrollkästchens erklären Sie sich mit den [Nutzungsbedingungen](#) und den [Datenschutzbestimmungen](#) von Google Voice einverstanden.

Weiter

Vorschau Ihrer Anzeigentypen öffnen [?](#)

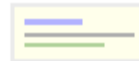
Meine Anzeige in Google Maps

[Inhalt auf einer Seite anzeigen](#)



Neue Frisur gesucht?

Herren ab 7€ ohne Waschen, Trocken
Frauen ab 20€ ohne Waschen, Trocken
[plus.google.com](#)
Egelingzeile 6, Berlin



Eigenes Konto erstellen

Google



Suchen



[Neue Frisur gesucht?](#)

[plus.google.com](#)

Herrn ab 7€ ohne Waschen, Trocken

Frauen ab 20€ ohne Waschen, Trocken



Egelingzeile 6, Berlin

030 75484742 - [Routen](#)



Ads

[You](#)

Ad t

Ad t

[plus](#)



€

[Hea](#)

Ad t

Ad t

[www](#)



1

[Hea](#)

Ad t

Ad t

[www](#)



4



Eigenes Konto erstellen

Zielgruppe auswählen

Anzeige erstellen

Budget festlegen

Anzeige überprüfen

Kasse

Benötigen Sie Hilfe?

0800 - 58 94 305 anrufen
(Mo. - Fr. 08:00 - 19:00 Uhr)

Budget festlegen

Legen Sie den Betrag fest, den Sie pro Tag für Werbung ausgeben möchten.

Aufgrund dessen, was Ihre Mitbewerber ausgeben, haben wir die folgenden Budgets empfohlen. Sie können Ihr Budget jederzeit ändern und zahlen nur, wenn jemand auf Ihre Anzeige klickt.

Ihr Tagesbudget ist der pro Tag durchschnittlich ausgegebene Betrag. Es ist also möglich, dass sich an einem bestimmten Tag ein etwas höherer oder niedrigerer Betrag ergibt.

8,85 €/Tag (Durchschnitt)

Maximales Monatsbudget: 268,95 €
Geschätzte Klicks pro Monat: 250 – 415

3,49 €/Tag (Durchschnitt)

Maximales Monatsbudget: 105,95 €
Geschätzte Klicks pro Monat: 100 – 165

2,68 €/Tag (Durchschnitt)

Maximales Monatsbudget: 81,50 €
Geschätzte Klicks pro Monat: 75 – 125

€/Tag (Durchschnitt)

Ein Budget, das unter dem von uns vorgeschlagenen Minimum liegt, ist möglicherweise

Die eigenen Anzeigen schreiben

- Überschrift 25 Zeichen
- 1. Zeile 35 Zeichen
- 2. Zeile 35 Zeichen

- Keine Sonderzeichen

Die eigenen Anzeigen schreiben

Werbung

Effizient &
zielgerichtet

www.gutewerbung.ch

Es gilt grundsätzlich: the more you tell, the more you sell. Keine Regel ohne Ausnahme – sagen die Anderen viel, können Sie auffallen, indem Sie wenig sagen. Wenn das Wenige gut ist.

Anzüge edel & günstig

Geht das? Anzug in Top-Qualität super-günstig? Es geht. Zugreifen!

www.neckermann.de/Anzug

Fragezeichen müssen nicht zwingend nur in der Titelzeile erscheinen. Hier wird mittels Fragezeichen eine Art „Verkaufsdialog“ installiert.

Trotz Vulkan: Bodyflying

Fliegen für wenig Asche:
Bodyflying in Bottrop. Hier buchen!

www.jochen-schweizer.de

Manche AdWords-Nutzer lauern auf spezielle Ereignisse wie die Spinne im Netz auf fette Fliegen. Jochen Schweizer nimmt hier den isländischen Vulkanausbruch von 2011 zum Anlass, seine Bodyflying-Services zu bewerben.

Die eigenen Anzeigen schreiben

Die 7 Fehler der Führung

Machen auch Sie diese
7 typischen Führungsfehler?
www.vorgesetzter.ch

Diese Anzeige ist inhaltlich kühn. Niemand macht gerne Fehler, und niemand lässt sich gerne beim Fehlermachen ertappen. Interessant auch der augenfällige und platzsparende Einsatz von Zahlen (viele der hier vorgestellten Techniken lassen sich wirkungssteigernd kombinieren).

Onlinemarketing

Irgendwas mit Internet und
Social Media-Beratung...
www.versionzwei.com

Wer es sich leisten kann, auf so entspannte Weise zu werben, muss gut sein – und es wird wahrscheinlich angenehm sein, mit denen zusammenzuarbeiten. Aussagen, die hier zwischen den Zeilen mitschwingen.

Dunlop-Schnäppchen

Nur klauen ist billiger: Pneus
zu garantierten Tiefstpreisen.
www.pneupirat.ch/Gratis-Lieferung

Superlative sind mit Vorsicht zu genießen, werden sie doch von Google genau geprüft. Sind Sie irgendwo der Beste, ist das ein unschätzbare Vorteil. Nutzbar wie beispielsweise links umgesetzt – hier ergänzt mit einer vertrauensbildenden, das Versprechen untermauernden Garantie.

Geschafft!

- Carlo.Siebert@gmx.net
- 0157/73275217

- Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!