

Google Ads & YouTube Erfolgsmessung: Kampagnen live schalten und Resultate effektiv auswerten

Präsentiert von Sam Hänni und
Mireille van Reenen

16

**Kampagne anhand
vorbereiteter Vorlage
aufbauen**

Kampagne aufbauen...

1. Google Grundeinstellungen
2. Verstehen wie Kampagnen aufgebaut sind
3. Eigene Strukturierung und Ideenfindung
4. Anzeigen verfassen und vorbereiten
5. Zielgruppen definieren
6. Tracking einrichten (Conversion Script, optional: Google Analytics 4 und Tag Manager)
7. Kampagne anhand vorbereiteter Vorlage aufbauen und starten
8. Tägliche Überwachung der Werbekampagne

... anhand vorbereiteter Vorlage

The screenshot shows a Google Docs spreadsheet titled "Vorlage: Google Werbung Blickwinkel". The spreadsheet is a template for creating Google Ads campaigns. It contains the following fields and content:

A	B	C	D	E
1	SwissMadeMarketing	Vorlage Google Werbung - Blickwinkel		
2		Grundinfos		
3				
4	Name der Firma	Druckkreativ.ch		
5		<i>(Hier Name der Firma eingeben)</i>		
6				
7	Beschreibung Firma	Wir ermöglichen Eltern die Gestaltung einer einzigartigen Geburtstags- oder Geburtskarte für ihr Kind mit individuell angepassten Vorlagen.		
8		<i>(Hier Nischenformel eingeben)</i>		
9				
10	Zielpublikum	Eltern		
11		<i>(Hier das konzeptuelle Zielpublikum eingeben, nicht zu verwechseln mit der Zielgruppe innerhalb der Facebook Werbung)</i>		
12				
13		<input type="checkbox"/> Direktverkauf		
14		<input type="checkbox"/> Beratungstermin		
15		<input type="checkbox"/> Mehrwertvideo auf Verkauf		
16	Funnel Strategie	<input type="checkbox"/> Mehrwertvideo auf Beratungstermin		
17		<input type="checkbox"/> Quiz auf Verkauf		
18		<input type="checkbox"/> Freebie auf Beratungstermin		
19		<input type="checkbox"/> Webinar auf Beratungstermin		
20		<input type="checkbox"/>		
21				
22	Landing Page	https://webinardemo2909.incms.net/ / https://druckkreativ.ch/ch-de/geburtstag		
23				

At the bottom of the spreadsheet, there is a button that says "1000 weitere Zellen unten hinzufügen".

Schritt 1: Neue Kampagne erstellen

Google Ads | SwissMadeMarketing GmbH > CopyCockpit 599-779-9645 | Alle Kampagnen

Filter: Kampagnenstatus: Aktiviert, Pausiert | Anzeigengruppenstatus: Aktiviert, Pausiert | Filter hinzufügen

Kampagnen

- + Neue Kampagne
- Kampagnenentwurf weiter bearbeiten
- Kampagneneinstellungen laden

Audience | Adname

Zur Erinnerung: Einstellungen auf Kampagnenebene

Kampagne

Asset-Gruppe

Mehrere Überschriften

Mehrere Beschreibungstexte

Mehrere
Bilder, Videos



Kampagne

Kampagnenziel

Tagesbudget & Zeitplan

Endgeräte (Desktop, Tablet, Mobile)

Standorte

Optimierung und Auslieferung

Kampagne erstellen: Kampagne-Ziel auswählen

Google Ads | Neue Kampagne

Suchen | Berichte | Tools und Einstell... | Hilfe | Benachricht... | 148-511-6918 (SwissMadeMar... services@swissmademarketin...)

Was möchten Sie mit Ihrer Kampagne erreichen?

Ziel auswählen

Wählen Sie ein Ziel aus, damit die verwendeten Zielvorhaben und Einstellungen für Ihre Kampagne optimiert werden

- Umsätze**
Sie möchten Ihre Umsätze online, in Apps, am Telefon oder im Geschäft ankurbeln.
- Leads**
Sie möchten mehr Leads und andere Conversions erzielen, indem Sie Nutzer zum Handeln auffordern.
- Zugriffe auf die Website**
Sie möchten die richtigen Nutzer dazu bewegen, Ihre Website zu besuchen.
- Produkt- und Markenkaufbereitschaft**
Sie möchten Nutzer dazu ermuntern, sich über Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu informieren.
- Markenbekanntheit und Reichweite**
Sie möchten eine breite Zielgruppe erreichen und Ihre Bekanntheit steigern.
- App-Werbung**
Mehr App-Installationen, Engagements und Vorregistrierungen erzielen
- Lokale Ladenbesuche und Werbeaktionen**
Mit dieser Option lässt sich die Anzahl der Besuche in lokalen Geschäften, einschließlich Restaurants und Vertragshändler, steigern.
- Kampagne ohne Zielvorhaben erstellen**
Zuerst Kampagnentyp auswählen – ohne zielführende Empfehlung.

Abbrechen Weiter

Für die meisten Kampagnen:

Umsätze
oder Leads

Es gibt unterschiedliche Arten von Google und YT Nutzer

“Kauft nie etwas Emma”

Tätigt fast nie einen Kauf, aber liebt es zu klicken und Dinge anzuschauen



Kosten pro Klick:	€0.10
Kosten pro Lead:	€10
Kosten pro Verkauf:	€450

“Kauft sehr viel Thomas”

Selten auf Facebook, aber wenn er ist, dann kauft er fast jedes Mal etwas



Kosten pro Klick:	€6
Kosten pro Lead:	€70
Kosten pro Verkauf:	€110

Kampagne erstellen: Kampagnentyp auswählen

Wählen Sie einen Kampagnentyp aus



Suche
Nutzer mit hoher Kaufabsicht zur richtigen Zeit in der Google Suche auf sich aufmerksam machen



Performance Max-Kampagne
Mit einer Kampagne über alle Google-Kanäle Ihre Zielgruppen erreichen. [So funktioniert](#)



Display
Mit ansprechenden Creatives potenzielle Kunden über 3 Millionen Websites und Apps erreichen



Shopping
Potenziellen Käufern während ihrer Recherche Produkte präsentieren



Video
Nutzer auf YouTube ansprechen und Conversions erzielen



Discovery
Anzeigen unter anderem auf YouTube, in Gmail und in Discover schalten

Unsere
Empfehlung:
Performance
Max-Kampagnen

Schritt 2: Neue Asset-Gruppe erstellen, innerhalb Kampagne

The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign. The top navigation bar includes the Google Ads logo, account information (SwissMadeMarketin...), and campaign details (2022-03-09 - DE - Angle: Neue Id...). The main content area is titled 'Asset-Gruppen' and shows a list of assets. A dropdown menu is open, showing options to create a new asset group or copy an existing one. The assets listed include 4 images, 5 logos, 2 videos, 5 ad headlines, 5 long ad headlines, and 5 text lines. A target audience signal is also visible, showing 'copycockpit.com DE Website visitors'. The sidebar on the left contains navigation options like 'Übersicht', 'Empfehlungen', 'Statistiken', 'Asset-Gruppen', 'Assets', 'Inhalt', 'Einstellungen', 'Änderungsverlauf', 'Weniger anzeigen', 'Standorte', 'Werbezeitplaner', and 'Kampagnentests'. The bottom of the page includes a footer with the Google Ads App download link and copyright information.

Google Ads | SwissMadeMarketin... | CopyC... 599-779-9645 | Alle Kampagnen > 2022-03-09 - DE - Angle: Neue Id... | Suchen | Berichte | Tools und Einstell... | Aktualis... | Hilfe | Benachricht. | 148-511-6918 (SwissMadeMar... services@swissmademarketin... | S

● Aktiviert | Status: Aktiv | Typ: Performance Max-Kampagne | Budget: 100,00 CHF pro Tag | Optimierungsfaktor: 97,8 % | Kampagne 45 von 77 < >

Übersicht | Empfehlungen | Statistiken | **Asset-Gruppen** | Assets | Inhalt | Einstellungen | Änderungsverlauf | Weniger anzeigen | Standorte | Werbezeitplaner | Kampagnentests

Asset-Gruppen | Summary | Table

+ Neue Asset-Gruppe
Bestehende Asset-Gruppe kopieren

Anzeigenvorschau | YouTube | Mail | Google | Calendar | Star | More

Assets
4 Bilder, 5 Logos, 2 Videos, 5 Anzeigentitel, 5 lange Anzeigentitel und 5 Textzeilen zu dieser Asset-Gruppe hinzugefügt

Zielgruppensignal
copycockpit.com DE Website visitors
copycockpit.com DE Website visitors
Aktiv 1 von 2 Best Practices

Mach ihn zu deine... | Texte erstellen las... | kleiner Assistent ... | Hol dir deine K.I. A...

● Aktiviert | Anzeigeneffektivität: Gut | Status: Aktiv (eingeschränkt): Großschreibung + 1 weitere | Assets bearbeiten | Details anzeigen

Asset-Gruppen aufrufen: 5 | 1 bis 1 von 1 < >

[Die Berichterstellung erfolgt nicht in Echtzeit.](#) Zeitzone für alle Datums- und Uhrzeitangaben: (GMT+02:00) Mitteleuropäische Zeit. [Weitere Informationen](#)
Unter Umständen wird ein Teil des Inventars von einem Drittanbieter bereitgestellt, der als Vermittler agiert.
Für akkreditierte Messwerte sehen Sie die Akkreditierung vom Media Rating Council (MRC), wenn Sie den Mauszeiger auf die Spaltenüberschrift bewegen.
© Google 2023.

Google Ads App herunterladen

Zur Erinnerung: Einstellungen auf Asset-Gruppe Ebene



Asset-Gruppe

Zielgruppen

- Keywords
- Demografische Merkmale
- Themen

Assets

- Anzeige-Text
- Anzeige-Video & Bilder
- Anzeige-Erweiterungen (z.B. Google Maps, Kontaktdaten)
- Anzeige Zielseite (URL oder automatisch)

Asset-Gruppe erstellen: Texte, Bilder, Videos usw. hochladen

Asset-Gruppe

Sie möchten den richtigen Nutzern Anzeigen hoher Qualität präsentieren? Fügen Sie zuerst Assets hinzu – die Bausteine jeder Anzeige. Google testet dann die verschiedenen Kombinationen, um leistungsfähige Anzeigen in allen Formaten und Werbenetzwerken zu erstellen. Das Ergebnis ist optimal auf Ihre Zielvorhaben und die gewünschten Zielgruppen ausgerichtet.

Name der Asset-Gruppe

Asset-Gruppe Name - |

Assets

Anzeigeneffektivität [ⓘ]
Unvollständig

Bilder Anzeigentitel
 Videos Beschreibungen

Vorschau

YouTube Gmail Suchnetzwerk Displaynetzwerk Discover

Bildanzeige für das Displaynetzwerk (300 x 250)

Anzeigentitel 1

Textzeile 1
Name des Unternehmens

Finale URL
URL-Erweiterung ist aktiviert [ⓘ]

Finale URL

Erforderlich

Bilder [ⓘ]
Maximal 20 Bilder hinzufügen

+ Bilder

Logos [ⓘ]
Maximal 5 Logos hinzufügen

+ Logos

Videos [ⓘ]
Sie können maximal 5 Videos hinzufügen.
Wenn Sie keines haben, werden von Google – wenn möglich – automatisch Videos erstellt.

+ Videos

Anzeigentitel [ⓘ]
Bis zu 15 Anzeigentitel [Vorschläge](#)

Anhand vorbereiteter
Vorlage

(Siehe Teil B dieser Serie
über die Erstellung von
Assets)

support@swissmademarketing.com