



think
with Google™

The logo is centered within a large, light-colored circle that has a wood-grain texture. This central circle is set against a background of a white brick wall. Surrounding the central circle are three other circles: a large teal one in the top right, a medium blue one in the bottom right, and a teal one in the bottom left. The text 'think' is in a dark grey sans-serif font, and 'with Google' is in a smaller font, with 'Google' in its signature multi-colored font.



Automatisiert Sales steigern mit AdWords Smart Bidding

Denis Dautaj

Search Automation Specialist,
Central Europe

Annika Weckner

Display Specialist,
Central Europe

#twg17

Agenda

1

Wie Automatisierung uns hilft

2

AdWords Smart Bidding

1. Was AdWords Smart Bidding so stark macht
2. Wie wir Ihnen helfen können, Ihre Ziele zu erreichen
3. Smart Bidding-Neuerungen abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse
4. Wie Sie Smart Bidding erfolgreich testen können

3

5 Punkte, die Sie heute mitnehmen sollten

Agenda

1

Wie Automatisierung uns hilft

2

AdWords Smart Bidding

1. Was AdWords Smart Bidding so stark macht
2. Wie wir Ihnen helfen können, Ihre Ziele zu erreichen
3. Smart Bidding-Neuerungen abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse
4. Wie Sie Smart Bidding erfolgreich testen können

3

5 Punkte, die Sie heute mitnehmen sollten



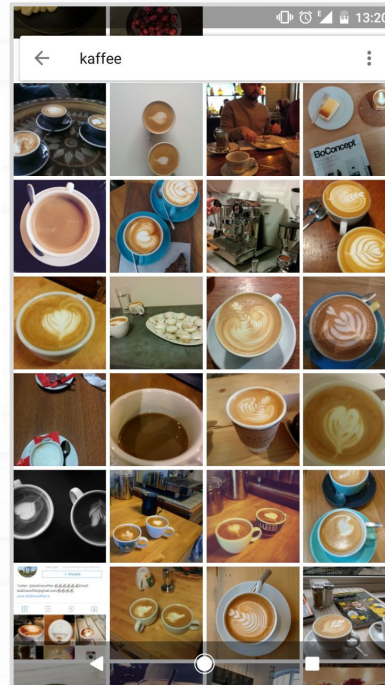
“From Mobile First to **AI First**”

Sundar Pichai
CEO Google Inc.



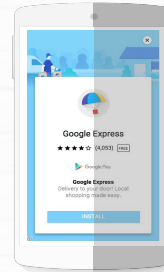
AUTOMATISIERT SALES STEIGERN

Machine Learning hilft uns heute schon im privaten Leben



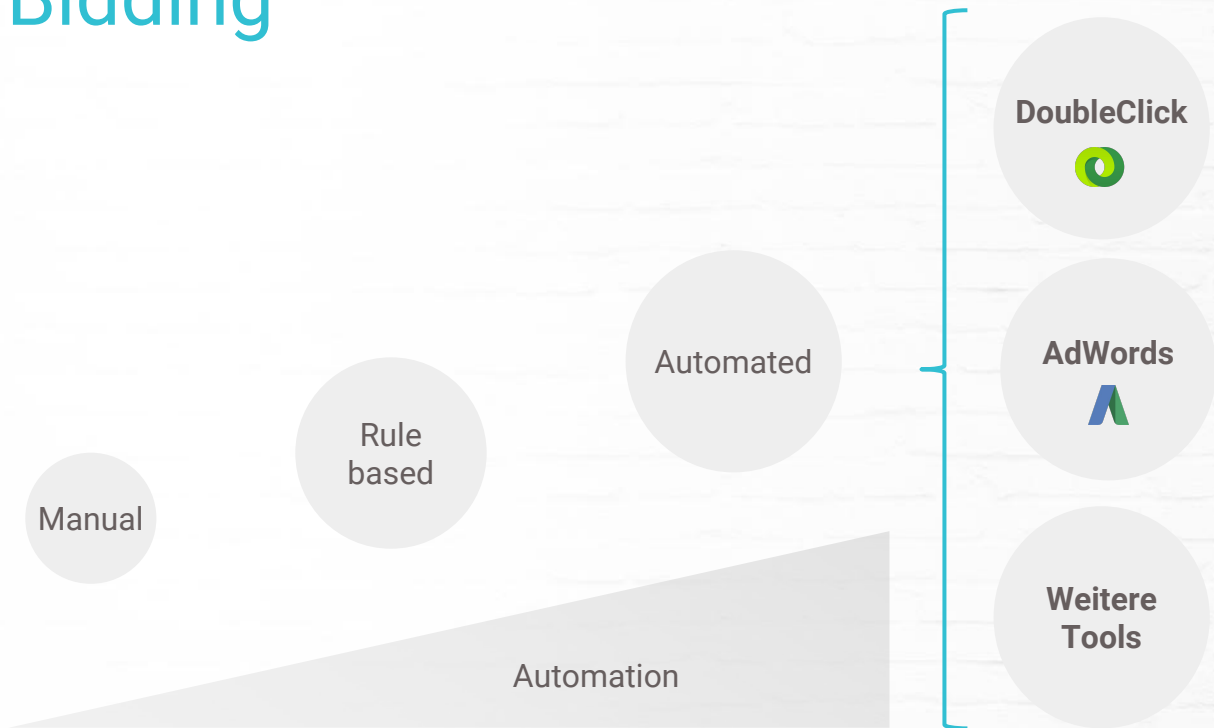
AUTOMATISIERT SALES STEIGERN

Machine Learning hilft uns auch schon im Online Marketing



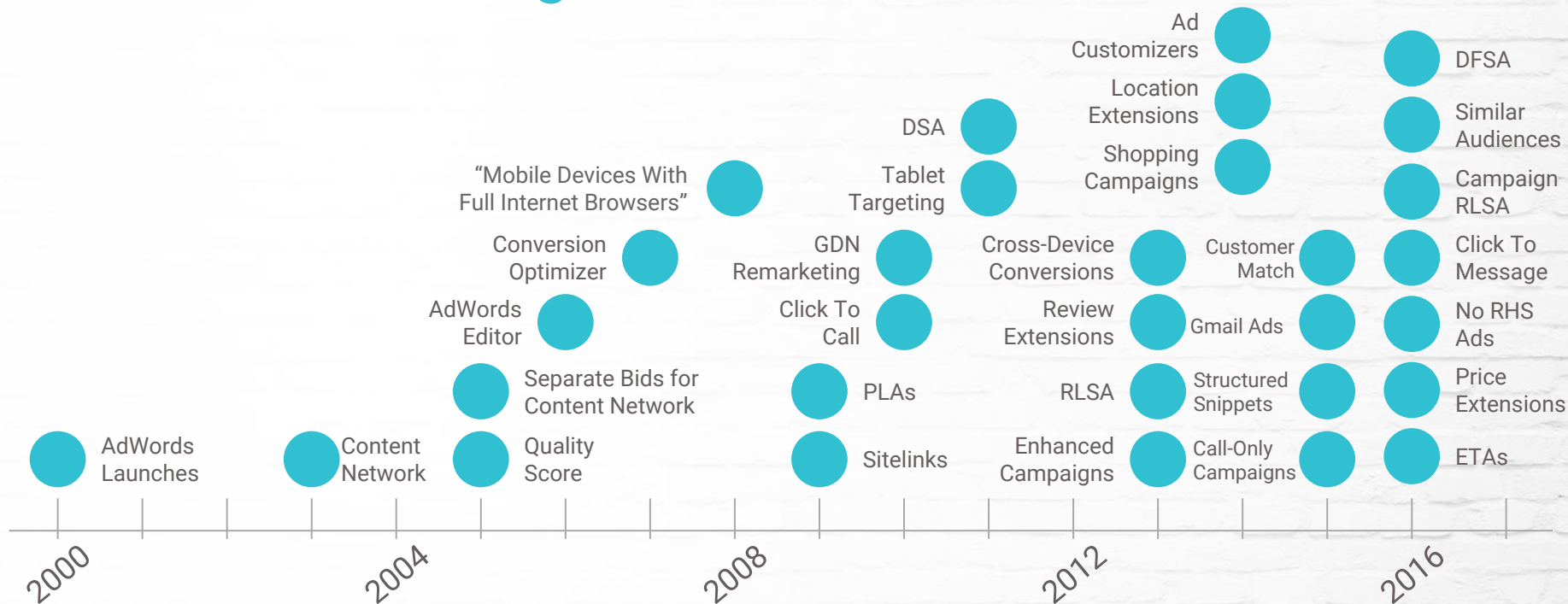
AUTOMATISIERT SALES STEIGERN

Machine Learning hilft uns besonders beim Bidding

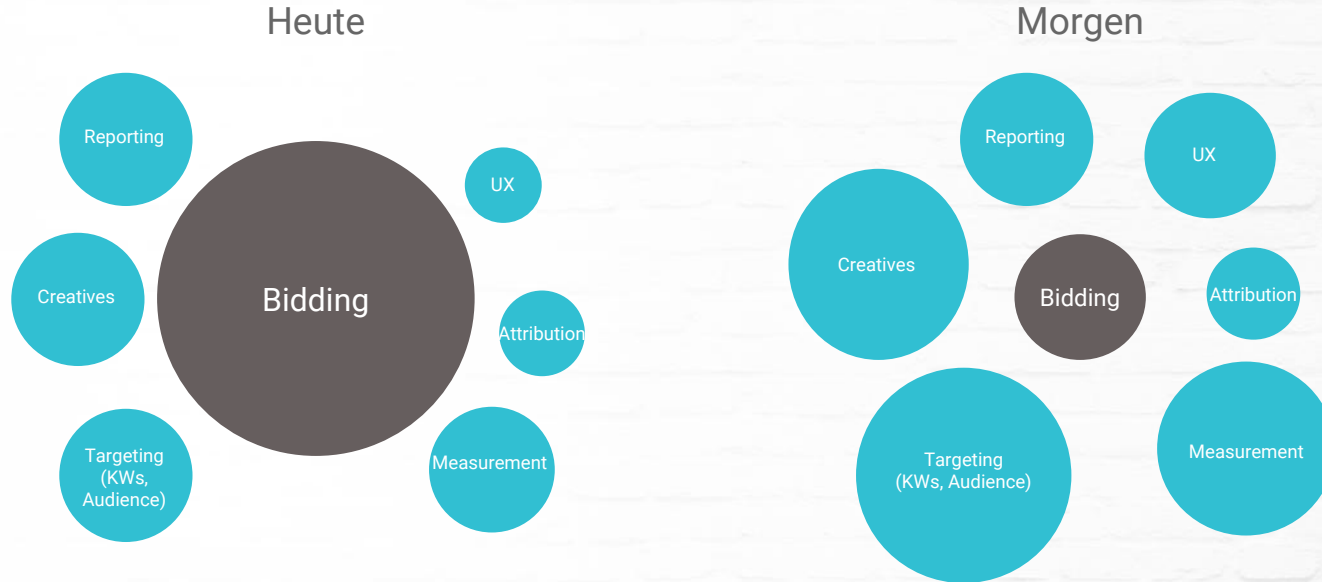


AUTOMATISIERT SALES STEIGERN

Steigende Komplexität erfordert Machine Learning



Mit AdWords Smart Bidding können wir unsere Zeit in strategische und kreative Aufgaben re-investieren



Agenda

1

Wie Automatisierung uns hilft

2

AdWords Smart Bidding

1. Was AdWords Smart Bidding so stark macht
2. Wie wir Ihnen helfen können, Ihre Ziele zu erreichen
3. Smart Bidding-Neuerungen abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse
4. Wie Sie Smart Bidding erfolgreich testen können

3

5 Punkte, die Sie heute mitnehmen sollten

AdWords Smart Bidding zusammengefasst

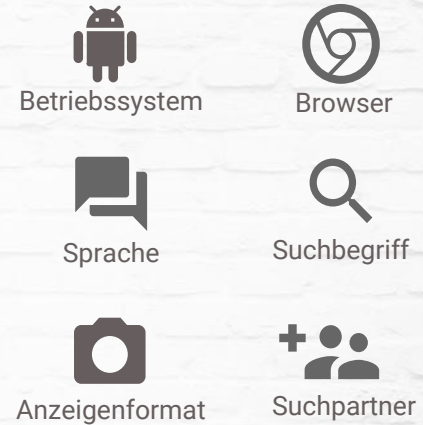
1. Nutzerspezifische Gebote durch Auction-time Bidding



2. Kombination von Signalen



3. Exklusive Signale (nur in AdWords verfügbar)



Signale, die sich manuell abdecken ließen (1/2)



Geo

- Nutzer in **Berlin**
- Nutzer in **Hamburg**



Zeit

- Nutzer am **Samstag**
- Nutzer am **Sonntag**



Gerät

- Nutzer am **Smartphone**
- Nutzer am **Desktop**

Performance-Unterschied zum
Durchschnitt (Conv. Rate)



Signale, die sich manuell abdecken ließen (2/2)




Webseiten
Besucher (RLSA)

- Nutzer auf **Startseite**
- Nutzer im **Warenkorb**




Ähnliche Nutzer
(Similar Audiences)

- Nutzer ähnlich zu **Startseite**
- Nutzer ähnlich zu **Warenkorb**




Bestandskunden
(Customer Match)

- Nutzer mit **niedrigem CLV**
- Nutzer mit **hohem CLV**

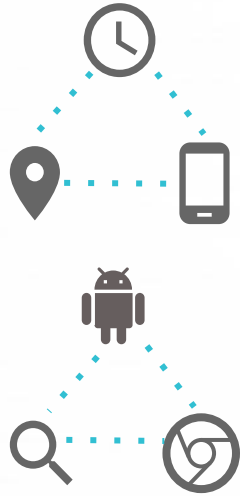



Demographie

- **Männer**
- **Frauen**



Unendliche Anzahl an Traffic-Segmenten, die sich manuell nicht managen lassen

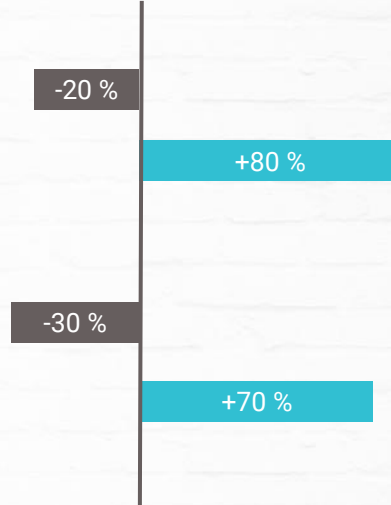


- Nutzer in **Berlin**, am **Samstag**, mit einem **Smartphone**
- Nutzer in **Hamburg**, am **Samstag**, mit einem **Smartphone**
- Nutzer sucht "hotel" mit **Android** Gerät und **Firefox** Browser
- Nutzer sucht "hotel" mit **Android** Gerät und **Chrome** Browser

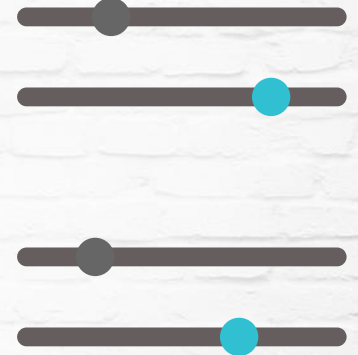


Unendlich viele Datenkombinationen

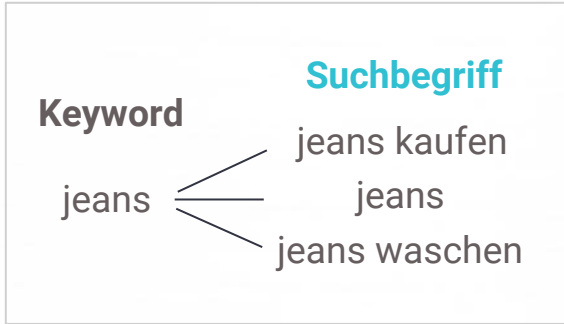
Performance-Unterschied zum
Durchschnitt (Conv. Rate)



Smart Bidding
Entscheidungen



Gebote für jeden einzelnen Suchbegriff



Keywords (Broad, Phrase)

Manuell: **Keyword**

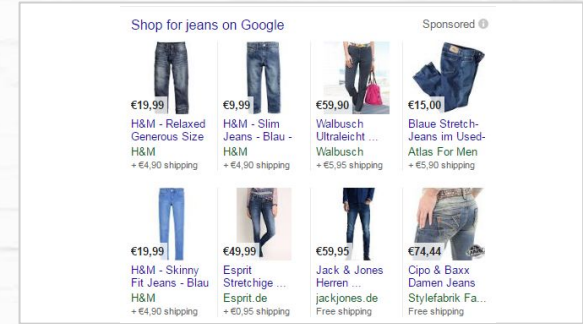
Smart Bidding: **Suchbegriff**



Dynamic Search Ads (DSA)

Manuell: **Kategorie**

Smart Bidding: **Suchbegriff**



Google Shopping

Manuell: **Produkt**

Smart Bidding: **Suchbegriff**

Agenda

1

Wie Automatisierung uns hilft

2

AdWords Smart Bidding

1. Was AdWords Smart Bidding so stark macht
2. Wie wir Ihnen helfen können, Ihre Ziele zu erreichen
3. Smart Bidding-Neuerungen abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse
4. Wie Sie Smart Bidding erfolgreich testen können

3

5 Punkte, die Sie heute mitnehmen sollten

AUTOMATISIERT SALES STEIGERN

Gebotsstrategien passend für Ihre Marketingziele

Enhanced CPC

Behalten Sie manuelle Kontrolle über Ihren CPC.

Im Schnitt 10 % mehr Conversions* (vs. manuelle Gebote)

Target CPA

Bieten Sie so, dass Sie mit Ihrem Ziel-CPA möglichst viele Conversions erzielen.

Im Schnitt 20 % mehr Conversions* (vs. manuelle Gebote)

Target ROAS

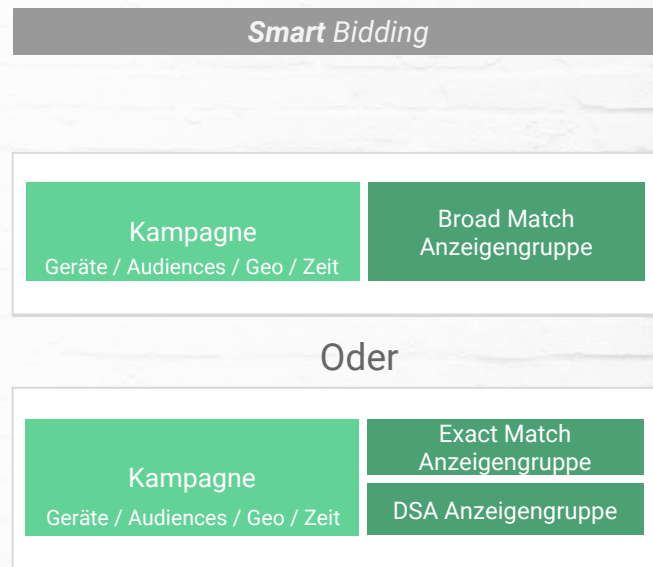
Optimieren Sie auf künftige Conversions und zugehörige Werte.

Im Schnitt 30 % höherer Conversionwert* (vs. manuelle Gebote)

* Statistiken beziehen sich auf Display Kampagnen

Bessere Performance und Zeitersparnis durch Kampagnenkonsolidierung

Manuelle Gebote		
Match Type	Broad Match Kampagne	Anzeigengr.
	Exact Match Kampagne	Anzeigengr.
	Phrase Match Kampagne	Anzeigengr.
Gerät	Mobile Kampagne	Anzeigengr.
	Desktop Kampagne	Anzeigengr.
	Tablet Kampagne	Anzeigengr.
RLSA	10 day (RLSA) Kampagne	Anzeigengr.
	20 day (RLSA) Kampagne	Anzeigengr.
	30 day (RLSA) Kampagne	Anzeigengr.
DSA	Dynamic Search Ads	Anzeigengr.



AUTOMATISIERT SALES STEIGERN

Machine Learning zur Neukundenakquise

„Durch Smart Bidding sind wir unabhängiger, weil der Automatisierungsgrad gestiegen ist. Wir schaffen es nun überwiegend Inhouse zu arbeiten und uns auf strategische und taktische Themen zu konzentrieren, als uns mit operativer Kampagnenarbeit aufzuhalten.“



Dennis Brill, Online Marketing Manager SEA bei CosmosDirekt

Mobile CPA sank
um 5 %

Anteil von Mobil
am Gesamtbudget
jetzt 25 %

Conversions
stiegen um 100 %

[Mehr Infos](#)

Agenda

1

Wie Automatisierung uns hilft

2

AdWords Smart Bidding

1. Was AdWords Smart Bidding so stark macht
2. Wie wir Ihnen helfen können, Ihre Ziele zu erreichen
3. Smart Bidding-Neuerungen abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse
4. Wie Sie Smart Bidding erfolgreich testen können

3

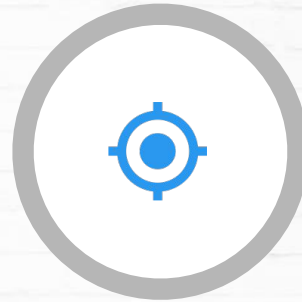
5 Punkte, die Sie heute mitnehmen sollten

AUTOMATISIERT SALES STEIGERN

Kontinuierliche Verbesserungen am Algorithmus



Vermehrte
und stärkere **Signale**



Höhere Präzision in der
Zielerreichung



AUTOMATISIERT SALES STEIGERN

Smart Bidding verwendet jetzt noch mehr Audience Signale



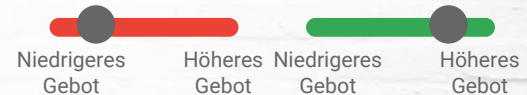
Stärkere **Audience** Signale (Anfang 2017)



Produkt letzten **Monat**
zum Warenkorb
hinzugefügt



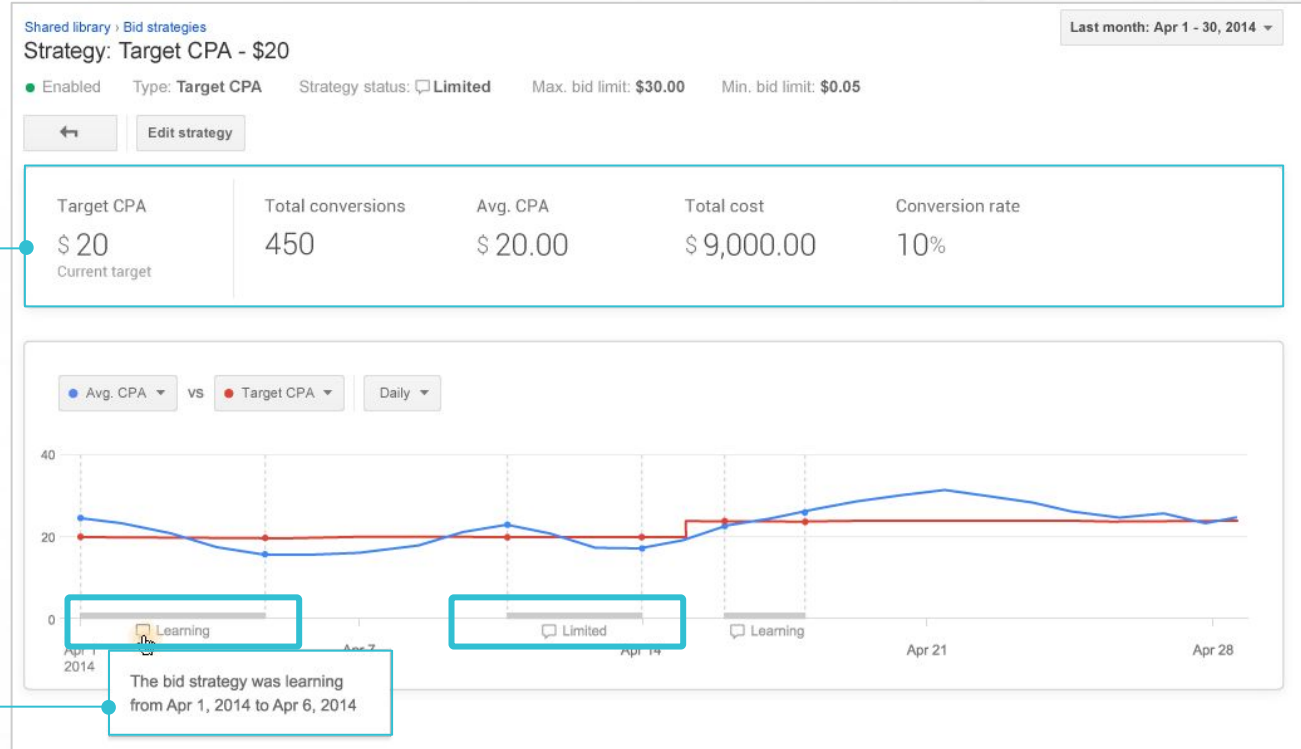
Produkt letzte **Woche**
zum Warenkorb
hinzugefügt



Performance im Zeitverlauf messen



Die Performance flexibler Gebotsstrategien im Auge behalten und auf Ihre KPIs hin optimieren

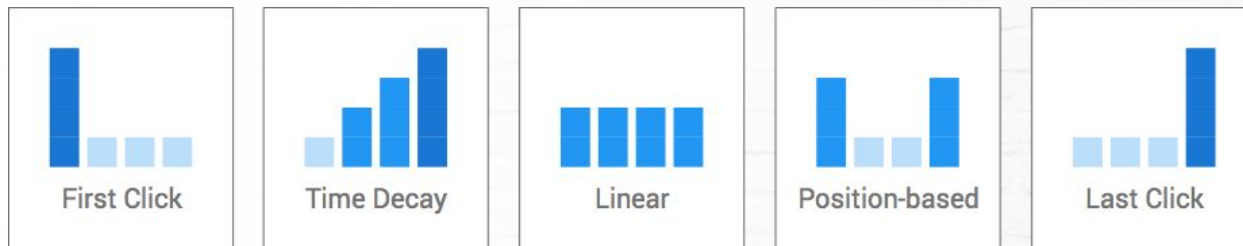


Einblicke in den Status und etwaige Limitationen der Gebotsstrategie erhalten

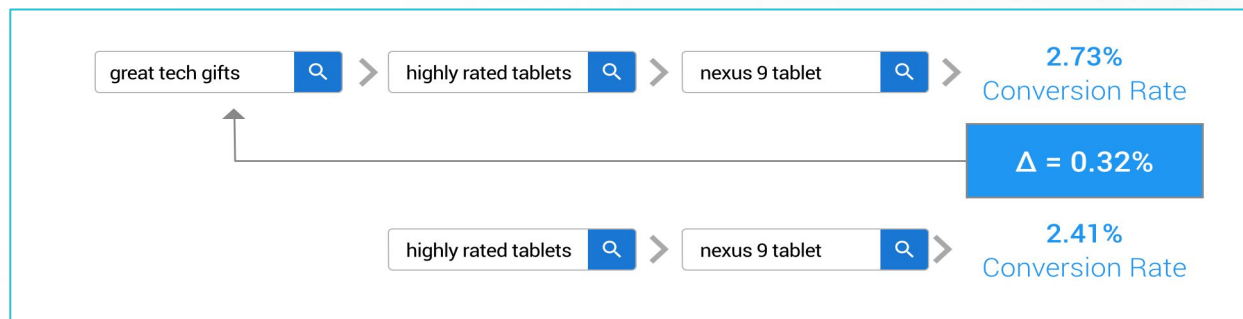
Noch smartere Bidding Entscheidungen durch datengetriebene Attribution



Regelbasiert



Datengetrieben



Agenda

1

Wie Automatisierung uns hilft

2

AdWords Smart Bidding

1. Was AdWords Smart Bidding so stark macht
2. Wie wir Ihnen helfen können, Ihre Ziele zu erreichen
3. Smart Bidding-Neuerungen abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse
4. Wie Sie Smart Bidding erfolgreich testen können

3

5 Punkte, die Sie heute mitnehmen sollten

Das Aufsetzen eines Pre- und Post-Tests



1. Target CPA einstellen

CPA-Ziel = Durchschn. 30-Tages-CPA
Min. 30 Conversions

**Kontroll-
zeitraum**
2+ Wochen

Lernphase
1+ Woche

Testzeitraum
2-4 Wochen

**Conversion
Delay**
~1 Woche

**Evaluieren /
Anpassen**

Aus Evaluierung
exkludieren!

Kampagnenstatus
im Auge behalten

Aus Evaluierung
exkludieren!

2. Pre-Post Evaluierung

(Lernphase und Conversion
Delay beachten und aus der
Analyse exkludieren)


3. Evtl. Zielanpassung

(im Rahmen von +/- 20 %)

A/B Tests mit Drafts & Experiments

Gewählter Anteil des Traffics am Experiment

Evaluierung der Performance


Experiment: New_Name
 Status: **Running**

Original campaign: [Holiday Travel](#)
 Experiment dates: [5/1/14 - 5/31/14](#) [Edit](#)

[Apply changes...](#)

May 1, 2014 - May 31, 2014 ▼

	Traffic share	Cost	Clicks	Cost per click	Conversions	Cost per conversion	Avg. position
Experiment	50%	\$7000 ▲	5000 ▲	\$2.00 ▲	130 ◇	\$2.50 ▼	1.8 ▲
Original	50%	\$6000	4000	\$1.50	121	\$2.60	1.7

Ad groups

Settings

Ads

Keywords

Audiences

Ad extensions

Auto targets


Display Network ▼


All ad groups ▼


Segment ▼

Filter ▼

Columns ▼





 AD GROUP

Edit ▼

Details ▼

Bid strategy ▼

Automate ▼

Labels ▼

Anzahl empfohlener Conversions pro Strategie

Enhanced CPC

Behalten Sie manuelle Kontrolle über Ihren CPC.

Im Schnitt 10 % mehr Conversions (vs. manuelle Gebote)

0*

Target CPA

Bieten Sie so, dass Sie mit Ihrem Ziel-CPA möglichst viele Conversions erzielen.

Im Schnitt 20 % mehr Conversions (vs. manuelle Gebote)

30*

Target ROAS

Optimieren Sie auf künftige Conversions und zugehörige Werte.

Im Schnitt 30 % höherer Conversionwert (vs. manuelle Gebote)

50*

AUTOMATISIERT SALES STEIGERN

Wir können Ihnen geeignete Testkampagnen empfehlen



Mithilfe von Gebotssimulatoren können wir Ihnen helfen, **Ergebnisse innerhalb Ihres Accounts entsprechend einzuschätzen**

Gebotssimulatoren erfassen und analysieren **Daten aus Anzeigenauktionen** unter Berücksichtigung von Informationen wie **Qualitätsfaktor**, **Keyword-Traffic** und **Wettbewerb** in der Anzeigenauktion.

<i>Kampagne 1</i>	100 Aktuelle Conversions	+30 Simulierter Conversion Uplift	+30 % Simulierter Conversion Uplift	+0 % Simulierte CPA-Änderung
<i>Kampagne 2</i>	82 Aktuelle Conversions	+19 Simulierter Conversion Uplift	+23 % Simulierter Conversion Uplift	+0 % Simulierte CPA-Änderung
...

Agenda

1

Wie Automatisierung uns hilft

2

AdWords Smart Bidding

1. Was AdWords Smart Bidding so stark macht
2. Wie wir Ihnen helfen können, Ihre Ziele zu erreichen
3. Smart Bidding-Neuerungen abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse
4. Wie Sie Smart Bidding erfolgreich testen können

3

5 Punkte, die Sie heute mitnehmen sollten

5 Punkte, die Sie heute mitnehmen sollten



1

Smart Bidding erlaubt es Ihnen, Ihre Zeit weniger auf manuelle, und dafür vermehrt auf **strategische Themen anzuwenden**

2

Smart Bidding ist der einzige Weg, automatisiert eine **unendliche Anzahl an Kombinationen von Datenpunkten in Sales umzuwandeln**

3

Vereinfachen Sie Ihre Account-Struktur, um Zeit zu sparen und Ihre Performance zu verbessern

4

Die beste Kampagnenperformance erzielen Sie mit **Target CPA/Target ROAS**

5

Wenn Sie Smart Bidding testen wollen, setzen Sie ein **sauberes Experiment** auf (A/B über Drafts & Experiments oder Pre/Post). Ein **ausreichender Testzeitraum** ist dabei essentiell.



Vielen Dank!

#twg17