



AdWords-Controlling

» AdWords-Controlling-Tool

Bedienungshinweise

Ads-Tool

2020/April – E-Books

© Prof. Dr. Tilo Hildebrandt – DTH Beratungs- und Beteiligungs GmbH





Übersicht

1.	Allgemeine Gebrauchshinweise.....	3
1.1	Wie das Tool zu Ihrem Erfolg beiträgt	3
2.	Bedienelemente.....	4
2.1	Individuelle Icons mit Erklärungen.....	4
2.1.1	Fragezeichen-Icon.....	4
2.1.2	Info-Icon.....	4
2.1.3	Auge-Icon.....	4
2.1.4	Alert-Icon	4
2.2	Zeiteingrenzungen	5
2.3	Navigation	5
2.3.1	Senkrechte Navigation.....	5
2.3.2	Waagerechte Navigation	6
2.3.3	Optimierungsmodule.....	6
2.4	Sortierungen	7
2.5	Anleitungen.....	7
2.6	Potenzialregler	8
3.	Statusbericht anfordern.....	9
4.	Ablauf und Struktur.....	10
5.	Abbildungsverzeichnis.....	11
6.	Das Erfolgstool für AdWords.....	12



AdWords-Controlling

1. Allgemeine Gebrauchshinweise

Das **AdWords-Controlling-Tool** (Ads-Tool) ist die erste deutsche Software zur Analyse betriebswirtschaftlicher Erfolge und entsprechender KPI-Werte Ihres AdWords-Kontos.

1.1 Wie das Tool zu Ihrem Erfolg beiträgt

Mit dem Ads-Tool decken Sie in kürzester Zeit Potenziale Ihrer AdWords-Strategie auf und optimieren Ihr Konto gewinnbringend.

Die Software analysiert die Rentabilität Ihrer Strategie und filtert die Top- und Flop-Bereiche in Ihrem Ads-Konto heraus. Auffällige Probleme, wie kostenintensive Kampagnen mit geringer Konversionsrate und wenig Gewinn, werden Ihnen direkt in Form von Alerts angezeigt. Sie erhalten, je nach gewähltem Tarif, individuelle Empfehlungen zur Optimierung Ihres AdWords-Kontos. Hierzu gehören beispielsweise:

- Das Texten von Anzeigen-Verbesserungen direkt online im Tool und automatische Einspielung in das Ads-Konto bei Google
- Die Optimierung von Keywords nach den Empfehlungen aus der Tool-Oberfläche mit direkter Übernahme in Ihr Ads-Konto
- Statusberichte mit monatlichen Auswertungen und Empfehlungen zur Optimierung
- Eine Alarmfunktion, die auf Abweichungen vom erwarteten Verlauf hinweist. Die Grenzwerte definieren Sie selbst



2. Bedienelemente

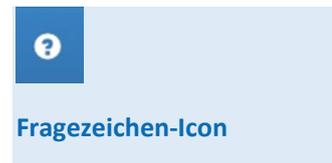
Ihre KPI-Werte werden in Form von Tabellen und Grafiken visualisiert und anhand von Texten aufgegriffen und bewertet. Im Folgenden erhalten Sie einen Überblick über die wichtigsten Aspekte zur einfachen Nutzung und Bedienung des Tools.

2.1 Individuelle Icons mit Erklärungen

Über der jeweiligen Tabelle oder Grafik sehen Sie ein Registerverzeichnis mit verschiedenen Icons. Mit Klick auf das Icon öffnet sich der Inhalt. Sie erhalten Erklärungen zur Tabelle oder zur Grafik. Bei nochmaligem Klick schließt sich der Text wieder.

2.1.1 Fragezeichen-Icon

Das Fragezeichen-Icon weist auf zusätzliches Informations- und Schulungsmaterial zu dem aktuellen Bereich hin, mit dem das allgemeine Wissen vertieft werden kann.



2.1.2 Info-Icon

Wird Ihnen neben einer Tabelle oder Grafik das Info-Icon angezeigt, erhalten Sie mit Klick darauf wichtige Informationen zum Tool, die speziell diese Auswertung betreffen.



2.1.3 Auge-Icon

Durch Aufrufen des Auge-Icons erhalten Sie individuell auf Ihren Werten aufbauende Optimierungsempfehlungen, die sich speziell auf die jeweilige Auswertung beziehen.



2.1.4 Alert-Icon

Das Alert-Icon erscheint immer, wenn in Ihrem Konto akute Probleme festgestellt werden. Außerdem erscheinen hier besonders wichtige Informationen, die Sie unbedingt beachten sollten.





AdWords-Controlling

2.2 Zeiteingrenzungen

Im Header jeder Auswertung grenzen Sie die Auswertungen auf Zeiträume ein. Sie wählen zwischen vorgeschlagenen Zeiträumen oder frei eingetragenen Daten.



Abbildung 1 Auswahl der Zeitspanne

2.3 Navigation

2.3.1 Senkrechte Navigation

Die senkrechte Navigation ist an der Bearbeitungstiefe orientiert. Oben sind die Schnellauswertungen und Kurzinformationen in der [Basic-Analyse](#), dem [Dashboard](#) und dem [Statusbericht](#) gebündelt.

Dann folgt mit der [2 Stunden Woche](#) die komprimierte Auswertung, die eine permanente Verbesserung des Kontos unterstützt.

Der [Management-Bereich](#) geht in die Tiefe und bietet fein abgestufte Einblicke, verbunden mit der Potenzialanalysen.

Die [Top/Flop-Analyse](#) leitet gezielt auf die Problemfälle hin oder zeigt die besten Ergebnisse als Vorlage für weitere Optimierungen.

Im Bereich [Strategie](#) werden die Informationen für die Führungsebene konsolidiert und zeigen ein strategisches Informationssystem.

[Alarme](#) bieten einen Überblick über kritische Abweichungen im Konto innerhalb der letzten 7 Tage. Hier kann der Abweichungsrahmen individuell festgelegt und entsprechende Alerts eingestellt werden.

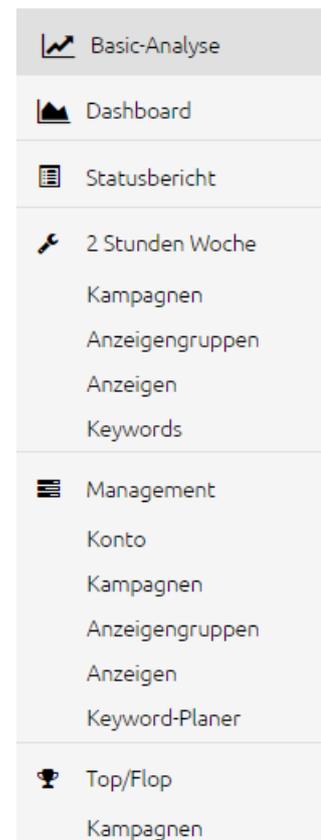


Abbildung 2 Senkrechte Navigation



AdWords-Controlling

2.3.2 Waagerechte Navigation

Die waagerechte Navigation ergänzt die Ebenen mit betriebswirtschaftlichen Detailinformationen.

Überblick	CTR	CR	KUR		
Überblick	Kostenminimierung	Umsatzmaximierung	Ertragsoptimierung	0 Konversion	Shopping
Überblick	Kosten	Ertrag	Umsatz	0 Konversion	

Abbildung 3 Waagerechte Navigation – Beispiele

2.3.3 Optimierungsmodule

In einigen Tabellen gibt es in der letzten Spalte die Option, direkt am Konto zu agieren und in Optimierungsmodule zu springen.

Auf der rechten Seite können Sie jeweils in die Aktionen einsteigen. Hier im Fall der Anzeigengruppen lassen Sie sich den **Qualitätswert** berechnen. Dort sehen Sie dann im Detail welche Verbesserungen möglich sind. Sie bauen die wichtigen Begriffe der Landingpage in Ihre Anzeigentexte und Titel ein. Sie passen die Texte an oder pausieren die Anzeige.



Abbildung 4 Direkte Aktion am Konto



AdWords-Controlling

2.4 Sortierungen

Die Spalten der Tabelle lassen sich nach den Überschriften sortieren. Die sortierende Spalte ist jeweils mit einem Pfeil gekennzeichnet. In dem Beispiel sind es die Klicks.

10 Einträge anzeigen

Farb-Auswahl	Quelle	Imp.	Klicks	CTR in %	Kosten in €	CPC in €	Konv.
	Shopping	6.875.120	56.274	0,82	5.702,82	0,10	364,46
	Search	306.455	31.291	10,21	2.031,13	0,06	1.257,54
	Display	118.600	1.422	1,20	212,78	0,15	24,00

Abbildung 5 Sortierung der Tabellen

In dem Beispiel sehen Sie auch, dass am linken oberen Rand die Anzahl der Zeilen aufgerufen wird, die maximal aus der Tabelle auf dieser Seite angezeigt werden. Der Rest erscheint auf der Folgeseite.

2.5 Anleitungen

Allgemeine Anleitungen zur Bedienung des Tools sowie speziellen Funktionen, wie beispielsweise der 2 Stunden Woche, sind ganz einfach über die Verlinkung [Anleitung](#) in vielen waagerechten Hauptmenüs zu finden. In kurzen Dokumenten wird erklärt wie einzelne Bereiche technisch genutzt werden können. Ein regelmäßiger Blick in diesen Bereich lohnt sich, da immer wieder neue Dokumente ergänzt werden.

Basic-Analyse

Anleitung

Abbildung 6 Anleitungslink im Bereich der Basic-Analyse



2.6 Potenzialregler

Zur Unterstützung der Optimierung finden Sie einen **Schieberegler**. Sie stellen hier die gewünschte Zielgröße ein, z.B. um wieviel Prozent Sie die Kosten reduzieren oder die Erträge steigern wollen. Das Tool zeigt Ihnen sofort, welche Anzeigengruppen, Anzeigen oder Keywords sie anpassen oder pausieren müssen, um dieses Ziel zu erreichen.

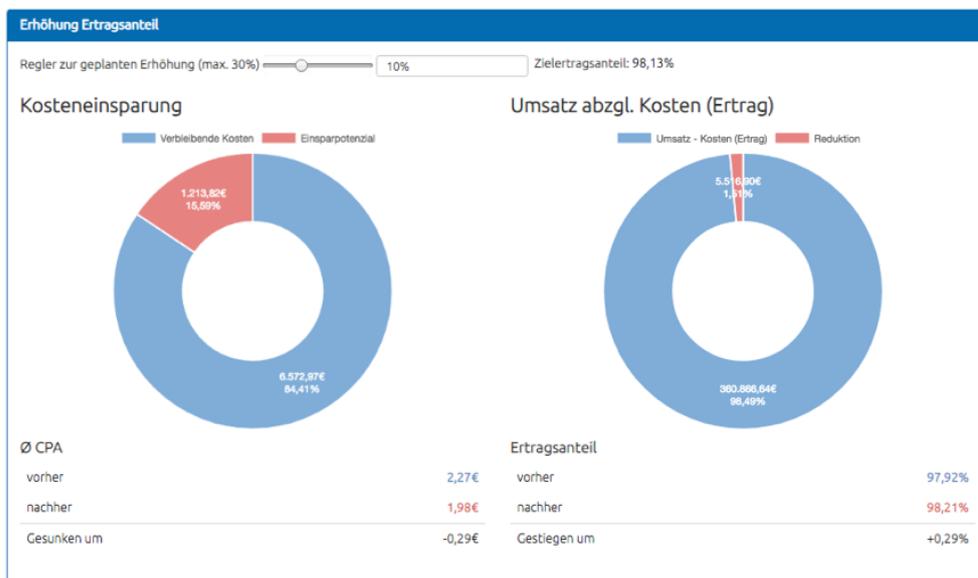


Abbildung 7 Nutzung der Potenzialregler



3. Statusbericht anfordern

Eine schnelle Übersicht über die Entwicklung Ihres Google Ad Kontos im letzten Monat in Berichtsform bietet die Funktion [Statusbericht anfordern](#) im Menüpunkt [Statusbericht](#).

Bestellung Statusbericht

Guten Tag,

Sie wollen für das Google Ads Konto [Google Ads Konto](#) einen Statusbericht bestellen.

Wir haben folgende E-Mail Adresse zu Ihrem Account gespeichert: [@googlemail.com](#). Wir versenden den Bericht an diese Adresse.

Statusbericht: March 2020 an [@googlemail.com](#) versenden

Wollen Sie den Bericht an einer anderen Adresse empfangen, geben Sie bitte eine andere gültige E-Mail Adresse an:

Statusbericht: March 2020 an diese E-Mail versenden

Abbildung 8 Statusbericht bestellen

Mit einem einzigen Klick wird der Bericht an die von Ihnen im Tool hinterlegte E-Mail-Adresse versandt. Es ist aber auch möglich den Bericht an weitere E-Mail-Adressen zur Information zu versenden und somit ein einfaches regelmäßiges Reporting, beispielsweise an den Vorgesetzten oder die Geschäftsleitung zu etablieren.



4. Ablauf und Struktur

In dem Tool wird der beste Ablauf zur Optimierung der Google Ads unterstützt. Mit einer stetigen Verbesserung erreichen Sie das betriebswirtschaftliche Ziel einer Ertragssteigerung über Kostenreduktion und besserer Ansteuerung Ihrer Zielgruppen. Wir haben den Ablauf mit einer Spirale visualisiert, die wir hier schon bei der Bedienung erklären. In diesem Gedankenbild finden Sie die Auswertungen und Optimierungshilfen wieder.

Die Vorgehensweise bei der Optimierung gleicht einer Spirale, bei der wir immer wieder die gleichen Auswertungen anschauen und die Aktionsvariablen anpassen. So laufen wir immer wieder durch die [Optimierungsspirale](#).

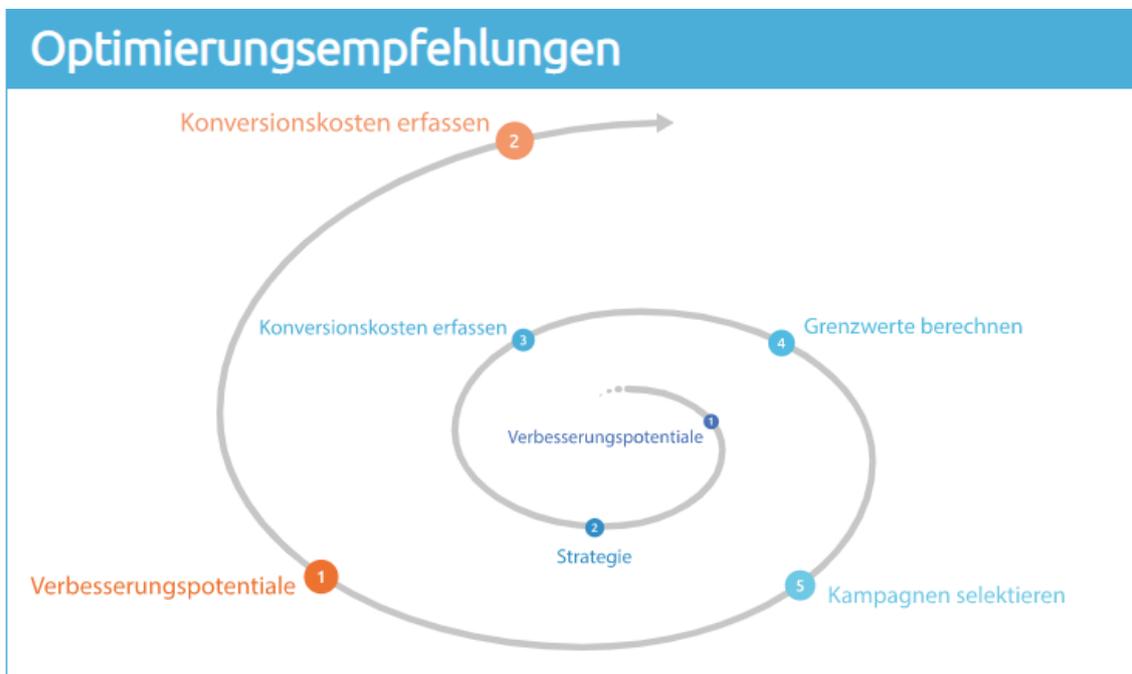


Abbildung 9 Optimierungsspirale

Die Auswertungen im Management-Bereich des Ads-Tools sind Meilensteine auf dem Weg zum optimalen Konto. Sie vergleichen ihre Veränderung im Punkt 5 der Optimierungsspirale und starten dann in die nächste Runde der Verbesserungen der Komponenten des Kontos.

Die [Konversionspyramide](#) visualisiert die Ergebnisse vom ersten Kundenkontakt bis zum Abschluss der Zielaktion (Kauf, Bestellung, Auftrag...). Bei den jeweiligen Tarifen erhalten Sie weitergehende Anleitungen.



5. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Auswahl der Zeitspanne.....	5
Abbildung 2 Senkrechte Navigation.....	5
Abbildung 3 Waagerechte Navigation – Beispiele.....	6
Abbildung 4 Direkte Aktion am Konto	6
Abbildung 5 Sortierung der Tabellen	7
Abbildung 6 Anleitungslink im Bereich der Basic-Analyse	7
Abbildung 7 Nutzung der Potentialregler	8
Abbildung 8 Statusbericht bestellen	9
Abbildung 9 Optimierungsspirale.....	10



AdWords-Controlling

6. Das Erfolgstool für AdWords

AdWords-Controlling und -Optimierung online

Die von Google offerierten Tools zur AdWords-Werbung werden immer umfangreicher und komplizierter zu handhaben. Das AdWords-Controlling-Tool bietet sofortige Auswertungen zum AdWords-Konto an. Sie sehen auf einen Blick und in übersichtlichen Grafiken die betriebswirtschaftlichen Erfolge Ihres AdWords-Kontos, die Kosten und die Schwachstellen. Sie melden die AdWords-Kontonummer an und verbessern mit den Optimierungshinweisen sofort ihre Performance.

[Ihre Vorteile als Kunde](#)

[Box mit Tarif-Paketen](#)

[Direkt zur Anmeldung](#)

Gewinne steigern mit Optimierung

Das Tool ist aus der jahrelangen Praxis in der Optimierung von AdWords-Konten entstanden. Es wertet online das Konto aus und zeigt die Potenziale. Kampagnen mit schlechten Erfolgszahlen können nachgearbeitet oder pausiert werden. Das ersparte Geld ist in profitablen Anzeigengruppen besser angelegt und erhöht damit den Gewinn mit der AdWords-Werbung.

Know-how

„Das Controlling-Tool stellt wissenschaftlich fundierte Auswertungen zusammen. Für die praktische Arbeit werden daraus konkrete Empfehlungen abgeleitet, die nach einer eigenen Prüfung bewertet und in das Konto übernommen werden“, beschreibt Dr. Hildebrandt das Ziel seiner Software. Aufschlussreiche Auswertungen lassen sich im Controlling-Tool abrufen. In dem Abschnitt ‚Optimierungsempfehlungen‘ im kostenlosen Basistest des Tools und im Buch *Web-Business* ist diese Vorgehensweise als Optimierungsspirale beschrieben.¹

Ihr Ansprechpartner

Dr. Tilo Hildebrandt

Geschäftsführer

+49 (0) 228-377262512

hildebrandt@adwords-controlling.info

¹ Diese Sicht auf die kontinuierliche Optimierung ist im Buch *Web-Business* im Kapitel 5, insbesondere 5.2.2 zur Anzeigenwerbung genauer ausgeführt. (Vgl. Dr. Hildebrandt, Tilo. 2016. *Web-Business – Controlling und Optimierung. Wie das Web erfolgreich von Unternehmen genutzt wird*. Gernsbach: Deutscher Betriebswirte-Verlag)