

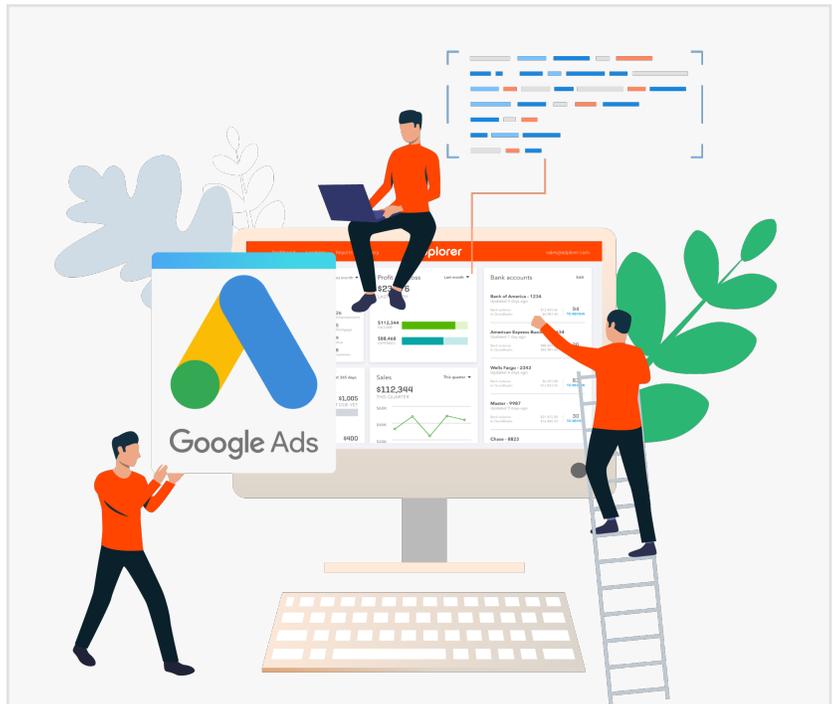
ONMA scout stellt einfache Tipps für die Planung von bezahlter Suche und PPC vor

GERMANY, July 1, 2024

/EINPresswire.com/ -- Unternehmen verwenden Pay-per-Click-Werbung und andere Strategien für gesponserte Suche, um die Aufmerksamkeit ihrer Zielgruppen online zu gewinnen. Wenn dies nicht richtig durchgeführt wird, ist dieses Verfahren eher schädlich als nützlich. ONMA scout ist ein erfahrenes Unternehmen für Pay-per-Click-Management, das eine Liste mit Vorschlägen erstellt hat, um Unternehmen dabei zu helfen, ihre Kampagnen für gesponserte Suche erfolgreich zu gestalten.

Bezahlte Suchanzeigen werden durch eine gute Planung von PPC-Kampagnen maximiert. Obwohl die Erstellung einer [Google AdWords](#)-Kampagne oder einer gesponserten Suchanzeige auf den ersten Blick direkt erscheint, sollten Unternehmen sich verschiedener Faktoren bewusst sein, die ihre bezahlte Suchkampagne beeinflussen. Wenn diese Elemente nicht überprüft werden, können sie sich negativ auf die Kampagne auswirken. Die Kenntnis dieser Merkmale und ihre Anwendung in der regelmäßigen PPC-Planung helfen jedoch enorm bei der Marketingstrategie eines Unternehmens.

Tipps zum Verwalten einer bezahlten Suchanzeigenkampagne



Google AdWords Agentur



Suchmaschinenoptimierung

Nachdem Sie die Schritte zum Aufbau der Grundlagen einer gesponserten Suchkampagne abgeschlossen haben, besteht der nächste Schritt darin, ihren Erfolg zu verwalten und zu überwachen. Die meisten dieser Verfahren sollten täglich durchgeführt werden, um den Erfolg der Kampagne zu gewährleisten. Die meisten Unternehmen, die gesponserte Suchanzeigen schalten, lagern dies an eine professionelle digitale Marketingagentur wie ONMA scout aus, aber es ist auch möglich, dass ein Unternehmen dies mit etwas Zeitaufwand täglich selbst erledigt.

- Entfernen Sie täglich negative Keywords.
- Fügen Sie Ihrer Kampagne neue Keywords hinzu.
- Überprüfen Sie regelmäßig die Conversions.
- Berücksichtigen Sie die Kosten pro Klick
- Legen Sie ein angemessenes Budget fest.

Entfernen Sie negative Keywords

Negative Keywords sind solche, mit denen ein Unternehmen seine Kampagne nicht verknüpfen möchte. Wenn Sie beispielsweise eine Kampagne für „Geburtstags-Cupcakes“ durchführen, könnte ein negatives Keyword „Frühstücksmuffins“ sein. Durch das Entfernen negativer Keywords kann ein Unternehmen seine Kampagne auf eine bestimmte Nische oder Zielgruppe zuschneiden und Fehlklicks von Personen reduzieren, die nicht nach ihren Diensten suchen und Geld verschwenden.

Neue negative Keywords sollten täglich mit der Kampagne verknüpft werden, sei es durch einen zuverlässigen Marketingexperten oder die Geschäftsführung selbst. Das tägliche Verknüpfen neuer negativer Keywords hält die Liste auf dem neuesten Stand und verhindert, dass ein Unternehmen für Treffer auf Phrasen zahlt, die es nicht mit seiner Marke verknüpfen möchte. Abhängig von den Keywords, die Besucher verwenden, um die Kampagne zu finden und anzuklicken, erstellt ein Unternehmen eine ausführlichere Liste mit negativen Keywords.

Neue Keywords hinzufügen

Jede PPC-Kampagne sollte ein Hauptkeyword haben, auf das sich das Unternehmen bei jeder einzelnen Kampagne konzentrieren möchte. Im vorherigen Beispiel wäre der Hauptfokus der Kampagne „Geburtstags-Cupcakes“, weil das Unternehmen dafür wirbt. Verwandte Keywords hingegen wären Keywords, die Benutzer eingeben könnten, wie „Geburtstags-Cupcakes“, wie „kleine Geburtstagskuchen“ oder einfach „Cupcakes in meiner Nähe“.

Ein Unternehmen sollte regelmäßig neue relevante Keywords hinzufügen, genauso wie es seine Strategie mit negativen Keywords verfeinern sollte. Obwohl es vorzuziehen ist, jeden Tag mehr hinzuzufügen, wie bei negativen Keywords, ist es auch in Ordnung, sie alle paar Tage hinzuzufügen, solange dies regelmäßig geschieht. Auf diese Weise können die Keywords eine lang laufende Kampagne frisch halten und ein größeres Publikum erreichen.

Arbeiten Sie an Conversions

Conversions erfolgen, wenn jemand auf eine Call-to-Action-Schaltfläche klickt, z. B. ein Formular ausfüllt oder ein Unternehmen anruft. Bei korrekter Einrichtung verfolgen Suchanzeigen automatisch, wie viele Klicks zu Aktionen und Conversions führen, was anzeigt, wie erfolgreich eine Anzeige ist. Durch regelmäßige Überwachung der Conversion-Raten kann ein Unternehmen problemlos alle Kriterien ändern, um die Leistung der Anzeige zu steigern oder aufrechtzuerhalten.

ONMA scout empfiehlt, die Conversion-Raten täglich zu überprüfen. Das Suchvolumen einiger Keywords variiert täglich, und eine regelmäßige Überprüfung garantiert, dass ein Unternehmen seine Kampagne an Änderungen und Trends anpasst.

Überprüfen Sie die Kosten pro Klick der Kampagne.

Die Kosten pro Klick sind der Geldbetrag, den das Unternehmen ausgibt, wenn eine Person auf eine Anzeige einer Suchmaschine klickt. Die Kosten pro Klick können täglich oder sogar mehrmals täglich schwanken. Durch die tägliche Überwachung der Kosten pro Klick kann ein Unternehmen feststellen, ob es sich lohnt, Keywords in die Kampagne aufzunehmen.

Budget für die Kampagne einhalten

Wenn ein Unternehmen eine Kampagne startet, sollte es ein minimales und maximales Kampagnenbudget festlegen. In anderen Fällen muss das Budget der Kampagne jedoch entsprechend ihrem Potenzial angepasst werden. Beispielsweise kann [Google Ads](#) einem Unternehmen eine Warnung wie „Durch Budget begrenzt“ anzeigen. Dies weist darauf hin, dass das Potenzial der Kampagne durch das Budget eingeschränkt ist und dass das Budget möglicherweise erhöht werden muss, um mehr Erfolg und Fortschritte zu erzielen.

Das Budget einer Kampagne kann manchmal zu hoch sein und eine Verringerung kann vorteilhaft sein. Obwohl eine Budgetkürzung zu schlechteren Ergebnissen führen kann, kann sie die Anzeige für das Unternehmen kostengünstiger machen, indem sichergestellt wird, dass sie innerhalb der Preistoleranz des Unternehmens bleibt und gleichzeitig ausreichend Klicks und Conversions erzielt.

Eine aktive gesponserte Suchkampagne kann einem Unternehmen einen kontinuierlichen Besucherstrom beschere. Um sicherzustellen, dass die Kampagne reibungslos läuft und „erfolgreich“ ist, müssen regelmäßig zusätzliche Maßnahmen durchgeführt werden. Unabhängig davon, ob ein Unternehmen sich dafür entscheidet, sie selbst zu verwalten oder ein professionelles digitales Marketingunternehmen zu beauftragen, bietet ONMA scout einige grundlegende Empfehlungen, die zum Erfolg einer PPC-Werbekampagne beitragen.

Über ONMA scout

ONMA scout, eine führende SEO-Agentur, bietet ihren Kunden Möglichkeiten, ihre Sichtbarkeit im Internet zu erhöhen. Durch die Nutzung der Möglichkeiten der [Suchmaschinenoptimierung](#)

hilft die Agentur Unternehmen, ihre Sichtbarkeit im Internet zu erhöhen und eine bessere Internetpräsenz aufzubauen. Das Unternehmen ist davon überzeugt, dass die Zeit, die man in die Verwaltung von Werbekampagnen investiert, die Markenbekanntheit im Internet steigern würde.

André Schumann
ONMA scout UG
+49 8231 9595990
info@onmascout.de

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/724270580>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2024 Newsmatics Inc. All Right Reserved.