

Nutzen Sie die Möglichkeiten von AdWords optimal aus, ohne viel Zeit aufzuwenden. Rufen Sie mit einem einzigen Klick unsere speziell für Sie entwickelten Keyword-, Gebots- und Budgetvorschläge auf.

Erste Schritte mit dem Tab “Werbechancen”

Auf dem Tab **Werbechancen** finden Sie Vorschläge, mit denen Sie Ihr AdWords-Konto im Hinblick auf Ihre individuellen geschäftlichen Ziele optimieren können. Der Tab **Werbechancen** enthält Ideen für Keywords, Budget und Gebote. Zu jedem Vorschlag auf dem Tab **Werbechancen** werden Schätzungen angezeigt, wie sich die betreffende Änderung voraussichtlich auf Ihre Impressionen, Klicks und Kosten auswirkt. So können Sie im Hinblick auf den weiteren Ausbau Ihres Unternehmens fundiertere Entscheidungen treffen.

Schritt 1: Klicken Sie in Ihrem AdWords-Konto auf den Tab **Werbechancen** und wählen Sie ein Ziel aus.

- **Kosten und Zugriffe ausgleichen**

Dies ist das standardmäßig ausgewählte Ziel und die beste Gesamtstrategie, um einen kontinuierlichen Kundenstrom zu Ihrer Website sicherzustellen, ohne dass eine wesentliche Erhöhung Ihres AdWords-Budgets nötig ist. Diese Einstellung empfiehlt sich auch für den Anfang, wenn Sie zum Beispiel Neueinsteiger in der Online-Werbung sind.

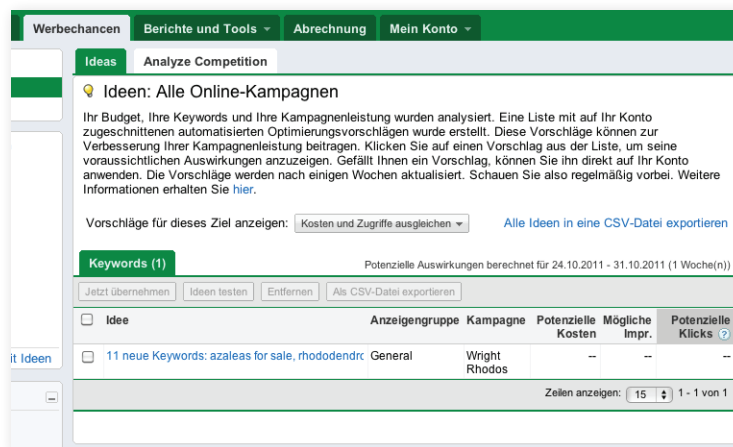
- **Kosten senken**

Dies ist das richtige Ziel für Sie, um außerhalb der Saison Kosten zu sparen. Sie erhalten Ideen, wie Sie weiterhin im Web präsent bleiben und zugleich Ihre Werbekosten senken können.

- **Zugriffe erhöhen**

Wählen Sie dieses Ziel aus, wenn Sie so viele Kunden wie möglich zum Besuch Ihrer Website bewegen möchten, beispielsweise bei speziellen Sonderaktionen, zu Feiertagen und in Hochsaisonzeiten. Beachten Sie hierbei jedoch, dass parallel zu den Kundenzugriffen auch Ihre Kosten steigen können.

Schritt 2: Sehen Sie sich die Vorschläge für eine Kampagne oder Anzeigengruppe oder für Ihr ganzes AdWords-Konto an. Bei einigen Kampagnen ist möglicherweise noch kein Vorschlag vorhanden. Dies kann sich jedoch jederzeit ändern – behalten Sie daher den Tab “Werbechancen” im Auge.



Schritt 3: Klicken Sie auf einen Vorschlag, um zu erfahren, welche Auswirkungen dieser für Ihr Konto haben könnte. Sie sehen Schätzwerte zu Impressionen, Klicks und den möglichen Auswirkungen auf die Kosten.

Schritt 4: Prüfen Sie die Vorschläge und stimmen Sie sie eventuell genauer auf Ihre geschäftlichen Anforderungen ab. Beispielsweise können Sie bei Keyword-Ideen.

- das Keyword einer anderen Anzeigengruppe zuordnen oder
- Ihr maximales Cost-per-Click-Gebot (CPC) ändern

Bei Budget- oder Gebotsideen können Sie die vorgeschlagenen Werte jederzeit ändern.

Schritt 5: Nachdem Sie die Prüfung und Optimierung abgeschlossen haben, klicken Sie einfach auf **Übernehmen**, um die Vorschläge in Ihrem Konto anzuwenden. Falls Sie zunächst keine Änderungen in Ihrem Konto vornehmen möchten, können Sie die Vorschläge speichern oder diese mithilfe der “Test”-Funktion 30 Tage lang testen.

Erinnerung in den Kalender eintragen

In der Regel werden Ihnen alle paar Wochen neue Werbechancen übermittelt. Wir empfehlen Ihnen daher, in Abständen von einigen Wochen regelmäßig fünf Minuten einzuplanen, um den Tab **Werbechancen** auf eventuelle neue Vorschläge zur Gewinnung potenzieller Kunden mit AdWords zu prüfen.