

mitp

2., überarbeitete Auflage

Alexander Beck

Google AdWords

Aktuell zum neuen Interface

Effektiver Aufbau Ihrer Kampagnen
und Anzeigengruppen

Erfolgreiche Keywords,
Anzeigentexte und Landing Pages

Conversion-Tracking, Return on Investment,
Auswertung und Optimierung Ihrer Kampagnen

Stichwortverzeichnis

A

- A/B-Test
 - Anzeigen 284, 287, 351
 - Landingpages 354
 - Monitoring 287
 - schlechte neue Variante 287
- Abrechnung 94
 - Abrechnungseinstellungen 59, 63, 96
 - Abrechnungszusammenfassung 95
 - Konto-Navigation 75
 - Zahlungen ausführen 96
- Absprungrate siehe Bounce-Rate
- Ad preview 222
- AdsBot
 - ausschließen 238
 - Prüfung der Landingpage 237
- AdSense 395
- AdWords
 - Ablauf 25
 - Grenzen 40
 - Grundsätzliches 23
 - Vorteile 36
 - Ziele 33
- AdWords Discounter 29, 112
- AdWords Editor 94, 439
- AdWords-Konto 65
 - aktivieren 59
 - Anzeigengruppenebene 66
 - Aufbau 65
 - Aufbau, tabellarisch 67
 - Ebenen und Elemente 65, 67
 - eröffnen 43, 46
 - Kampagnenebene 65
 - Kontoebene 65
 - navigieren 73
- AIDA-Modell 162
- Aktion
 - Conversion 327, 338
 - Google Analytics 366
- Aktionscode siehe Conversion-Code
- Akzent 187
- Alle Online-Kampagnen 78
- Alleinstellungsmerkmal 213
- Analytics siehe Google Analytics
- Anzeige 27, 54, 87, 201
 - A/B-Tests 351
 - abgelehnt 216
 - Anzeigenleistung (Berichte) 300
 - Anzeigenplanung 307
 - Anzeigen-URL 206
 - Aufbau 201
 - Auswertung 221
 - bearbeiten 220
 - Besucher, qualitativ hochwertige 210
 - Content-Werbenetzwerk 410
 - erstellen 220
 - geografische Leistung (Berichte) 300
 - geografische Zusätze 211
 - gute Klicks gewinnen 212
 - historische Daten 221
 - keine falschen Versprechen 215
 - Keywords einbauen 215
 - Komponente des Qualitätsfaktors 108
 - Leistungsdaten 221
 - mit dem User kommunizieren 214
 - Mitbewerber studieren 212
 - neu 220
 - Optimierungen 283, 351
 - Position 110
 - Preise 211
 - Richtlinien 216, 217
 - Richtlinienverstöße 218
 - schalten 219
 - Sortimentseinschränkungen 211
 - Status 216
 - Suchanfrage befriedigen 214
 - Termine 212
 - Text formulieren 213
 - Textanzeigen 201
 - Textzeilen 204

- Tool zur Erstellung von Display-Anzeigen 412
- Überschrift 202
- unnötige Klicks ausschließen 210
- Zielgruppe 211
- Ziel-URL 208
- Zusätze 215
- Anzeigen
 - Qualitätsfaktor 105
 - Reiter in der Kampagnen-Navigation 68, 219
- Anzeigenauslieferung siehe Schaltungsmethode
- Anzeigendiagnose-Tool 222
- Anzeigenformat
 - im Content-Netzwerk 397
 - im Content-Werbenetzwerk 410
- Anzeigengruppe
 - Anzeigen 87
 - Anzeigengruppenleistung (Berichte) 298
 - im AdWords-Konto 66
 - in der Hierarchie 127
 - Keywords 86
 - neu anlegen 85
 - oder Kampagne 125
 - Struktur 125
 - unvollständig 85, 403, 406
- Anzeigengruppenebene 66, 86
- Anzeigengruppenleistung
 - Berichte 298
- Anzeigenleistung
 - Berichte 300
- Anzeigenplanung
 - im Bulk 309
 - individuell 309
- Anzeigenrang
 - Auswirkungen eines gestiegenen Qualitätsfaktor 113
 - Komponenten 110
 - und Position 111
 - und tatsächlicher CPC 112
- Anzeigenschaltung 222
 - leistungsabhängig 223, 307
 - leistungsunabhängig 225, 307
- Anzeigenstatus 216
- Anzeigentext siehe Anzeige
- Anzeigen-URL
 - Anforderungen 206
 - in Textanzeigen 206
- Anzeigenvorschau 222
- Arbitrage-Seiten 235
- Auswertung
 - Bericht 297
 - Kampagnen-Statistik 265
 - Startseite 75
- Automatic Match 166
- Awareness 397
- B**
- Baum-Navigation 70
- benutzerdefinierte Benachrichtigungen 88, 269
 - erstellen 88, 269
 - verwalten 88, 269
- Benutzer-Konto einrichten siehe Google-Konto einrichten
- Beobachtungsliste 76
- Bericht 297
 - Auswertung 304
 - Berichtarten 298
 - Center 297
 - Content-Werbenetzwerk 426
 - demografische Daten 427
 - Einstellungen 301, 302
 - erstellen 298
 - Google Analytics 377
 - Konto-Navigation 74
 - Leistung bezüglich Reichweite und Häufigkeit 427
 - Placement-/Keyword-Leistungen 426
 - Placement-Leistungen 426
 - Vorlagen, Planung und E-Mail 303
- Berichtcenter 297
 - Berichte erstellen 298
 - Vorlagen, Planung und E-Mail 303
- Berichterstellung 74
- Besucher
 - Analytics 378
 - Besuchertreue 388
 - neue und wiederkehrende 387
 - qualitativ hochwertiger 210
 - unnötige Klicks ausschließen 210
- Besuchertreue 388
- Besuchszeit
 - Landingpage 245
 - Top-Webseiten 389
- Bietpreis siehe Klickpreis
- Bietpreis siehe Klickpreis, maximal
- Bodyline siehe Textzeile

- Bounce-Rate
 - in Analytics 389
 - Landingpage 245
 - Top-Webseiten 389
- Branding 39, 162, 397
- Broad Match 166
- Budget
 - aktuell 79
 - Empfehlungen 293
 - erhöhen 293
 - Kampagneneinstellungen 154
- Budget siehe Tagesbudget
- Bundesgerichtshof 42
- C**
- Call-to-action
 - Landingpage 249, 261
 - Textanzeigen 206
 - Textzeilen 206
- CDP 162
- Click fraud siehe Klickbetrug
- Click-Through-Rate siehe Klickrate
- Competition-Klicks 42
- Consumer Decision Process Model 162
- Content
 - in Analytics 382
- Content-Netzwerk
 - Berichte 300, 301
 - Branding 40
 - Placement (Berichte) 300
- Content-Netzwerk siehe Content-Werbenetz-
werk
- Content-Werbenetzwerk 51, 395
 - Anzeigen 410
 - Anzeigenformate 410
 - Anzeigenposition 401, 405
 - Auswertungen 407
 - Gebote 397
 - Grundsätzliches 23
 - Kampagneneinstellungen 150
 - Leistungsdaten 416
 - Optimierungen 416
 - Qualitätsfaktor 401, 405
 - Ziele 397
- Conversion 31, 323
 - 1-pro-Klick 337
 - als Ziel 34
 - Analytics und AdWords 333, 369
 - Analytics vs. AdWords 369
 - Anzahl 335
 - Anzeigen optimieren 351
 - in Google Analytics definieren 369
 - Kampagnen-Statistik 335
 - Keywords behalten oder löschen 345
 - Keywords optimieren 340, 343
 - Kosten 325, 335, 342, 347, 350
 - Landingpage 239, 240
 - Landingpage optimieren 353
 - Leistungsdaten richtig lesen 336, 338
 - Optimierungsbedarf erkennen 340
 - Tracking-Zweck auswählen 327, 338
 - Trichter-Visualisierung 390
 - unterschiedliche 332
 - viele-pro-Klick 337
 - Vorgehen beim Optimieren 340
 - Wert 325, 347
 - wie AdWords zählt 324
 - Ziele in Google Analytics 382
 - Zugriffsquellen 378
- Conversion-Art siehe Tracking-Zweck
- Conversion-Code
 - abrufen 329
 - einbauen 330
 - versenden 329
- Conversion-Kosten 32
- Conversion-Rate 31, 335
 - erhöhen 349
 - Micro Conversion-Raten in Analytics
370
 - und Klickrate 339
- Conversion-Seite
 - beschreiben 328
- Conversion-Tracking 323
 - AdWords 324
 - Code generieren 326
 - Conversion-Code einbauen 330
 - Conversion-Seite 324
 - Google Analytics 333
 - Google Site Stats 328
 - Grenzen des AdWords-Conversion-Tra-
ckings 334
 - individualisieren 328
 - mittels Google Analytics 369
 - Statistik 330
 - unterschiedliche Conversions 332
- Conversion-Wert 351
- Cost-per-Click siehe Klickpreis
- CPC
 - individueller maximaler 190
- CPC siehe Klickpreis

- CPC-Gebot
 einstellen 153
 CPM siehe Tausender-Kontakt-Preis
 CPM-Gebot 154
 CPM-Modell 397
 CTR siehe Klickrate
- D**
- Daten
 demografische 427
 Demografische Daten
 Berichte 300
 Description-URL siehe Anzeigen-URL
 Destination-URL siehe Ziel-URL
 Discounter siehe AdWords Discounter
 Display-Anzeige
 Tool zur Erstellung 412
 DKI 226
 Dynamic Keyword Insertion 226
 Alternativtext 227
 Keywords 230, 231
 Platzhalter 227
 Sinn und Unsinn 229
 Suchanfragen 226
 Varianten 227
 wie es funktioniert 226
- E**
- E-Commerce 382
 Editor siehe AdWords Editor
 Einstellungen
 Anzeigenschaltung 222
 auf Anzeigengruppenebene 133
 auf Kampagnenebene 133
 Content-Werbenetzwerk 399, 426
 demografische Daten 427
 erweiterte 426
 Keyword- und Placement-bezogene
 Kampagnen 409
 Positionsgebote 386
 Reiter in der Kampagnen-Navigation 68,
 136
 Übersichtsseite 444
 Enddatum 157
 Endgerät 152
 Erweiterte Einstellungen siehe Kampagnen-
 einstellungen
 Exact Match 169
 Excel-Spreadsheet siehe Tabelle einfügen
- F**
- Falschschreibung 188
 Fettschrift
 Dynamic Keyword Insertion 226
 Filter
 mehrstufig 88
 Filter und Ansichten 88
 Spalten anpassen 81
 Filtermanager 372
 Filtermöglichkeit
 Keyword-Optimierungen 280
 Keyword-Optionen 280
 First Page Bid siehe Gebot für die erste Seite
 Flash-Anzeige 411
 Frequency Capping 427
 Funnel siehe Trichter
- G**
- GAAC 359
 Gebot
 Content 399
 Content-Werbenetzwerk 397
 spezifisches 318
 Gebot für die erste Seite
 anzeigen 117
 höher als Bietspreis 116, 119
 Komponenten 115
 Praxisbeispiel 119
 Schätzung 115
 Gebotsoption 52
 Kampagneneinstellungen 152
 Gebotssimulator 295
 Geografische Ausrichtung siehe Standort
 Geografische Leistung 300
 Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb 42
 Gestaltung
 attraktive 207
 Google Analytics 357
 AdWords-Berichte 382
 AdWords-Kampagnen 383
 Analytics-Code einbauen 362
 Besucher 378, 387
 Besuchertreue 388
 Code 363, 365
 Conversions und Trichter definieren
 369
 Dashboard 374
 Daten vergleichen 376
 Filtermanager 372

Hilfe beim Einbau 445
 hilfreiche Funktionen 376
 Keyword-Positionen 384
 Konto eröffnen 360
 Konto-Einstellungen bearbeiten 366
 Konto-Navigation 74
 mehrere Konten 365, 366
 Navigation 378
 Profileinstellungen 366
 Standardseite angeben 368
 Top-Webseiten 389
 Trichter-Visualisierung 390
 Verknüpfung von AdWords 366
 Vor- und Nachteile 358
 Ziele im AdWords-Konto 333, 369
 Zugriffsmanager 373
 Zugriffsquellen 378
 Google Analytics Authorized Consultants 359
 Google Insights for Search 184
 Google Site Stats 328
 Google Trends 183
 Google-Konto einrichten 44
 Grafik 266
 ausblenden 77
 Groß- und Kleinschreibung 186

H

Handlungsaufforderung siehe Call-to-action
 Handlungsbereitschaft 247
 Häufigkeit 301, 427
 Headline siehe Überschrift

I

Image-Anzeige 411
 Impression 28
 Berichte 305
 erhöhen 295, 305
 Kampagnen-Statistik sortieren 271
 niedriger Share of Voice 289
 Optimierungen 289
 Individueller maximaler CPC 190
 Informationssuche
 im Kaufzyklus 162
 Inline-Editing
 Keywords 191
 Investition 350
 InVideo-Anzeige 411
 iPhone 152

K

Kampagne
 aktueller Status 80
 Alle Online-Kampagnen 78
 Anzeigenposition 401
 Beispiel
 verunglückte Kampagne 99
 Botschaft der Kampagne 132
 dritte Ebene 130
 Einstellungen 47, 405
 eröffnen 401, 405
 erste Kampagne eröffnen 43, 47
 Google Analytics 383
 im AdWords-Konto 65
 Kampagnenleistung (Berichte) 298
 Kampagnenleistung und Anzeigenplanung 307
 Keyword- und Placement-bezogen 409
 Keyword-bezogen 400, 401
 Konto-Navigation 73
 Leistungsdaten 79
 navigieren 77
 neu anlegen 83
 oder Anzeigengruppe 125
 pausieren 57
 Placement-bezogen 400, 405
 Qualitätsfaktor 401, 405
 Struktur 125, 127, 128, 131
 Kampagnenebene 65, 83
 Kampagneneinstellungen
 allgemein 138
 Anzeigenplanung 307, 309
 Budget 154
 CPC-Gebote einstellen 153
 CPM-Gebote einstellen 154
 Gebote und Budget 152
 Gebotsoptionen 152
 grundlegende Einstellungen 136
 IP-Adressen ausschließen 321
 Kampagnenname 138
 Schaltungsmethode 155
 Sprache 148
 Standorte 139
 Start- und Enddatum 157
 Vorteile 133
 Website-Optimierungstool 355
 Werbenetzwerke 149
 Zielgruppe 138

- Kampagnenleistung
 - Anzeigenplanung (Berichte) 307
 - Berichte 298
- Kampagnenname 138
- Kampagnen-Navigation 67, 77
- Kampagnen-Optimierungstool 94
- Kampagnenqualität siehe Optimierung
- Kampagnen-Statistik 80, 81, 265
 - Abfrage 265
 - aktuelle Daten 268
 - Conversion-Daten richtig lesen 336
 - Conversion-Tracking 335
 - Handlungsbedarf erkennen 271
 - Leistungsdaten 80
 - potenziellen Markt erkennen 271
 - sortieren 271
 - Zeitraum 82
- Kampagnenstruktur
 - im Content-Werbenetzwerk 398
- Kampagnenübersicht siehe Alle Online-Kampagnen
- Kampagnenzeile 79
- Kategorie
 - ausschließen 425
- Kauf
 - im Kaufzyklus 163
- Kaufabsicht
 - im Kaufzyklus 163
- Kaufzyklus 162
 - Landingpage 239
- Keyword 26, 159
 - aktivieren 192
 - Akzente 187
 - allgemein 163
 - aus Sicht des Kunden 159
 - ausschließendes 171
 - ausschließendes auf Kampagnenebene 196
 - automatische Übereinstimmung 166
 - bearbeiten 191
 - behalten oder löschen 345
 - Bestandsbringer 274, 278
 - Dynamic Keyword Insertion 226
 - eingeben 55
 - erfolgreichstes 351
 - Falschreibungen 188
 - Fettschrift 226
 - genau passend 169
 - Groß- und Kleinschreibung 186
 - herunterladen 199
 - hinzufügen 194
 - im AdWords-Konto 189
 - in der Überschrift 202
 - indirekt 174
 - individualisieren 190
 - Inline-Editing 191
 - Keyword-Leistung (Berichte) 300
 - Komponente des Qualitätsfaktors 107
 - kopieren 198
 - Landingpage, Headline 242
 - Liste 172
 - Long Tail 278, 343
 - löschen 192
 - mit Suchanfrage übereinstimmen 159
 - optimieren 272
 - Optimierung mit Conversion-Daten 340, 343
 - Optimierungen 274
 - passend 168
 - pausieren 192
 - Positionen mit Analytics-Bericht 384
 - Prestige-Keywords 294
 - Qualitätsfaktor siehe Qualitätsfaktor
 - sammeln 173
 - Satzzeichen 186
 - Singular- und Pluralformen 187
 - spezifisch 163
 - Such-Besonderheiten 187
 - Tabelle einfügen 117
 - Top-Keywords 274, 275
 - Umlaute 187
 - Variationen 186
 - weitere Aktionen 88, 269
 - weitgehend passend 166
- Keyword-bezogene Kampagne 400
- Keyword-Gebot siehe CPC-Gebot
- Keyword-Leistung
 - Berichte 300
- Keywordliste 172
 - Google Insights for Search 184
 - Google Trends 183
 - Hilfsmittel beim Erstellen 183
 - Keywords sammeln 173
 - Keywords variieren 186
 - Keyword-Tool 175
 - Keyword-Tool auf Basis von Suchanfragen 182
 - sonstige Tools 186
 - Struktur 172
 - Suchanfragenleistung (Berichte) 313

- Keyword-Meldung
 - niedriger Share of Voice 289
 - Keyword-Optionen 166
 - ändern 191
 - Automatic Match 166
 - Broad Match 166
 - Exact Match 169
 - Expanded Match 167
 - filtern 280
 - gliedern 282
 - Keyword-Tool 181
 - Negative Match 171
 - Negative Match auf Kampagnenebene 196
 - Optimierungen 275, 280
 - Phrase Match 168
 - und Qualitätsfaktor 170
 - Keywords 86
 - Reiter in der Kampagnen-Navigation 68, 189
 - Keyword-Status
 - ändern 192
 - geringes Suchvolumen 278
 - Keyword-Tool
 - auf Basis von Suchanfragen 182
 - Beschreibende Wörter und Wortgruppen 177
 - Ergebnisse filtern 176
 - frei zugänglich 175
 - Hinzufügen und Exportieren 180
 - Statistik zu den Vorschlägen 179
 - Übereinstimmungstyp, Optionen 181
 - Vorhandenes Keyword 178
 - Vorschläge abrufen 176
 - Website-Content 177
 - Klick 28
 - als Ziel 34
 - Gebotssimulator 295
 - gute gewinnen 212
 - ungültige (Berichte) 320
 - unnötige ausschließen 210
 - Wert 351
 - Klickbetrug 41
 - IP-Adressen ausschließen 321
 - ungültige Klicks (Berichte) 321
 - Klickpreis 29
 - Anzeigenplanung 309
 - Content-Werbenetzwerk 397
 - erhöhen 290
 - maximal 29, 52, 53
 - maximales CPC-Gebot 153
 - Optimierungen 290, 292
 - Position der Anzeige 111
 - senken 292, 347
 - Klickrate 29
 - Komponente des Qualitätsfaktors 107
 - und Conversion-Rate 339
 - Kontoebene 65
 - Kontoeinstellung 97
 - Kontoleistung
 - Berichte 298
 - Konto-Navigation 67, 73
 - Kontoprotokoll 109
 - Kosten
 - Gebotssimulator 295
 - Kundensicht
 - Landingpage 245
- L**
- Landingpage 30, 233
 - A/B-Tests 354
 - Ablenkungen vermeiden 247
 - Abwertung 235
 - AdsBot 237
 - als Teil von AdWords 233
 - Anforderungen von Google 234
 - Angebot präsentieren 245
 - Aufbau 258
 - aus Kundensicht formulieren 245
 - bestehendes vs. neues Layout 256
 - Besuchszeit 245
 - Bounce-Rate, Absprungrate 245
 - Call-to-action 249, 261
 - Conversion 239, 240
 - Design-Template 258
 - Durchgängigkeit der Kampagne 241
 - eindeutiges Ziel 239
 - empfundene Hindernisse 254
 - Form und Gestalt 256
 - Formulare 251
 - Gebot für die erste Seite 234
 - Googles Website-Optimierungstool 355
 - Handlungsbereitschaft nutzen 247
 - Headline 242, 259
 - klare Struktur 248
 - kurze vs. lange Seite 257
 - Ladezeit 108, 234
 - Längen 251
 - Multivariate-Tests 354
 - Multivariate-Tests nach Taguchi 356
 - Optimierungen 353
 - Qualitätsfaktor 108, 234

Schwierigkeiten 253
 Stimulatoren, Zusatzleistungen, Rabatte 246
 Suchmaschinen-Optimierung 237
 Top-Webseiten 389
 umfassende Informationen bereitstellen 250
 User halten 240
 Userdaten erfragen 251
 Vertrauen aufbauen, Zweifel abbauen 250
 Vertrauensverstärker 254
 Leistung
 bezüglich Reichweite und Häufigkeit 427
 geografische 318
 nach demografischen Daten 300
 Reichweite und Häufigkeit 301
 Leistungsdaten 80, 265
 Abfrage 265
 aktuell 268
 Anzeigen 221
 anzeigen 81
 Anzeigengruppe 84
 Grafik und Tabelle 266
 Kampagne 79
 sortieren 271
 valide Daten 268
 zeitlicher Vergleich 75
 Zeitraum definieren 82
 Long Tail 343
 geringes Suchvolumen 278
 in der Praxis 279
 in der Theorie 278

M

Made for AdSense 235
 Malware-Seite 235
 Marke
 geschützt 42
 Markenrechtsverletzung 42
 Mein Konto 97
 Kontoeinstellungen 97
 Konto-Navigation 75
 Zugriffsrechte 98
 MFA 235
 Mindestgebot siehe Gebot für die erste Seite
 Most Wanted Response 239
 Multivariate-Test 354
 nach Taguchi 356

N

Navigation
 Google Analytics 378
 im AdWords-Konto 73
 Negative Match 171

O

Online richtig texten 245
 Optimierung 265
 A/B-Tests 284
 absichern 277
 AdWords in Analytics 382
 Anzeigen 283
 Anzeigen und Conversion-Daten 351
 auf Grundlage valider Daten 268
 ausgewählte Placements 421
 automatische Placements 422
 Bestandsbringer 274, 278
 Budgeterhöhung 293
 Content-Werbenetzwerk 416
 direkte Eingriffe 288
 Elemente und Anzeigengruppen bestimmen 272
 Handlungsbedarf erkennen 271
 individuelle Maßnahmen 280
 Kampagnen-Optimierungstool 94
 Keyword-Optionen 280
 Keywords 274, 340
 Keywords behalten oder löschen 345
 Klickrate und Conversion-Rate 339
 Landingpage und Conversion-Daten 353
 Long Tail 278
 maximaler Klickpreis 290, 292
 mehr Anzeigenschaltungen, Impressions 289
 potenziellen Markt erkennen 271
 Prestige-Keywords 294
 Top-Keywords 274, 275
 und Qualitätsfaktor 121
 Vorgehen 340

P

Phrase Match 168
 Placement 395
 ausgewähltes 418
 ausschließen 425
 automatisches 400, 421
 bearbeiten 416, 418, 421
 Berichte 300
 finden 407

- Kategorien ausschließen 425
 - Leistungsdaten 418, 421
 - optimieren 416, 418, 421
 - Placement-Leistung 300
 - URL-Liste anzeigen 419
 - zu ausgewählten Placements hinzufügen 422
 - Placement-/Keyword-Leistung 300, 426
 - Placement-bezogene Kampagne 400
 - Placement-Leistung 300, 426
 - Placement-Tool 407
 - Platzhalter 226
 - Dynamic Keyword Insertion 227
 - Pluralform 187
 - Position
 - Anzeige 110
 - Keyword-Position aus Google Analytics 384
 - Position der Anzeige 28
 - Positionsgebot 386
 - Prestige-Keyword 294
 - Protokoll bisheriger Änderungen 92
- Q**
- Qualitätsfaktor 99, 104
 - anzeigen 105
 - Content-Werbenetzwerk 401, 405
 - für den Anzeigenrang 110
 - Gebot für die erste Seite 115
 - Komponenten 107, 110
 - Konto-Qualitätsfaktor 109
 - Landingpage 108, 234
 - Leistung der Anzeige 108
 - Leistung des Keywords 107
 - mehrere Qualitätsfaktoren 104
 - normalisieren 107
 - regional 119
 - und Optimierungen 121
 - Qualitätskonzept 102
- R**
- Rechnungsadresse 59
 - Reichweite 301, 397, 427
 - Relevanz 99
 - »Messung« 103
 - Return on Ad Spending 345
 - Ziele 35
 - Return on Investment 345
 - als Ziel 35
 - Rich Media 412
 - Richtlinie 216
 - Anzeigeninhalt 217
 - redaktionell 217
 - Richtlinienverstoß
 - Anzeige im Konto 218
 - melden 218
 - Tool abgelehnte Anzeigen 218
 - ROAS 345
 - ROAS siehe Return on Ad Spending
 - Rohgewinn 345, 347
 - ROI 345
 - ROI siehe Return on Investment
- S**
- Satzzeichen 186
 - Schaltmethode 307
 - Schaltungsmethode 155
 - Search based Keyword Tool 182
 - SEO 25
 - Share of Voice 289
 - Berichte 305
 - niedriger 305
 - Singularform 187
 - Smart Pricing 397
 - Spalte
 - anpassen 81
 - Split-Test siehe A/B-Test
 - Sprache 48, 148
 - Sprachliche Ausrichtung siehe Sprache
 - Spreadsheet siehe Tabelle einfügen
 - Standardgebot siehe Klickpreis, maximal
 - Standort 48, 139
 - Startdatum 157
 - Startseite 73, 75
 - Stimulator
 - Landingpage 246
 - Suchanfrage 26
 - der User 161
 - Dynamic Keyword Insertion 226
 - im Kaufzyklus 162
 - Studie 201
 - Suchanfragenleistung (Berichte) 301
 - Suchanfragenbericht
 - Berichtcenter 313
 - Konto-Statistik 313
 - Suchanfragenleistung
 - Berichte 301
 - neue Keywords finden 313

Suchbegriff
 anzeigen 313
 Such-Besonderheit 187
 Suchergebnisseite 24
 Suchfunktion 88
 Suchmaschinenoptimierung 25
 Landingpage 237
 SEO Starter Guide 25
 Suchtreffer
 bezahlt 24
 organisch 25
 Suchvolumen
 geringes 278
 Such-Werbenetzwerk 51
 Grundsätzliches 23
 Kampagneneinstellungen 150

T
 Tabelle 266
 Tabelle bearbeiten 199
 Tabelle einfügen 117
 Tagesbudget 52
 Tagesbudget siehe Budget
 Tausender-Kontakt-Preis 29
 Textanzeige 54
 Anzeigen-URL 206
 gute Klicks gewinnen 212
 Richtlinien 217
 Richtlinienverstöße 218
 Status 216
 Textzeilen 204
 Überschrift 202
 unnötige Klicks ausschließen 210
 Ziel-URL 208
 Textanzeige siehe Anzeige
 Textzeile
 Call-to-action 206
 Ganze Sätze und Satzzeichen
 205
 in Textanzeigen 204
 Keywords 204
 Nutzen vor Produkt 204
 Top-Positionen 205
 Verknappung 206
 Thesaurus 183
 TKP 397
 TKP siehe Tausender-Kontakt-Preis
 TKP-Gebot 154
 Tool zur Erstellung von Display-Anzeigen
 412

Tools 443
 abgelehnte Anzeigen 218
 Anzeigendiagnose-Tool 222
 Konto-Navigation 74
 Übersichtsseite 89, 443
 Tracking-Zweck
 Conversion 327, 338
 Traffic Estimator 90
 Trichter
 definieren 369
 in Analytics festlegen 371

U

Überschrift 202
 in Textanzeigen 202
 Keywords 202
 Klickrate 202
 Landingpage 242, 259
 mögliche Botschaften 203
 Umlaut 187
 Unique Selling Point
 in der Anzeige 213
 Landingpage 240
 Unique Selling Proposition 213
 URL-Leistung
 Berichte 300
 URL-Liste
 anzeigen 419
 User-Nutzen
 Landingpage 240
 USP 213

V

Valides Ergebnis
 Kampagnen-Statistik 268
 Verknappung
 Textzeilen 206
 Verknüpfung
 Analytics und AdWords 366
 Verteilungseinstellungen siehe Werbenetzwerk
 Vertrauen
 aufbauen 250
 Vertrauensbildende Elemente siehe Vertrauensverstärker
 Vertrauensverstärker 254
 Verweildauer siehe Besuchszeit
 Video-Anzeige 411
 Visitor Value 351
 Vorauszahlung 96

W

- Wahrnehmung
 - im Kaufzyklus 162
- Webanalyse 357
- Website Optimizer siehe Website-Optimierungstool
- Website-Optimierungstool 355
 - Konto-Navigation 74
- Weitere Aktionen
 - benutzerdefinierte Benachrichtigungen 88, 269
- Werbenetzwerk 51, 149
 - Content-Werbenetzwerk 150
 - Grundsätzliches 23
 - Such-Werbenetzwerk 150
- Werbenetzwerke
 - Reiter in der Kampagnen-Navigation 68, 150, 416, 418, 421
- Werbezeitplaner 309
- Wert
 - pro Klick 351

Z

- Zahlung
 - Abrechnungseinstellungen 63
 - ausführen 96
 - Nachzahlungsabrechnung 61

- Vorauszahlungsabrechnung 62
- Zahlungsdaten eingeben 62
- Zahlungsoptionen 59
- Zeitzone 59
- Ziel-Conversion siehe Conversion
- Zielgruppe 48, 138, 211
 - Sprache 148
 - Standorte 139
- Zielregion 139
 - benutzerdefiniert 143
- Zielregion siehe Standort
- Zielseite siehe Landingpage
- Zielsprache siehe Sprache
- Ziel-URL
 - Anforderungen 209
 - individuell 190
 - Textanzeigen 208
 - URL-Leistung (Berichte) 300
 - Zielseite wählen 209
- Zugriffsmanager 373
- Zugriffsquelle 378
 - AdWords 383
- Zugriffsrecht
 - in AdWords 98
- Zweifel
 - abbauen 250