

UNSERE 5 TIPPS FÜR ADWORDS-ANZEIGEN IN DER MOBILEN SUCHE



Veröffentlicht am 18. August 2014 von Rüdiger

Die große Stärke des Google-Anzeigendienstes **AdWords** ist die Passgenauigkeit der Werbeanzeigen. Wenn Sie einen Suchbegriff in die Suchmaschine eingeben, sehen Sie die zu Ihrer Suche passenden Anzeigentexte. Sie erscheinen nun immer häufiger auch auf den Smartphones und Tablets mobiler Nutzer. Von den AdWords-Anzeigen sollten Ihre Kunden auf eine mobil optimierte Webpräsenz wie die WebApp unserer Media Company gelangen. Wie Sie Ihren Erfolg in der mobilen Suche außerdem noch steigern können, sagen Ihnen unsere 5 Tipps.

Warum erst nach Hause fahren, um etwas zu kaufen? Das denken sich viele **Nutzer mobiler Endgeräte** und entscheiden sich für den spontanen Kauf von unterwegs. **Mobile Webpräsenzen** sind aber nicht nur ein beliebter Ort für **Online-Käufe**, sondern auch, um sich über **Waren und Dienstleistungen zu informieren**. Am Anfang des Kaufprozesses stehen häufig **AdWords-Anzeigen**. Wir geben Ihnen daher **5 Tipps** für erfolgreiche AdWords-Kampagnen in der mobile Suche.

1. Optimieren Sie Ihre Webpräsenz für mobile Besucher

Wer auf dem Smartphone Ihre AdWords-Anzeige anklickt, sollte bei Ihnen eine **benutzerfreundliche Webpräsenz** vorfinden. Das bedeutet in diesem Fall, dass die Webseite **mobil optimiert sein muss**. Die **WebApps** unserer Media Company sind solche **smartphonegerechten Seiten** und perfekt auf die kleinen Displays der mobilen Endgeräte zugeschnitten.

2. Mobile AdWords-Anzeigen haben Ihren eigenen Stil

Wenn Ihre potentiellen Kunden Ihre mobile AdWords-Anzeige lesen, haben Sie wenig Zeit. Der **Anzeigentext** sollte deshalb **kurz und aussagekräftig** sein. Er enthält idealerweise **Ihre wichtigsten Suchbegriffe** und führt zu Ihrer mobil optimierten Webpräsenz. Mit einem **A/B-Test** finden Sie nach der Schaltung zweier Anzeigenversionen heraus, welche am häufigsten angeklickt wird. Dafür erstellen Sie zwei Anzeigen, die bis auf ein Element gleich sind. Anschließend schalten Sie die erste Anzeigenvariante (Anzeige A) und dann die zweite (Anzeige B). Die nach Klicks erfolgreichere

Variante sollten Sie nun für Ihre Kampagne auswählen.

3. Den Nutzer abholen, wo er gerade ist

Beinahe die Hälfte der mobilen Suchen sind **lokale Suchen**: Ein mobiler Nutzer sucht also oft nach etwas in seiner näheren Umgebung. Das können Sie sich bei **Google AdWords** zunutze machen und eine **Kampagne lokal ausrichten**. Wenn sich ein **User in der Nähe Ihres Geschäfts** befindet, sollte Ihre Werbeanzeige gut sichtbar sein. Das erreichen Sie mit einem entsprechend **hohen Gebot bei AdWords**.

4. Werbeanzeigen zur rechten Zeit schalten

Bei den Google-Anzeigen **legen Sie den Zeitpunkt fest, wann diese zu sehen sind**. Falls Sie ein besonderes Frühstücksbuffet in Ihrem Restaurant anbieten, macht ein hohes AdWords-Gebot am Morgen Sinn. So erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit, dass man Ihr attraktives Angebot bei Google findet.

5. Erweiterungen für die Anzeigen nutzen

Das Werbesystem AdWords stellt Ihnen **Erweiterungen für die Werbeanzeigen** bereit. Nutzen Sie diese Möglichkeit, um **die Webpräsenz Ihrer Firma** mit einem Link anzugeben. Denn vor dem Kauf steht in der Regel die **Informationen über Ihr Produkt**. Und wo kann sich Ihre Zielgruppe besser über Ihr Angebot informieren als auf Ihrer Webpräsenz?

Gerade zur **Neukundengewinnung** eignet sich **Google AdWords** sehr gut. Unsere **Media Company aus Düsseldorf** erstellt mit Ihnen daher **individuelle AdWords-Anzeigenkampagnen**. Nach einem Klick auf Ihre Anzeige kommen Ihre Kunden am besten zu Ihrer **mobil optimierten WebApp**. [Sprechen Sie uns einfach an](#), wenn Sie auch Ihre mobile Kundschaft mit **AdWords** und einer nutzerfreundlichen **WebApp** überzeugen wollen.