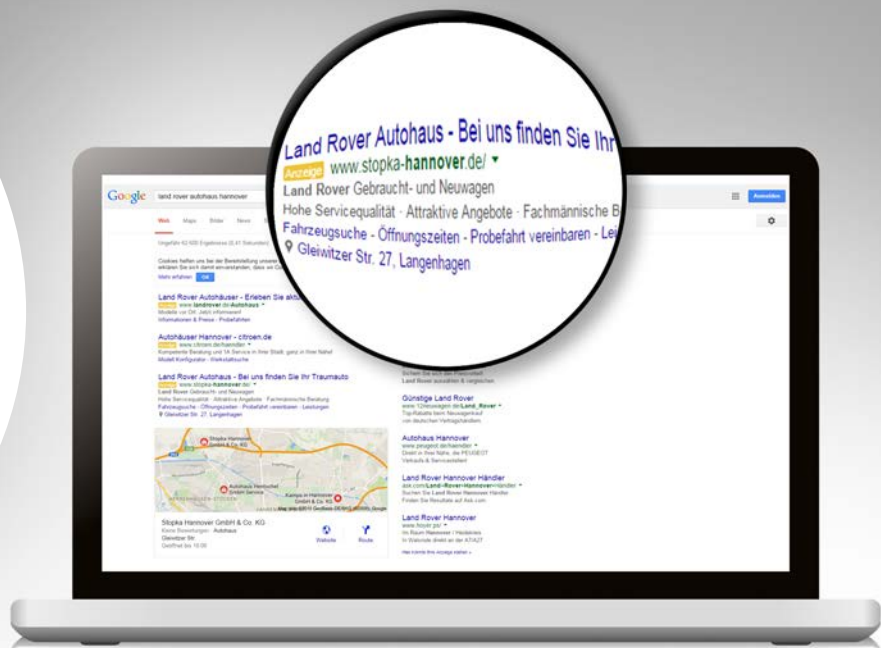


LEITFADEN

Google AdWords Anzeigenerweiterungen



Google AdWords Anzeigen- erweiterungen im Überblick

Um als Unternehmen in den Google-Suchergebnissen mehr Aufmerksamkeit zu erhalten, empfiehlt sich das Schalten von Werbeanzeigen. Eine Google-AdWords-Anzeige lässt sich neben Überschrift, Fließtext und Link zur Zielseite mit weiteren Informationen aufwerten.

Die sogenannten Anzeigenerweiterungen bieten Werbetreibenden die Möglichkeit, klassische AdWords-Werbung mit wichtigen Zusatzinformationen zu versehen und Suchenden damit einen echten Mehrwert zu liefern. Und nicht nur das: Durch die Verwendung von Anzeigenerweiterungen verbessert sich das Anzeigenranking im bezahlten Bereich der Suchmaschine nachhaltig. Denn Zusatzinformationen wie Telefonnummer, Adresse, Bewertungen oder weitere Verlinkungen steigern nicht nur das Vertrauen und die Relevanz, sondern gleichzeitig auch die Sichtbarkeit und Attraktivität der Anzeige. Das wirkt sich positiv auf die Klickrate sowie die gesamte Kampagnenleistung aus.

In diesem Google-AdWords-Leitfaden stellen wir alle Anzeigenerweiterungen im Überblick vor und erläutern, welche Erweiterung sich für welchen Werbezweck eignet.



Werbtreibenden wird empfohlen, die Anzeigenerweiterungen zu nutzen, um ihre Werbemöglichkeiten in der Google-Suche optimal auszuschöpfen und potenziellen Kunden mehr Informationen mit mehr Interaktionsmöglichkeiten zur Verfügung zu stellen.

STANDORTERWEITERUNGEN ERLEICHTERN DIE AUFFINDBARKEIT

Der Trend von lokal ausgerichteten Suchanfragen steigt kontinuierlich. Für Werbtreibende ist es immer wichtiger, standortbezogene Inhalte zu integrieren, um Nutzer optimal anzusprechen.

Die Google-AdWords-Standorterweiterung ist dafür ideal: Sie zeigt die Geschäftsadresse unter dem Anzeigentext an und erleichtert es, Angebote und Anbieter in der Nähe zu finden. Ein Klick auf die Adresse zeigt den Standort bei Google Maps an.

Land Rover Autohaus - Bei uns finden Sie Ihr Traumauto

Anzeige www.stopka-hannover.de/ 0511 80725410
 Land Rover Gebrauch- und Neuwagen
 Hohe Servicequalität · Attraktive Angebote
 Fahrzeugsuche · Öffnungszeiten · Probefahrt vereinbaren · Leistungen
 Gleiwitzer Str. 27, Langenhagen

Standorterweiterung Desktop

Suchen Nutzer von Mobilgeräten mit vollwertigem Internetbrowser, wird ihnen eine direkte Wegbeschreibung angezeigt.

Land Rover Autohaus - Bei uns finden Sie Ihr Traumauto

Anzeige www.stopka-hanno...
 Land Rover Gebrauch- un...
 Wegbeschreibung abrufen · Langenha...

Standorterweiterung Mobil



Die Standortdaten werden der Anzeige über ein bestehendes Google-My-Business-Konto hinzugefügt.

Standorterweiterungen eignen sich ganz besonders für Geschäfte, die ihre Kunden spontan in den Laden locken möchten. Wer z.B. auf der Suche nach einem Blumenstrauß ist, sucht gern den Floristen in der Nähe auf – und lässt sich im besten Fall direkt dorthin navigieren. Natürlich eignet sich eine Adressangabe auch für alle anderen stationären Geschäfte.

SITELINKS ERHÖHEN DIE AUFMERKSAMKEIT

Sitelinks sind zusätzliche Verlinkungen auf Unterseiten der Hauptzielseite unterhalb der AdWords-Anzeige und ermöglichen es Nutzern, schneller und einfacher auf die gewünschte Zielseite zu gelangen.

Land Rover Autohaus - Bei uns finden Sie Ihr Traumauto

Anzeige www.stopka-hannover.de/ 0511 80725410

Land Rover Gebrauch- und Neuwagen
 Hohe Servicequalität · Attraktive Angebote

Öffnungszeiten · Leistungen · Probefahrt vereinbaren · Fahrzeugsuche
 Gleiwitzer Str. 27, Langenhagen

Langes Durchklicken auf der Website wird verhindert und die Absprungrate gesenkt. Die Anzeige wird umfangreicher und relevanter, wirkt optisch größer, was die Sichtbarkeit erhöht. Durch die Möglichkeit, ein End- und Startdatum zu definieren, eignen sich Sitelinks sehr, zeitlich begrenzte Angebote zu bewerben. Erfolgt ein Klick auf einen Sitelink, wird dieser nach dem CPC Modell (Cost-per-Click) berechnet.

Sitelinks werden nur bei Anzeigen im Top-Treffer-Bereich (Anzeigenposition eins bis drei) oder unterhalb der organischen Trefferliste angezeigt. Auf Desktop Computern und Tablets werden in der Regel zwischen zwei und sechs Sitelinks eingeblendet (auf Mobilgeräten bis zu vier), anlegen lassen sich jedoch auch mehr. Beim Erstellen müssen Linktext und Zielseite bestimmt werden. Zudem kann man optional noch eine Beschreibung je Sitelink ergänzen, die jedoch nur nach Verfügbarkeit des Werbeplatzes bei Google ausgeliefert wird. Sehr spezifische Suchanfragen, wie z.B. die Suche nach Marken, haben hier die besten Chancen.

audi.de - Alle Audi Modelle

Anzeige www.audi.de/
 Effiziente Fahrzeuge mit Vorsprung durch Technik. Hier informieren!
 125.526 Personen folgen Audi Deutschland auf Google+

Audi Gebrauchtwagen

Jung, gepflegt & in großer Auswahl.
 Nur in der Audi Gebrauchtwagenbörse

Audi Online Beratung

Starten Sie ein persönliches
 Gespräch mit unseren Experten!

Audi Neuwagen

Alle Modelle im Überblick.
 Finden Sie Ihren Traumwagen!

Vorsprung durch Technik

Effiziente Fahrzeuge mit Vorsprung
 durch Technik. Hier informieren!

Um auszuwerten, wie erfolgreich die Sitelinks sind, eignet sich der Bereich „Segmente“ (Auswahl „Klicktyp“) im Google-AdWords-Konto. Hier erkennt man schnell, wie oft Sitelinks tatsächlich geklickt wurden, welche Klickrate sie erreichen konnten oder wie viele Conversions über sie abgeschlossen wurden.

Sind keine manuellen Sitelinks eingebucht, schaltet Google oft dynamische Sitelinks. Diese werden automatisch auf Basis der Suchanfrage eines Nutzers generiert und dann eingeblendet, wenn Google mit diesen eine bessere Performance der Kampagne erwartet. Eben aus diesem Grund können dynamische Sitelinks aber auch selbst hinterlegte Sitelinks verdrängen. Möchte man die dynamischen Sitelinks deaktivieren, muss bei Google ein Antrag gestellt werden.

MIT ANRUF-ERWEITERUNGEN MEHR CALLS GENERIEREN

Anrufe sind eine bedeutende Quelle für Leads und Kunden. Besonders bei beratungsintensiven Produkten spielt der Kundenkontakt am Telefon eine große Rolle. Umso wichtiger ist es für Werbtreibende, die Telefonnummer präsent zu platzieren, und somit Kunden einfacher zu erreichen, die lieber schnell zum Telefonhörer greifen.

Mit der Google-AdWords-Anruferweiterung, oder auch „Click-to-Call“, stellt Google eine ideale Lösung zur Verfügung. Die Erweiterung ermöglicht es, die Telefonnummer direkt in die AdWords-Anzeige einzubinden. Sucht ein Nutzer vom Smartphone aus, so kann dieser durch einen Klick auf den Anruf-Button einen Anruf auslösen.

Land Rover Autohaus - Bei uns finden Sie Ihr Traumauto

Anzeige www.stopka-hanno...
Land Rover Gebrauch- und Neuwagen
Wegbeschreibung abrufen · Langenha...



Anruferweiterung Mobil



Diese mobile Anrufoption kann auch als nur „Nur Telefonnummer“-Kampagne eingerichtet werden. In diesem Fall erhalten Werbetreibende ausschließlich Anrufe und keine Klicks auf die Website, die Telefonnummer erscheint hier im Anzeigentitel. Erfolgt ein Anruf vom Smartphone über den Anruf-Button, wird dies wie ein Klick nach dem CPC-Modell berechnet.

Anders sieht es auf dem Desktop-Computer oder Tablet aus: Anstelle des Anruf-Buttons wird die Telefonnummer angezeigt, die nicht klickbar ist.

Land Rover Autohaus - Bei uns finden Sie Ihr Traumauto

Anzeige www.stopka-hannover.de/ 0511 80725410
Land Rover Gebrauch- und Neuwagen
Hohe Servicequalität - Attraktive Angebote
Öffnungszeiten - Leistungen - Probefahrt vereinbaren - Fahrzeugsuche
Gleiwitzer Str. 27, Langenhagen

Anruferweiterung Desktop

Um zu erfassen, wie viele Anrufe aus der AdWords-Anzeige resultieren, besteht die Möglichkeit, eine kostenlose virtuelle Google-Weiterleitungsnummer einzurichten, die auf die tatsächliche Rufnummer weiterleitet. Diese Anrufe können als Anruf-Conversion im AdWords-Konto eingesehen werden und liefern Daten wie Anzahl der Anrufe, Anrufdauer, Uhrzeit des Gesprächs oder Ortsvorwahl des Anrufers.

Unabhängig, ob die Erweiterung mobil oder auf der Desktop-Version ausgespielt wird, ist darauf zu achten, dass die Telefonnummer bestätigt ist, d.h. dass diese auch auf der in AdWords verlinkten Website erscheint.

MEHR ZUSATZINFORMATIONEN DURCH „CALLOUT EXTENSION“ BIETEN

Reicht die Zeichenanzahl in der AdWords-Anzeige nicht aus, um weitere nützliche Informationen zu publizieren, sind Callout Extensions (Erweiterungen mit Zusatzinformationen) ideal.

Hinweise zu besonderen Angeboten können unterhalb der AdWords-Anzeige platziert werden.

Land Rover Autohaus - Bei uns finden Sie Ihr Traumauto

Anzeige www.stopka-hannover.de/ 0511 80725410
Land Rover Gebrauch- und Neuwagen
Hohe Servicequalität - Attraktive Angebote
Öffnungszeiten - Leistungen - Probefahrt vereinbaren - Fahrzeugsuche
Gleiwitzer Str. 27, Langenhagen

Besondere Hinweise wie beispielsweise „Nur diese Woche 20 % Rabatt“, „Kostenloser Versand“ oder „24 Stunden Erreichbarkeit“ geben Zusatzinformationen über besondere Dienstleistungen oder Vorteile. Dabei sprechen kurze und aussagekräftige Sätze oder Schlagworte, die das Angebot attraktiver machen, den Nutzer am meisten an.

Voraussetzung, damit die Callouts von Google geschaltet werden, sind mindestens zwei verschiedene Zusatzinformationen. Idealerweise nutzt man den maximalen Umfang, den Google bietet, aus und bucht alle vier Callout Extensions für seine Kampagne. Diese können auf Kampagnen- und Anzeigengruppenebene erstellt werden, wobei pro Erweiterung maximal 25 Zeichen zur Verfügung stehen. Auch hier lässt sich mit Hilfe eines Zeitplans die Bewerbung von zeitlich begrenzten Angeboten oder Produkten besonders gut verwalten. Angezeigt werden die Callout Extensions, wie die Sitelinks auch, nur im Top-Treffer-Bereich und unterhalb der organischen Trefferliste. Je nach Länge der Zusatzinformation werden in der Regel drei bis vier Callouts angezeigt. Die Zusatzinformationen sind nicht klickbar, so dass nur dann Kosten anfallen, wenn der Nutzer auf die Anzeige klickt.

Callout Extensions eignen sich im Prinzip für jeden Werbeschaltenden und sind absolut zu empfehlen! Wer einen besonderen Service oder ein Angebot hervorheben möchte, sollte Callouts auf jeden Fall in die Anzeige einbinden.

MIT DER APP-ERWEITERUNG DOWNLOADZAHLEN STEIGERN

Da die mobile Nutzung in der letzten Zeit immer relevanter geworden ist, gewinnen Apps für Google AdWords an Bedeutung. Mit der App-Erweiterung kann man die eigene App in der AdWords-Anzeige bewerben und die Downloadzahlen steigern.

HRS - Das Hotelportal - HRS: Hotels zum besten Preis
Anzeige m.hrs.de/Das_Hotel... Jetzt beim Testsieger Mobil ...
46.358 Follower auf Google+
 HRS App herunterladen
Hotels in Berlin Hotels in Köln
Hotels in Hamburg Hotels in Frankfurt
Hotels in München Hotels in Düsseldorf



Durch einen Klick auf die Anzeigenerweiterung (max. 25 Zeichen) gelangen Nutzer direkt zu der App im App Store (iTunes Store oder Google Play) und können sich die App direkt herunterladen oder sich über die Inhalte informieren. Ausgeliefert werden Anzeigen mit App-Erweiterungen nur auf Geräten, die eine Installation von mobilen Anwendungen unterstützen. Dabei erkennt das System, welches Gerät der Nutzer für die Suche verwendet. Sucht er von einem iPhone aus, wird er automatisch in den iTunes Store weitergeleitet, wohingegen ein Android-Nutzer im Google Play Store landet. Ein Klick auf die Erweiterung wird mit dem Standard-Klickpreis berechnet. Pro Anzeige kann nur ein Link eingefügt, für jede App jedoch mehrere App-Erweiterungen erstellt werden.

Die Erweiterung eignet sich für alle Unternehmen, die eine App vertreiben und deren Downloads steigern möchten.

BEWERTUNGSERWEITERUNGEN BEEINFLUSSEN DAS NUTZERVERHALTEN

Einen Kunden und dessen Kaufprozess beeinflusst kaum etwas mehr als die Meinung von Menschen, die bereits Erfahrungen mit einem Produkt oder einer Dienstleistung gemacht haben. Positive Referenzen können ausschlaggebend sein, ob aus einem Interessenten ein Kunde wird.

Bewertungserweiterungen integrieren Rezensionen einer unabhängigen, glaubwürdigen Drittanbieterquelle in die Google-AdWords-Anzeige. Sie erhöhen die Seriosität der Website, machen das Angebot des Werbetreibenden vertrauenswürdiger und nehmen Nutzern mögliches Misstrauen.

douglas.de - Parfümerie Douglas

Anzeige www.douglas.de/

2 Gratis-Proben Ihrer Wahl! Düfte, Make-up & Pflege-Produkte.
inkl. 2 Gratis-Proben - 1-2 Tage Lieferzeit - Beauty-Überraschung

Bester Multichannel-Anbieter 2015 – www.internetworld.de

1.104 Personen folgen Parfümerie Douglas Deutschland auf Google+

Tipp!

Bewertungen
schaffen
Vertrauen!

Direkte, positive Rezensionen in Form eines Zitates können direkt in der Kampagne eingebucht werden - 67 Zeichen dürfen dabei allerdings nicht überschritten werden. Zusätzlich muss ein Link oder ein direkter Verweis auf die Quelle angegeben werden. Vor der Veröffentlichung wird jede Bewertung von Google überprüft, welches einige Tage in Anspruch nehmen kann. Dabei wird unter anderem auf folgende Richtlinien geachtet:

- Die Bewertung darf nicht älter als 12 Monate sein und stammt aus der Originalquelle
- Es dürfen keine persönlichen Bewertungen verwendet werden
- Der Name des Unternehmens darf nicht in der Bewertung wiederholt werden
- Die ursprüngliche Bewertung kann nicht verändert werden

Weitere positive Rezensionen in der AdWords-Anzeige lassen sich durch Verkäufer- und Kundenbewertungen integrieren. Beide sind automatische Erweiterungen, die sich im Gegensatz zu der Bewertungserweiterung nicht manuell einbuchen lassen. Hier müssen Unternehmen bestimmte Kriterien erfüllen, damit diese sichtbar werden.

Bei der Verkäuferbewertung können bis zu fünf Bewertungsterne angezeigt werden; diese basieren auf Bewertungen und Erfahrungsberichten anderer Quellen, die von Google anerkannt sein müssen (z.B. eKomi, Trusted Shops, Ausgezeichnet.org u.a.).

Günstig: Reise Vergleich - Testsieger.de

Anzeige www.testsieger.de/Reise 040 422376731

4,7 ★★★★★ Bewertung für testsieger.de

Schnäppchen Reise Top Anbieter im Reise Vergleich!

Top Reiseanbieter - Reiseanbieter Vergleich - All Inclusive Angebote

Reiseangebote für 10 Tage - Reise Preisvergleich - 1 Woche Urlaub buchen

Damit diese angezeigt werden, müssen folgende Voraussetzungen erfüllt sein:

- Werbetreibende müssen ihre Kampagne in den Einstellungen auf „Suchnetzwerk mit Displayauswahl“, „Such- und Displaynetzwerk“ oder „Nur Suchnetzwerk“ ausrichten
- Es müssen mindestens 30 Bewertungen verschiedener Nutzer aus den letzten 12 Monaten vorliegen
- Das Unternehmen muss eine Gesamtbewertung von mindestens 3,5 Sternen erreicht haben
- Mindestens 10 Bewertungen müssen in der Sprache der Google-Benutzeroberfläche vorliegen
- Nur Nutzer, die auf Google.de, Google.com, Google.co.uk, Google.co.nz, Google.com.au, Google.co.jp, Google.fr oder Google.nl suchen, bekommen die Bewertungen angezeigt

Möchten Werbetreibende nicht, dass die automatischen Bewertungserweiterungen angezeigt werden, muss auch hier bei Google ein Antrag gestellt werden, um diese zu deaktivieren.

MIT PROFIL-ERWEITERUNGEN VERTRAUEN SCHAFFEN

Die Verknüpfung eines bestehenden Google+ Profils und der AdWords-Anzeige kann das Vertrauen von Nutzern und die Außenwahrnehmung des Unternehmens positiv beeinflussen. Zudem kann die Präsenz im Social Web gesteigert werden, denn man gelangt durch einen Klick auf die Erweiterung direkt auf die Google+ Seite des Unternehmens.

In der AdWords-Anzeige wird sichtbar, wie viele Personen dem Unternehmen bei Google+ folgen.

CHECK24: Reise buchen - CHECK24.de

Anzeige www.check24.de/Reise

Reiseportal Testsieger 07/13 Top Anbieter im Reise Vergleich!

Top Reiseanbieter - Über 230.000 mal Bestnote - TÜV Service "sehr gut"

Note "Sehr Gut". Prüfung von 35 Kriterien, 2013 – servicevalue.de

16.145 Personen folgen CHECK24 auf Google+

Hierzu ist keine Einrichtung erforderlich, da Google diese Erweiterung bei Erfüllung bestimmter Kriterien automatisch schaltet:

- Die URL der Google+ Seite ist bestätigt
- Die Google+ Seite ist mit der Website verknüpft
- Die Domain der Google+ Seite und die der Zielseite der Anzeigen stimmen überein
- Die Beiträge der Google+ Seite sind aktuell und haben Qualität
- Eine gewisse Anzahl an Followern ist vorhanden: ca. 100 und aufwärts

Profilerweiterungen sind für jedes Unternehmen zu empfehlen und werden deshalb automatisch eingefügt – vorausgesetzt das Unternehmen verfügt über eine Google+ Präsenz.

ANZEIGE DER VORHERIGEN BESUCHE

Um Nutzer nachhaltig an sich zu binden, gibt es eine weitere automatische Erweiterung, für die keine Einrichtung erforderlich ist: Die Anzeige der vorherigen Besuche. Ist ein Nutzer in einem Google-Konto angemeldet und klickt mindestens einmal auf einen Link in den Suchergebnissen oder mindestens zweimal auf den Link in einer AdWords-Anzeige (der Link muss dabei immer der gleichen URL der AdWords-Anzeige entsprechen), so bekommt dieser in der Textanzeige angezeigt, wie oft er eine Website bereits besucht hat:

- „Sie haben www.maxmustermann.de heute bereits besucht“
- „Letzter Besuch: Vor 2 Tagen“
- „Sie haben www.maxmustermann.de 5 Mal besucht“

Lauras Schmuckwaren

Anzeige www.ihrebeispielurl.de

Ohrringe, Armbänder und Ringe.

In Handarbeit hergestellt

Sie haben www.ihrebeispielurl.de 7 Mal besucht. Letzter Besuch: heute

WANN WERDEN ANZEIGENERWEITERUNGEN ANGEZEIGT?

Welche Erweiterung wann ausgespielt wird, bestimmt Google direkt: „Bei jeder Auktion wird in der Regel die leistungsstärkste und hilfreichste Kombination aus Erweiterung und Format bereitgestellt, die verfügbar ist.“ Eine Beeinflussung durch Werbetreibende ist nicht möglich. Vielmehr basiert die Auslieferung der Anzeigenerweiterungen auf der Anzeigenrelevanz für den Nutzer, auf der bestmöglichen Kombination mit anderen eingebuchten Erweiterungen und nicht zuletzt auf dem Klickpreis sowie dem vorhandenem Werbeplatz im AdWords-Anzeigenbereich. Auch die Anzeigenposition spielt eine wichtige Rolle: Einige Erweiterungen sind nur bei Google oberhalb der organischen Trefferliste zu sehen (z.B. Sitelinks).

FAZIT

Für Unternehmen sind Anzeigenerweiterungen ein sinnvolles Hilfsmittel, um ihre AdWords-Anzeigen größer, damit sichtbarer, und relevanter für Nutzer zu machen. Auch die Seriosität der Anzeigen und das Vertrauen in den Anbieter kann durch Anzeigenerweiterungen gesteigert werden.

Mit einer sinnvollen Kombination der Erweiterungen lassen sich Kunden gezielt ansprechen und erhalten einen echten Mehrwert. Da Google nach eigenen Angaben die Anzeigen sehr nutzerorientiert schaltet, sollte jeder Werbetreibende sein Angebot so vielfältig und nutzerfreundlich wie möglich bei AdWords präsentieren.

Nicht jede Erweiterung ist für jede Anzeige sinnvoll. Die Auswahl ist davon abhängig, welche Form des Unternehmens und Angebotes vorliegt. Nimmt man einen Online-Shop als Beispiel, der seine Ware ausschließlich über den Online-Handel vertreibt, können Nutzer mit einer Standorterweiterung wenig anfangen. Anders sieht es wiederum bei einem lokalen Anbieter aus, der auch über ein stationäres Geschäft verfügt z.B. ein Restaurant: Hier erleichtert die Standorterweiterung eine schnelle Auffindbarkeit der Lokalität in der Nähe enorm.

Das Ziel für Werbetreibende sollte es immer sein, durch die Anzeigenerweiterungen einen höchstmöglichen Nutzen zu schaffen und Kunden auf unterschiedliche, sinnvolle Weise auf ihr Produkt oder ihre Dienstleistung aufmerksam zu machen und davon zu überzeugen.

Ihr Ansprechpartner zum Thema Google AdWords Anzeigenerweiterungen

Heise RegioConcept
Telefon 05 11 53 52 278
service-hms@heise.de

www.heise-regioconcept.de

