



Anrufmessung bei Google Ads Wir lassen Ihr Telefon klingeln

ANRUF ALS WERBEZIEL

Um den Erfolg Ihrer Google-Ads-Kampagne zu beurteilen, sollten Sie sich vorab überlegen: Was möchten Sie mit der Werbung bei Google erreichen? Möchten Sie Neukunden gewinnen, die auf Ihrer Website einkaufen? Möchten Sie, dass die Interessenten ein Kontaktformular ausfüllen? Oder ist es Ihnen wichtig, dass Sie Anrufe dank Google Ads generieren?

Sprechen Sie mit uns darüber.

Denn wir können Ihre Ziele messbar machen. So können zum Beispiel Nutzer, die auf Ihre Anzeige geklickt haben, dadurch auf Ihrer Webpräsenz landen und dann Ihr Kontaktformular ausgefüllt haben, gezählt werden.

Ebenso können wir feststellen, wenn jemand zunächst Ihre Google-Ads-Werbung anklickt, auf Ihrer Website landet und zum Telefonhörer greift. Dieses Vorgehen wird Call Tracking bezeichnet.

DAS IST CALL TRACKING

Im Austausch mit unseren Kunden wird klar: Anrufe von Neukunden sind meist das Ziel bei der Schaltung von Google Ads. Daher bieten wir Call Tracking an. Dies bedeutet, dass Anrufe von Google-Ads-Nutzern gemessen werden. Dafür verwenden wir eine Weiterleitungsnummer, die ohne Umwege auf Ihre Telefonnummer leitet. Sie und die Anrufer merken nichts von der Umleitung, wir können jedoch den Anruf dem Kanal Google Ads zuordnen und sogar feststellen, über welches Keyword der Nutzer gekommen ist.

Für 99 Euro/Jahr nutzen wir gern die Rufnummernmessung in Ihrer Google-Ads-Kampagne.

WIE IHRE KAMPAGNE PROFITIERT

Der Vorteil für Sie: In Ihrer persönlichen Erfolgsauswertung können Sie jederzeit nachvollziehen, wie viele Anrufe über Google Ads bei Ihnen angekommen sind. So ist der Kampagnenerfolg für Sie transparent und nachvollziehbar.

Die Messung der Anrufe ist auch für die Optimierung Ihrer Google-Ads-Kampagne sehr sinnvoll. Wir können die Keywords identifizieren, die Ihnen die meisten Anrufe bringen und diese entsprechend pushen. Im Idealfall bedeutet das eine erhöhte Anzahl von Anrufen für Sie. Im Umkehrschluss können wir die Keywords ausfindig machen, die nicht zu Anrufen führen. Diese pausieren wir, so dass wir das Budget bestmöglich in die Keywords investieren können, die Ihr Telefon klingeln lassen.

Darüber hinaus finden wir heraus, zu welcher Zeit bei Ihnen die meisten Anrufe eingehen und können die Gebote für diesen Zeitraum erhöhen.

Übrigens: Meistens kommen die Anrufe über sogenannte generische Keywords. Generisch bedeutet, dass es sich um allgemeine Keywords wie Rohrreinigung,

Friseur oder Maler handelt. Hier suchen Nutzer also gezielt z.B. nach einer Dienstleistung, kennen jedoch Firmen aus dieser Branche nicht. Es handelt sich hierbei in der Regel um Neukunden.

EINRICHTUNG

Die regionale Call-Tracking-Nummer richten wir bei unserem Dienstleister für Sie ein. Diese Nummer setzen wir in der Anruferweiterung Ihrer Google-Ads-Anzeige ein. Sollte ein Nutzer mit seinem Smartphone Ihre Anzeige finden und auf die Telefonnummer tippen, landet er im Anrufmenü und kann Sie direkt kontaktieren. Gewählt wird die Call-Tracking-Nummer, der Anruf wird direkt zu Ihrer Telefonnummer umgeleitet. Wir können den Anruf zählen und Ihnen zeigen, wie erfolgreich Ihre Google-Ads-Kampagne ist.

Ebenso ist es möglich, die Call-Tracking-Nummer auf Ihrer Homepage einzublenden, wenn der Besucher Sie via Google Ads gefunden hat. Hierzu muss ein entsprechender Code auf Ihrer Homepage integriert werden. Dieser Code erkennt, wenn ein Nutzer vorher auf Ihre Anzeige geklickt hat und so auf Ihrer Homepage gelandet ist. Er sorgt dafür, dass in solch einem Fall die Weiterleitungsnummer eingeblendet wird. Möchte der Nutzer nun telefonisch mit Ihnen Kontakt aufnehmen, wählt er die Call-Tracking-Nummer. Der Anruf leitet direkt auf Ihre Telefonnummer, wir können den Anruf Google Ads zuordnen.

KEIN NACHTEIL FÜR DEN SUCHENDEN

Die Call-Tracking-Rufnummer ist keine auffällige 0800-Nummer oder ähnlich, sondern hat die gleiche regionale Vorwahl wie Ihre Rufnummer. Sie hat auch keine außergewöhnliche Länge oder ein auffälliges Format. Demnach wird der Suchende, der dank der Google-Ads-Werbung auf Sie aufmerksam geworden ist, nicht bemerken, dass er eine Call-Tracking-Nummer wählt.

EINE GUT AUFBEREITETE HOMEPAGE ZAHLT SICH AUS

Alein die Google-Ads-Kampagne entscheidet nicht darüber, ob die Suchenden auch anrufen. Die Homepage hat ebenfalls einen großen Einfluss. Ist sie ansprechend gestaltet? Kann der Homepagebesucher die Telefonnummer leicht finden? Ein Tipp von uns: Die Telefonnummer und weitere Kontaktmöglichkeiten sollten stets im Blickfeld des Homepage-Nutzers sein. Mobil wie auch am stationären Rechner.

Ebenso ist es hilfreich, Ihre Produkte bzw. Dienstleistungen und Ihr Alleinstellungsmerkmal anschaulich darzustellen. Ganz wichtig: Die Inhalte sollten auch für Smartphones aufbereitet werden, denn die mobile Suche hat die Desktopsuche bereits überholt. *

IHRE GOOGLE-ADS-AUSWERTUNG MIT CALL TRACKING

Gern möchten wir Ihnen anhand eines Unternehmens für Gebäude- und Bautrocknung zeigen, wie Ihre Auswertung aussehen kann. Das Unternehmen investiert monatlich 300 Euro in die Google-Ads-Kampagne, neben den Anrufen wird auch das Kontaktformular gemessen. Dies macht eine erweiterte Erfolgsmessung für 299 Euro möglich.

Zeitraum	Einblendungen	Anzeigenposition	Klicks	VWD	CpC €	CTR	Kontakte Gesamt	Anrufe	E-Mails
Dezember 2018	3.330	2,57	50	147	2,61	1,50 %	10	10	
November 2018	4.320	2,46	55	59	2,70	1,27 %	10	10	
Oktober 2018	3.959	2,43	58	50	2,00	1,47 %	10	10	
September 2018	3.167	2,31	58	81	2,94	1,83 %	8	8	
August 2018	3.892	2,25	53	149	2,51	1,36 %	8	8	
Juli 2018	1.846	1,97	45	124	2,62	2,44 %	3	3	
Juni 2018	2.775	1,91	61	86	2,72	2,20 %	3	3	
Mai 2018	2.127	2,06	46	46	2,93	2,16 %	7	6	1
April 2018	1.859	1,98	60	58	2,90	3,23 %	3	3	
März 2018	2.354	1,81	66	59	2,81	2,80 %	2	2	
Februar 2018	1.894	1,66	63	61	2,61	3,33 %	7	7	
Januar 2018	2.448	1,63	86	86	2,71	3,51 %	2	2	
Total	33.971	2,16	701	82	2,67	2,06 %	73	72	1

Einblick in die Erfolgsauswertung in unserem Kundencenter

EINBLICK IN DIE ERFOLGSAUSWERTUNG IN UNSEREM KUNDENCENTER

Der Kunde hat in einem Jahr rund 75 Anrufe erhalten. Vor allem in den Monaten Oktober bis Januar gab es eine Hochphase. Hier setzt unser Kampagnenmanagement an: Wir analysieren, welche Keywords in diesen Monaten zu Anrufen geführt haben und bringen diese Keywords weiter nach vorne.

In diesem Fall haben folgende Keywords für viele Anrufe gesorgt: Wasserschaden und Leckortung. Diese Keywords werden folglich optimiert, um die Anzahl der Anrufe weiter zu steigern.

JETZT ERFOLGE MESSEN

Sie sehen: Call Tracking hat für Sie und für das Kampagnenmanagement viele Vorteile. Sie erhalten eine transparente Auswertung mit Angabe der Anrufe, die dank Google Ads generiert worden sind. Somit ist Ihr Kampagnenerfolg messbar und für Sie nachvollziehbar. Darüber hinaus profitiert auch Ihre Google-Ads-Kampagne vom Call Tracking. Dank der Anrufmessung können wir Ihr Budget effizient für die Keywords einsetzen, bei denen Anrufe generiert werden. Kontaktieren Sie uns und messen Sie ab sofort Ihre Anrufe via Google Ads!