

Google Ads: Ihrer praktischen Leitfaden für erfolgreiche Kampagnen auf Google und YouTube

Präsentiert von Sam Hänni und
Mireille van Reenen

03

Das große Ganze: der gesamte Sales-Funnel



“Funnel” = Filter

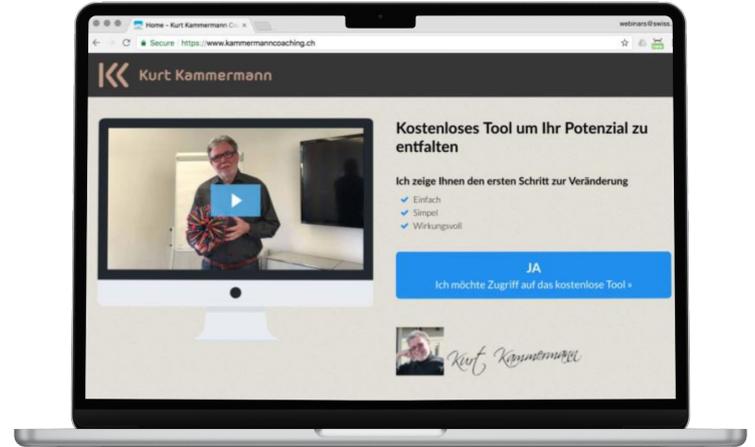
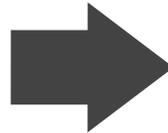
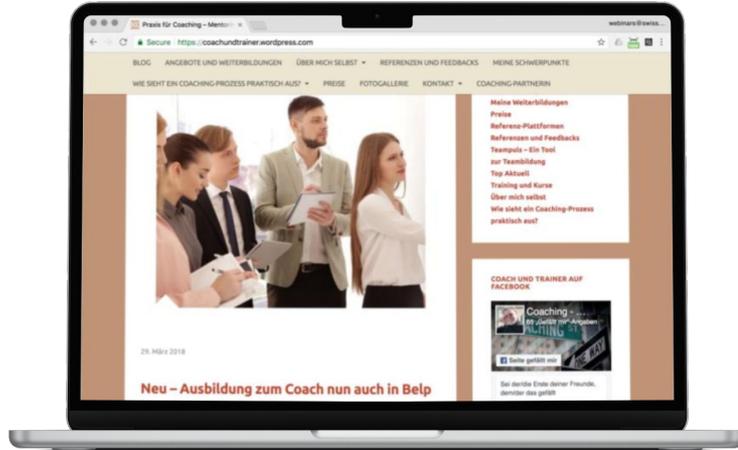


Ein guter Funnel filtert automatisch alle Menschen aus, die nicht zu uns passen

Der Funnel “reichert” aber die Menschen mit Vorwissen an
→ das erspart Ihnen viel Zeit
→ es ermöglicht Ihnen ein viel wertvolleres Gespräch

Am Schluss wollen wir sicherstellen, dass wir unsere Zeit für die Menschen investieren, bei denen eine Zusammenarbeit Sinn macht

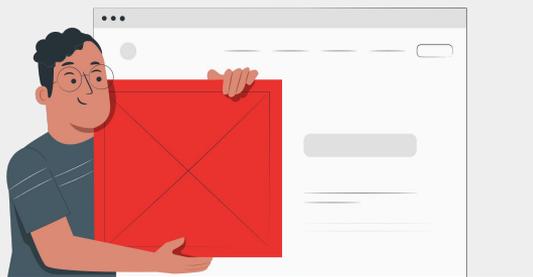
Von der Website/Broschüre zur Kundengewinnungs-Strategie



Website vs. Landing Page

Website

- Sammlung von miteinander verknüpften Seiten
- Jede Seite: Aspekt oder Vorteil Ihrer Marke herausstellen
- Den Besucher informieren und unterhalten
- Kann Hunderte von Landing Pages haben

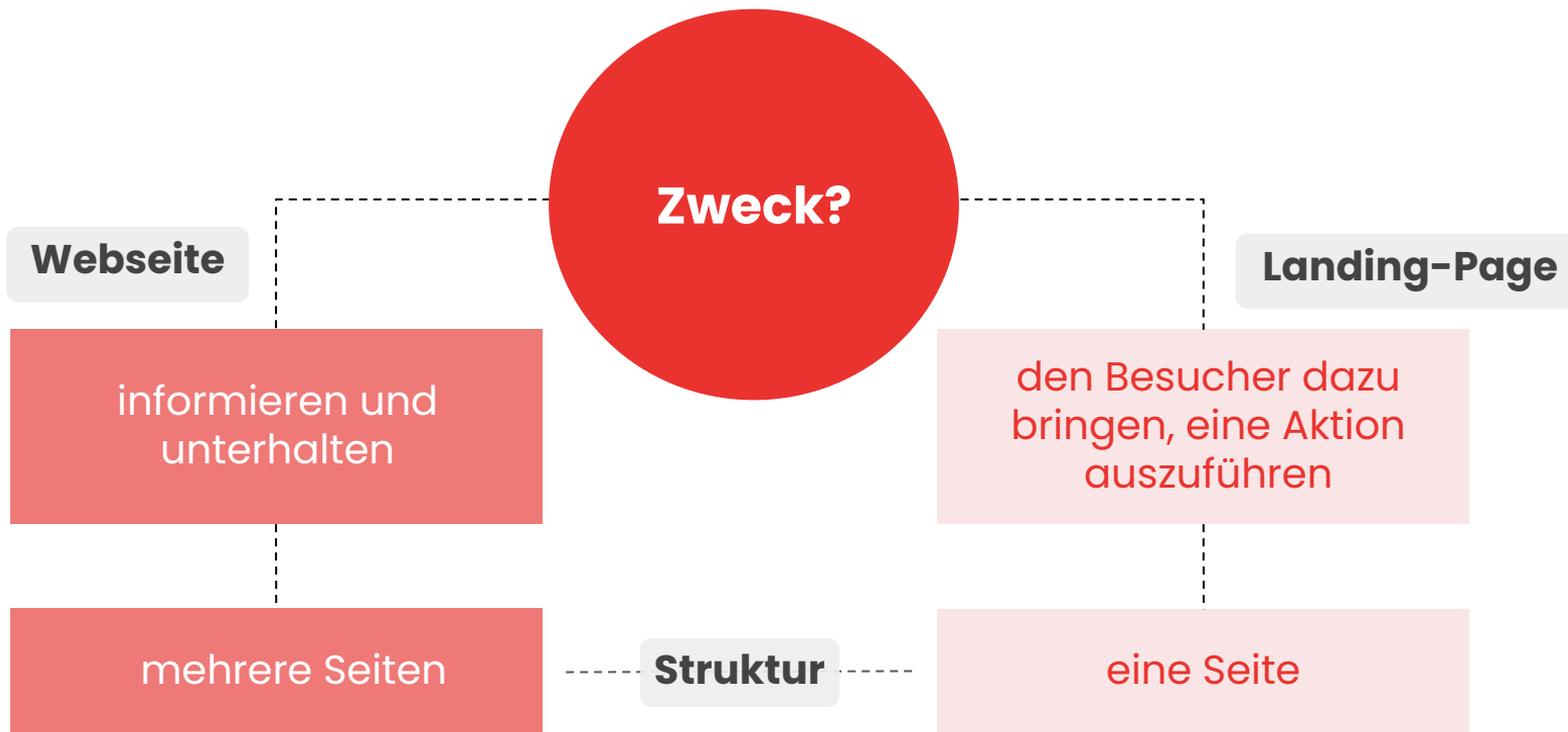


Landing Page

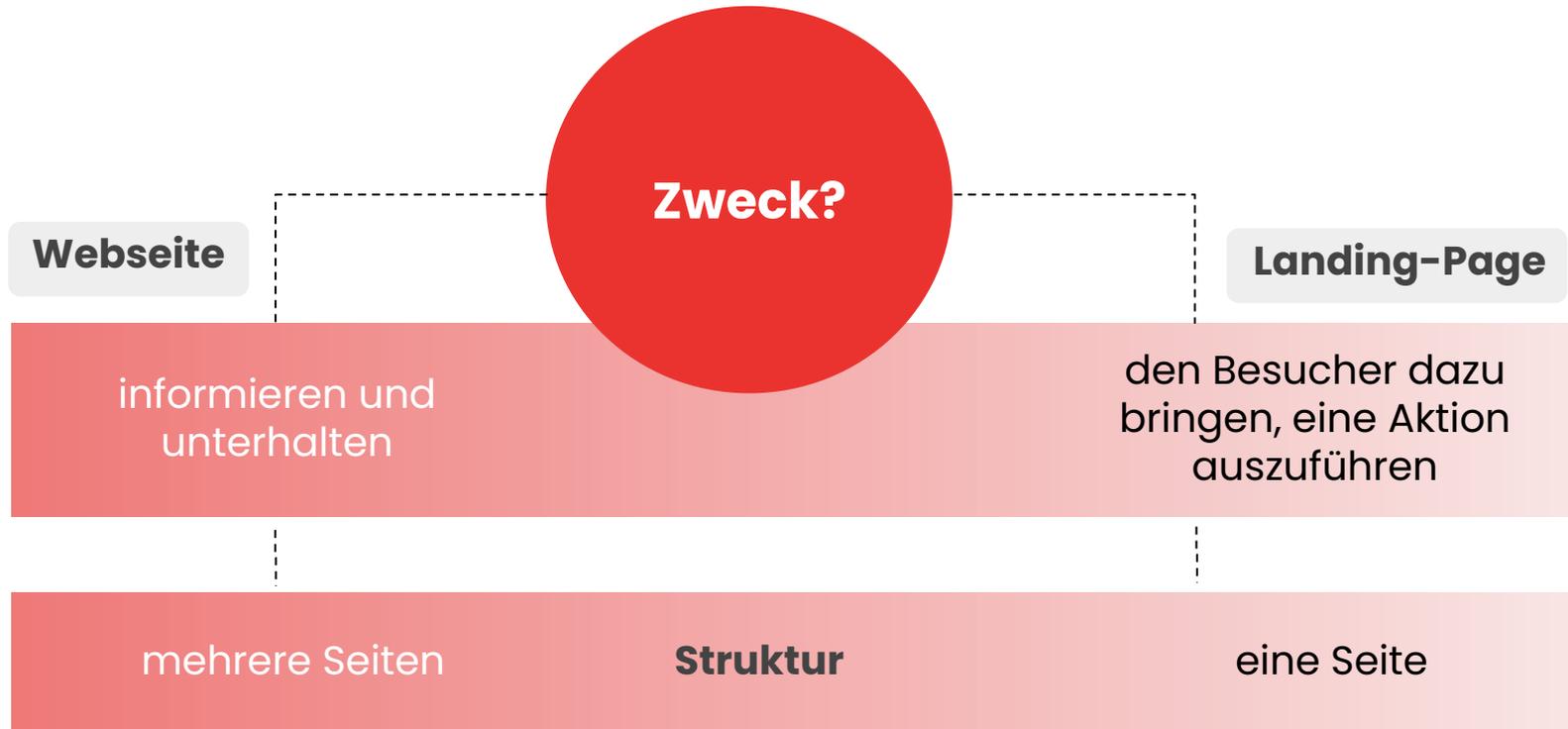
- Nur eine Seite
- Für eine bestimmte Zielgruppe / für den Verkauf eines bestimmten Produkts / Dienstleistung
- Soll den Besucher dazu bringen, eine Aktion auszuführen (anmelden, kaufen, usw.)
- Anzeige führt zur Landing Page



Unterschiede in Zweck und Struktur



Unterschiede vermischen sich je länger desto mehr



Hinweis: Landing Page Serie

Landing Page Serie

Wo Kunden landen: So einfach baut sich eine überzeugende Landing Page

Keine gelungene Werbekampagne, ohne gute Landing Page. Aber was macht eine überzeugende Landing Page aus? Wir behandeln die verschiedenen Elemente, die eine gute Landing Page enthalten sollte und geben wertvolle Tipps und Tricks für das Design.



Welche Arten von Landing Pages gibt es: Unterschied Facebook Ads und Google Ads?



Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe: Mit welchen Landing Pages wirbt Ihre Konkurrenz?



Welche Elemente beinhaltet eine konvertierende Landing Page?



Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe: Landing-Page-Vorbereitungen mit Texten



Verhalten Sie es nicht beim Design: Tipps und Tricks zur Gestaltung von Landing Pages



Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe: Erstellung eines Gestaltungskonzepts mit Farben, Schriftarten und Grafiken



Es ist möglich: Wie lässt sich eine ansprechende Landing Page in weniger als 20 Minuten erstellen?



Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe: Technische Umsetzung einer Landing Page

[Teil I: Welche Arten von Landing Pages gibt es: Unterschied Facebook Ads / Google Ads?](#)

Februar 2023

Wie sieht Ihr Sales Funnel aus?

Wie bringen Sie Ihre Kunden vom Betrachten der Anzeige bis zum Verkauf?



Richten Sie sich an den Bedürfnissen und Erwartungen der Interessenten aus



Wenn es überhaupt ein Geheimnis des Erfolges gibt, so besteht es in der Fähigkeit, sich auf den Standpunkt des anderen zu stellen und die Dinge ebenso von seiner Warte aus zu betrachten wie von unserer.

– Henry Ford –

Suchkampagnen: Ihr Funnel hat außerdem Auswirkungen auf Ihren Anzeigenrang und Kosten



Wettbewerb

Kontext der Interessent

Voraussichtlichen Auswirkungen

Gebotsbetrag

Grenzwerte Anzeigenrang

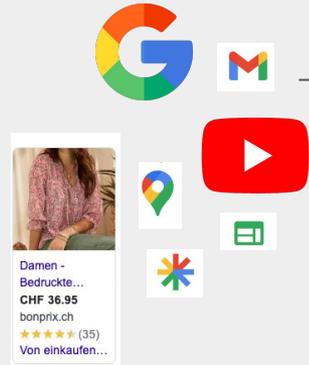
Anzeigenqualität
("quality score")

Voraussichtliche Klickrate (CTR)

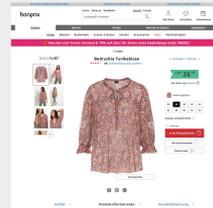
Anzeigenrelevanz

Nutzererfahrung mit der Landingpage

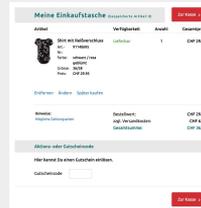
Funnel Beispiel: Shop



Produkt- und
Bestellseite



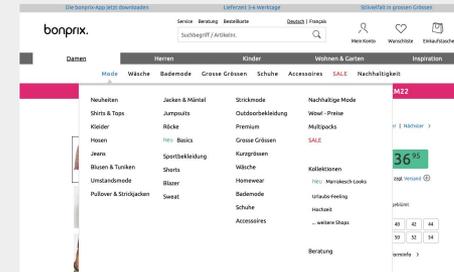
Warenkorb &
Zahlung



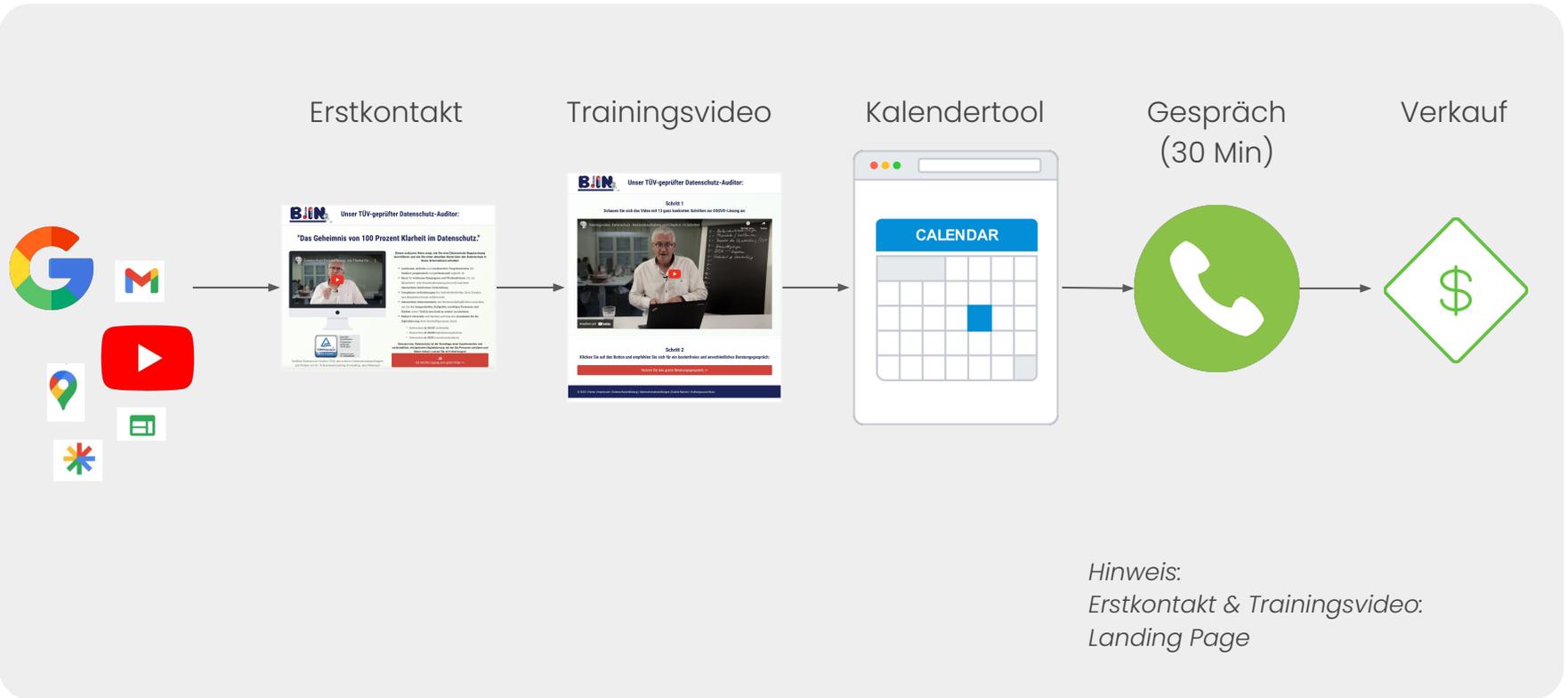
Verkauf



*Hinweis:
Die Produktseite ist Teil
einer großen Website*



Funnel Beispiel: Beratung



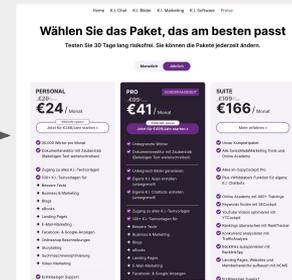
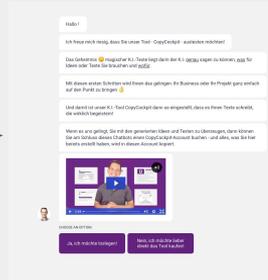
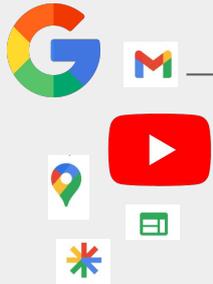
*Hinweis:
Erstkontakt & Trainingsvideo:
Landing Page*

Funnel Beispiel: Chatbot auf Verkauf

Home Seite

Chatbot

Bestellseite



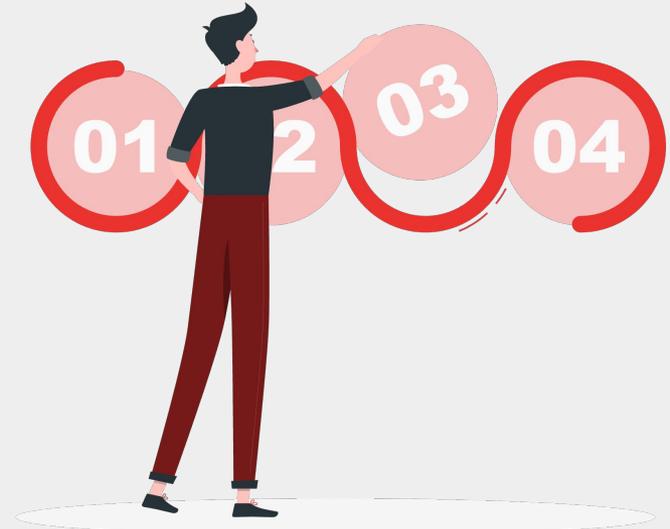
Hinweis:

Dies ist nun eine umfassende Website. Aber wir haben einmal mit einer (etwas umfangreicheren) Landing Page angefangen.

Funnel Möglichkeiten

Mögliche Funnels:

- Direktverkauf
- Beratungstermin
- Chatbot auf Verkauf
- Chatbot auf Beratungstermin
- Mehrwertvideo auf Verkauf
- Mehrwertvideo auf Beratungstermin
- Quiz auf Verkauf
- Freebie auf Beratungstermin
- Webinar auf Beratungstermin
- etc.



Es gibt noch viele, viele mehr.

Die Kreativität ist die einzige Limite.

Wie bringen Sie Ihre Kunden vom Betrachten der Anzeige bis zum Verkauf?



Welcher Funnel gewählt werden sollte, hängt von unzähligen Faktoren ab und kann nie definitiv bestimmt werden:

Die Praxis wird es zeigen.

Noch ein paar Tipps

- Halten Sie es einfach:
 - vermeiden Sie »Zeitfallen«
 - halten Sie es für die Interessenten verständlich und vorhersehbar
- Je nach Sales Funnel kann es für mehrere Werbeplattformen verwendet werden
- Sie werden unterwegs evtl. neue Keywords finden - dies kann neue Erkenntnisse bringen, z. B. bei der Erstellung neuer Website-Abschnitte (SEO und Suche optimieren)

support@swissmademarketing.com