

IMMOBILIEN **PROFI**

Google Adwords:
Targeting

IMMOBILIEN-PROFI TARGETING ANZEIGE

BEARBEITUNGSHISTORIE

Datum	Art der Bearbeitung	Bearbeiter
28.11.2013	Ursprungsfassung Targeting Interessenkategorien	smd

INHALTSVERZEICHNIS

Bearbeitungshistorie	2
Inhaltsverzeichnis.....	2
Warum Targeting nach Interessenkategorien?	3
Google Konto.....	3
Kampagne Erstellen.....	3
Anzeigentyp.....	3
Standort und Sprache	3
Gebote und Budget	3
Anzeigengruppe erstellen.....	5
Anzeige erstellen.....	5
Die alternative	7
Informationen.....	9
Bearbeiten.....	10

WARUM TARGETING NACH INTERESSENKATEGORIEN?

Durch Hinzufügen von Interessenkategorien zur Anzeigengruppe erreichen Sie Personen, die an Produkten und Dienstleistungen interessiert sind, die den von Ihrem Unternehmen angebotenen thematisch ähneln. Das funktioniert sogar, wenn diese Personen auf Websites surfen oder Apps verwenden, die nicht direkt mit diesen Produkten und Dienstleistungen zu tun haben. Durch Anzeigengruppen mit Interessenkategorien erreichen Sie Besucher von Webseiten im Google Display-Netzwerk auf Basis ihrer Interessen. Ihre Anzeigen werden für Nutzer geschaltet, die sich für diese Kategorien höchstwahrscheinlich begeistern können.

Beispiel:

Bestimmte Immobilien und somit auch bestimmte Anzeigen sprechen bestimmte Personengruppen an.

Fügen Sie beispielsweise die Affinitätskategorien "Umwelt- und Naturbegeisterte" zu Ihrer Anzeigengruppe hinzu und schalten Sie für diesen Kategorien zugeordnete Nutzer Anzeigen zu einem Wohnprojekt mit eigener Energieversorgung.

GOOGLE KONTO

Eine Targeting Kampagne kann nur angelegt werden, wenn Sie ein Google Adwords Konto eingerichtet ist. Jeder, der ein Google Konto besitzt, kann sich Automatisch ein Adwords zulegen.

KAMPAGNE ERSTELLEN

Erstellen Sie eine neue / erste Kampagne. Vergeben Sie einen Kampagnennamen, zBsp. „Kampagne Herbst“.

ANZEIGENTYP

Der „Typ“ der Anzeige muss immer ein „Nur Display-Netzwerk“ Typ sein. Bitte unbedingt anpassen.

STANDORT UND SPRACHE

Die Spracheinstellungen können wie gewünscht angepasst werden. Bei den Standorteinstellungen sollte man bedenken, dass eine zu massive Gebietseinschränkung im worst case die Auslieferung der Anzeige komplett verhindern kann. Also die Anzahl der Internetuser aus Grevenbroich beispielsweise ist gering, allein durch die niedrige Einwohneranzahl. Und von dieser geringen Useranzahl werden dann die User ausgesiebt, die die von Ihnen gemachten Zielgruppenmerkmale (also Interessen) erfüllen, um eine Anzeige auszulösen, die ja erst ab einem Tausenderkontakt geschaltet wird (von Google so eingerichtet).

GEBOTE UND BUDGET

In der Standardvorlage von Google ist der Schwerpunkt auf Klicks festgelegt. Wollen Sie aber dass Ihre Anzeige möglichst oft gezeigt wird, legen Sie Ihren Schwerpunkt besser auf Impressionen (unsere Empfehlung). Dazu klicken Sie neben der Gebotsstrategie auf

„Erweiterte Optionen“ und aktivieren dann „Schwerpunkt auf Impressionen“.

Gebote und Budget

Gebotsstrategie [?](#) [Einfache Optionen](#) | [Erweiterte Optionen](#)

- ☐ Schwerpunkt auf **Klicks** - Maximale CPC-Gebote verwenden
- ☐ Ich lege meine Gebote für Klicks manuell fest.
- ☐ AdWords legt meine Gebote so fest, dass die Anzahl an Klicks innerhalb meines 30-Tage-Budgets maximiert wird.
- ☐ Schwerpunkt auf **Conversions** (Conversion-Optimierungstool) - CPA-Gebote verwenden
Nicht verfügbar, da Conversion-Tracking nicht eingerichtet ist. Richten Sie [Conversion-Tracking](#) ein.
- ☒ Schwerpunkt auf **Impressionen** - Maximale CPM-Gebote verwenden
- ☐ Flexible Gebotsstrategie auswählen [?](#)

Budget [?](#) € pro Tag

Die tatsächlichen Tagesausgaben können variieren. [?](#)

Die Gebotsstrategie können Sie jederzeit ändern. Dazu gehen Sie in der Kampagne auf den Reiter Einstellungen. Dort bearbeiten Sie dann den Punkt „Gebote und Budget“

Ein Tagesbudget muss immer festgelegt werden, also das, was Sie maximal am Tag für die Anzeige ausgeben wollen. Da das Tagesbudget jederzeit von Ihnen geändert werden kann, ist es unproblematisch eine höhere Summe einzugeben. IdR meldet Google sich mit einem Hinweis, falls das Budget zu niedrig für eine Anzeigenschaltung ist.

ANZEIGENGRUPPE ERSTELLEN

Nach dem speichern der Basis Angaben für die Kampagne müssen sie eine neue Anzeigengruppe erstellen und einen Namen für diese festlegen. ZBsp. „Display Anzeige“. Ebenso wird das Standartgebot festgelegt. Das Standardgebot stellt gleichzeitig Ihren maximalen Cost-per-Click dar, den Höchstbetrag, den Sie pro Klick für Anzeigen in einer Anzeigengruppe zahlen müssen.

Nun müssen Sie die Art der Anzeigenausrichtung auswählen. Hier nehmen Sie „Interessen und Remarketing“. Sofort erscheint eine neue Menüauswahl. Klicken Sie die linke Registerkarte „Interessenkategorien“ an. Nun wählen Sie die von Ihnen gewünschten Interessen oder suchen Sie wahlweise durch die Eingabe eines Stichworts entsprechende



Typ: Nur Display-Netzwerk - Alle Funktionen

Eine Anzeigengruppe umfasst eine oder mehrere Anzeigen und Ausrichtungsmethoden. Die besten Ergebnisse erzielen Sie, wenn Sie den Schwerpunkt für alle Anzeigen und Ausrichtungen in dieser Anzeigengruppe auf ein Produkt oder eine Dienstleistung legen. Weitere Informationen zur [Strukturierung Ihres Kontos](#)

Anzeigengruppenname

Standardgebot €

Art der Anzeigenausrichtung auswählen

- ☐ Keywords für Display-Netzwerk: Schalten Sie Anzeigen auf Websites, die Bezug zu Ihren Keywords haben.
- ☒ Interessen und Remarketing: Schalten Sie Anzeigen für Nutzer auf Grundlage ihrer Interessen.
- ☐ Andere Ausrichtungsmethode verwenden

Interessen und Remarketing

Interessenkategorien

Remarketing-Listen

Benutzerdefinierte Kombinationen

Ausgewählte Zielgruppen: 0

Kategorien: 2.134

Listenumfang

☒ Affinitätskategorien (Reichweite)

--

--

☒ Weitere Kategorien

--

--

☒ Autos und Fahrzeuge

--

--

☒ Beruf und Ausbildung

--

--

☒ Bücher und Literatur

--

--

☒ Computer und Elektronik

--

--

☒ Essen und Trinken

--

--

☒ Finanzen

--

--

☒ Gesetz und Regierung

--

--

☒ Haus und Garten

--

--

☒ Haustiere und wild lebende Tiere

--

--

☒ Hobbys und

--

--

☒ Ausrichtung weiter eingrenzen (optional)

Speichern und fortfahren

Anzeigengruppenerstellung überspringen

Kategorien durch einen Doppelklick aus. Diese erscheint dann auf der rechten Seite unter „Ausgewählte Zielgruppen“.

Jetzt Speichern und fortfahren.

ANZEIGE ERSTELLEN

Wenn die Anzeigengruppe erstellt ist, sollten Sie jetzt eine Anzeige erstellen. Hier haben Sie die Wahl zwischen Image Anzeige (eine Anzeige selbst hochladen), einer Textanzeige (ist möglich, allerdings deutlich weniger attraktiv) oder dem Tool zu Erstellung von Display-Anzeigen.

Wenn Sie eine eigene Anzeige hochladen ist es Designtechnisch die beste Variante, allerdings auch am Zeitaufwändigsten. Außerdem müssen Sie die diversen Formatvorlagen beachten und zumindest die Gängigen auch in ausreichender Vielfalt hochladen.

✓ Anzeigengruppe erstellen

Anzeigen erstellen

Typ: Nur Display-Netzwerk - Alle Funktionen

Erstellen Sie mehrere Anzeigen, die für Ihre Kunden relevant sind, und beschreiben Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen. Probieren Sie verschiedene Typen von Anzeigen und Anzeigentexten aus, um zu sehen, womit Sie bessere Ergebnisse erzielen.

In Bearbeitung...

Image-Anzeige

Textanzeige

Tool zur Erstellung von Display-Anzeigen

Anzeige hochladen

[Unterstützte Spezifikationen anzeigen](#)

Anzeigenname

Hauskauf

Angezeigte URL

www.hauskauf-immobilien.de

Ziel-URL

http://www.hauskauf-immobilien.de

Bevorzugtes Gerät [?](#)

☐ Mobil

Bevor Sie Inhalte hochladen, sollten Sie sich vergewissern, dass Sie über alle erforderlichen Rechte zu deren Verbreitung verfügen. Dies schließt gegebenenfalls auch die Rechte an verwendeten Tönen oder Musikstücken ein. Sie sind verantwortlich für die Einhaltung aller geltenden Gesetze und Vorschriften der Region, auf die Sie Ihre Werbung ausrichten. Mehr dazu finden Sie in der [Richtlinie zu Image-Anzeigen](#).

Was geschieht als Nächstes?
Ihre Image-Anzeige wird erst geschaltet, wenn sie von Google überprüft wurde. Die Überprüfung von Anzeigen erfolgt in der Regel innerhalb eines Werktags.
[Weitere Informationen](#)

Nächste Anzeige erstellen

Fertig

Abbrechen

Speichern und mit Abrechnungseinrichtung fortfahren

Anzeigen speichern

Anzeigenerstellung überspringen

Die andere, für uns sinnvolle Alternative ist die Erstellung von Display Anzeigen mit dem Tool. Sie bekommen hier diverse Designvorgaben und Formate vorgeschlagen und können diese nach Belieben bearbeiten. Auch Ihr Logo können Sie einfügen.

▼ Anzeigengruppe erstellen Anzeigen erstellen






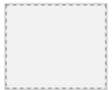
Typ: Nur Display-Netzwerk - Alle Funktionen

Erstellen Sie mehrere Anzeigen, die für Ihre Kunden relevant sind, und beschreiben Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen. Probieren Sie verschiedene Typen von Anzeigen und Anzeigentexten aus, um zu sehen, womit Sie bessere Ergebnisse erzielen.

In Bearbeitung...

Image-Anzeige Textanzeige Tool zur Erstellung von Display-Anzeigen

Vorlage auswählen



Neue Inhalte ▼

Animation

Überschrift

Häuser für die Familie

T A

Textzeile 1

in Köln

T A

Logo (optional)


 Kein Image ausgewählt
In allen Anzeigengrößen [?](#)

Image auswählen ▼

Auf Schaltfläche klicken

www.hauskauf-immobilien.de

T A

Hintergrundfarbe

Angezeigte URL

www.hauskauf-immobilien.de

Ziel-URL

http://

www.hauskauf-immobilien.de

Anzeigenname [?](#)


Häuser kaufen

Anzeigenvorschau

▲ Der Text ist für die hervorgehobenen Formate zu lang. [?](#) Schließen

300 × 250

Anzeigenformate auswählen



Durch die Erstellung dieser Anzeige versichern Sie, dass Sie über die erforderlichen Rechte zur Verbreitung des gesamten angegebenen Inhalts (einschließlich aller Bilder/Videos) verfügen. Sie sind verantwortlich für die Einhaltung aller geltenden Gesetze und Vorschriften der Region, auf die Sie Ihre Werbung ausrichten. Mehr dazu finden Sie in den [Anzeigenrichtlinien](#).

Wenn Sie mit dem Design fertig sind: speichern und fortfahren.

DIE ALTERNATIVE

Im Grundmenü der Kampagne können Sie auch direkt Anzeigen erstellen lassen, die aus dem Design Ihrer Webseite generiert werden. Dazu in der Anzeigengruppe den Reiter „Anzeigen“ anklicken, auf den Button „+Anzeige“ klicken und „Image-Anzeige“ auswählen.

Alle Online-Kampagnen >

Kampagne: Targeting

● Aktiviert Typ: Nur Display-Netzwerk - Alle Funktionen Bearbeiten Budget: 50,00 €/Tag Bearbeiten Ausrichtung: Attendorf, Nordrhein-Westfalen, Deutschland; Köln, Deutschland Bearbeiten

Anzeigengruppen Einstellungen Anzeigen Anzeigenerweiterungen Dimensionen Display-Netzwerk

Alle aktivierten Anzeigen Segment Filter Spalten

Impr. im Vergleich zu Durchschn. Pos. Monatlich

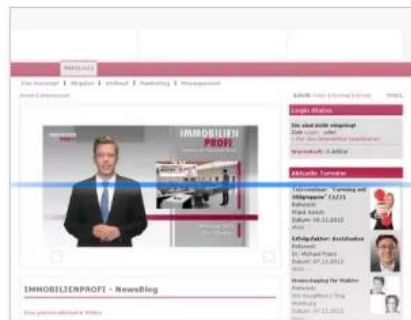


	Anzeige	Kampagnentyp	Kampagnen-Subtyp	Anzeigengruppe	Labels	Status	% geschaltet	Klicks
	Panorama-Design-Anzeige erzeugt am 21.10.13 (12 Größen) 728 x 90 (Flash) Display-Anzeige Display-Anzeige in voller Größe anzeigen	Nur Display-Netzwerk	Alle Funktionen	test 1	--	Freigegeben	20,83 %	42

Es öffnet sich ein Pop-up Fenster. Dort geben Sie bitte die von Ihnen in das Design mit einbezogene Webseite (Zielseite der Kampagne) ein.

Anzeige wird generiert

Neu! Ideen für Anzeigen abrufen von <http://www.immobilien-profi.de>



Website wird gescannt

Bilder werden abgerufen

Anzeigen werden fertiggestellt

**IMMOBILIEN
PROFI**

Ideen für Anzeigen auswerten Ideen aktualisieren

Alle in der Vorschau anzeigen Speichern Abbrechen

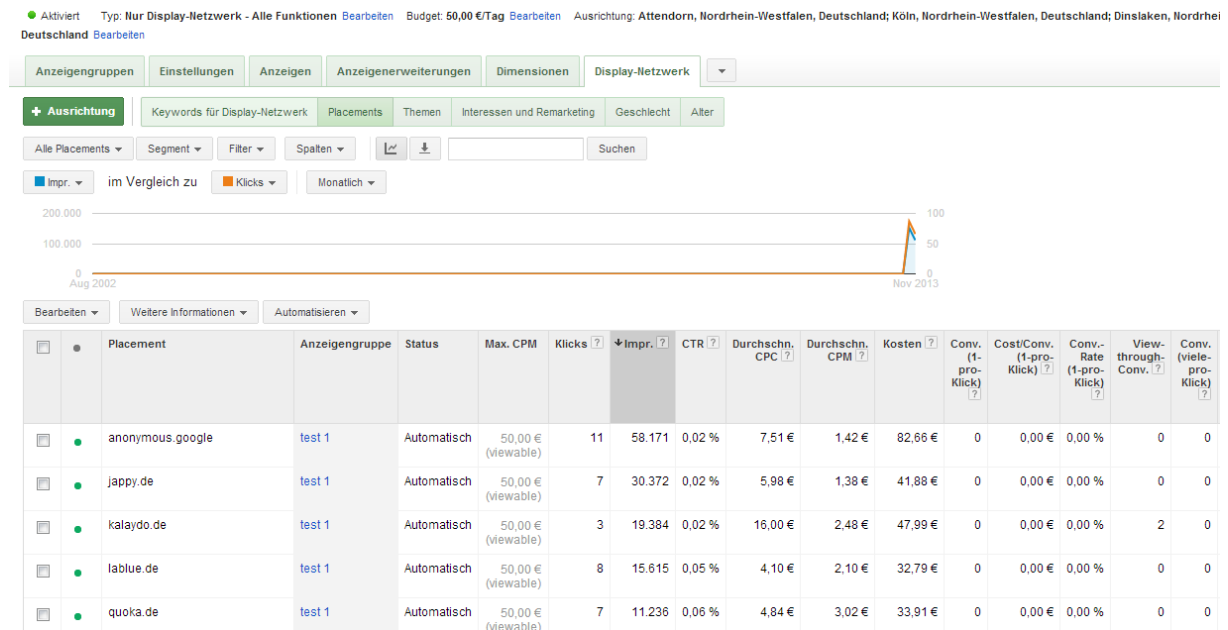
<p>Bild-Design Alle Größen anzeigen</p> <p>Auswählen</p>	<p>Vista-Design Alle Größen anzeigen</p> <p>Auswählen</p>	<p>Elegantes Design Alle Größen anzeigen</p> <p>Auswählen</p>	<p>Modernes Design Alle Größen anzeigen</p> <p>Auswählen</p>
<p>Kariertes Design Alle Größen anzeigen</p> <p>Auswählen</p>	<p>Minimalistisches Des... Alle Größen anzeigen</p> <p>Auswählen</p>	<p>Durchsichtiges Design Alle Größen anzeigen</p> <p>Auswählen</p>	<p>Modulares Design Alle Größen anzeigen</p> <p>Auswählen</p>

[Mehr anzeigen](#)

Egal für welche Variante Sie sich entscheiden, Google muss die Anzeige erst prüfen bevor diese geschaltet werden.

IMMOBILIEN PROFI

Nachdem Google Ihre Anzeige freigegeben hat, können Sie über den Reiter Display-Netzwerk in der angelegten Anzeigengruppe nachvollziehen, auf welchen Seiten Ihre Anzeigen wie oft geschaltet wurden.



BEARBEITEN

Die Interessenkategorien können Sie unter der jeweiligen Kampagne sowohl für eine Anzeigengruppe als auch für einzelne Anzeigen jederzeit ändern. Dazu gehen Sie auf den Reiter „Display-Netzwerk“ und dann auf „+Ausrichtung“. Hier sehen Sie alle vorgenommenen Einstellungen und können diese auch ggf. anpassen.

Kampagne: Targeting

● Aktiviert Typ: Nur Display-Netzwerk - Alle Funktionen [Bearbeiten](#) Budget: 50,00 €/Tag [Bearbeiten](#) Ausrichtung: Attendorn, Nordrhein-Westfalen, Deutschland; Köln, Nordrhein-Westfalen, Deutschland; Dinslaken, Nordrhein-Westfalen, Deutschland [Bearbeiten](#)

Anzeigengruppen Einstellungen Anzeigen Anzeigenerweiterungen Dimensionen Display-Netzwerk

Ausrichtung

Interessen und Remarketing

- Immobilien
- Immobilienmakler
- Immobilien
- Hausverwaltung
- Immobilien
- Grundstückerschließung
- Immobilien
- Vermietung von Apartments und Wohnungen
- Immobilien
- Immobilienbegehungen und -schätzungen
- Immobilien
- Teilezeitwohnungen, Ferienwohnungen und -häuser
- 2 weitere

Targeting hinzufügen

Anzeigengruppenausschlüsse

Anzeigengruppenausschlüsse hinzufügen

Kampagnenausschlüsse

Kampagnenausschlüsse hinzufügen

Speichern Abbrechen