



Weihnachten 2016 - Hochphase

November 2016

# Machen Sie jetzt das Fine-Tuning für das Weihnachtsgeschäft

- September/Oktober geben den Startschuss für die Weihnachtsvorbereitungen



Ihre November To-Do Liste für das kommende Weihnachtsgeschäft

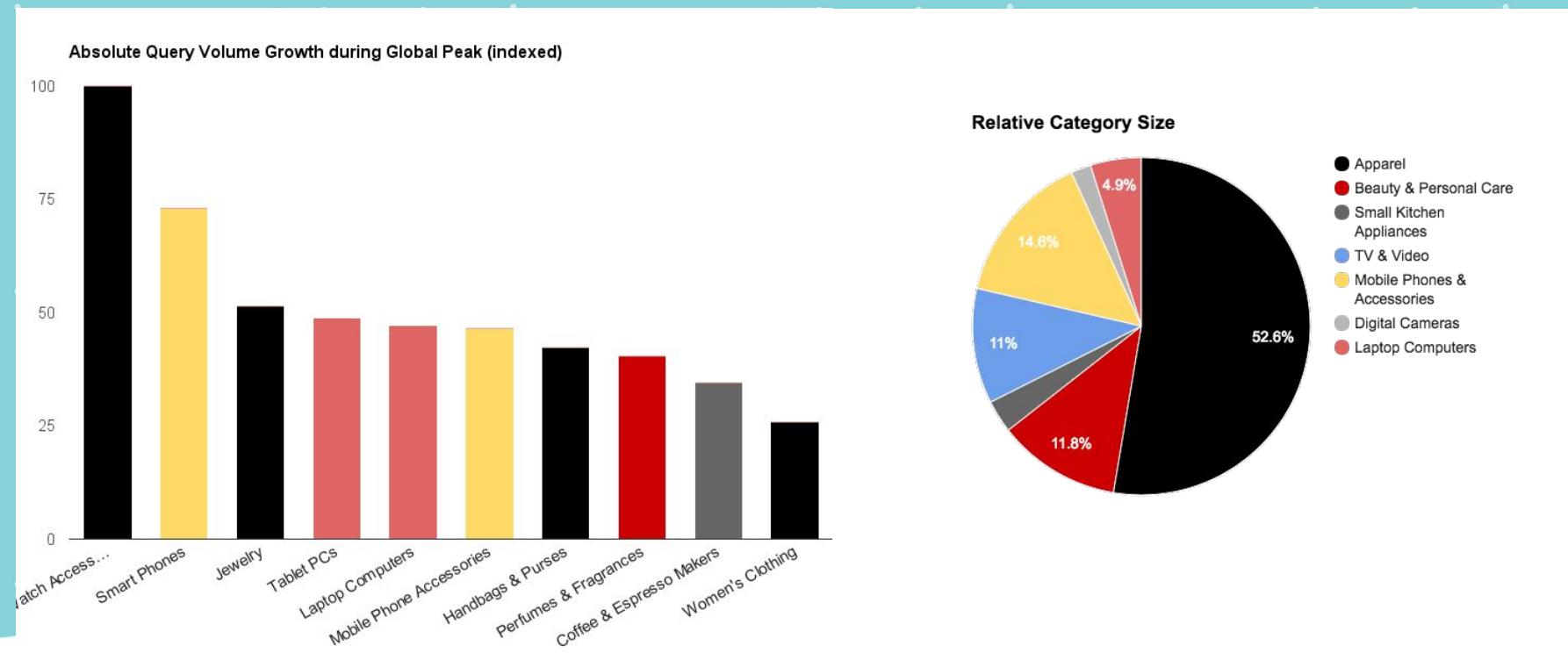


**Black Friday & Cyber Monday Tipps**

**Shopping-Tipps**

# Black Friday Deutschland - Was sagen die Daten?

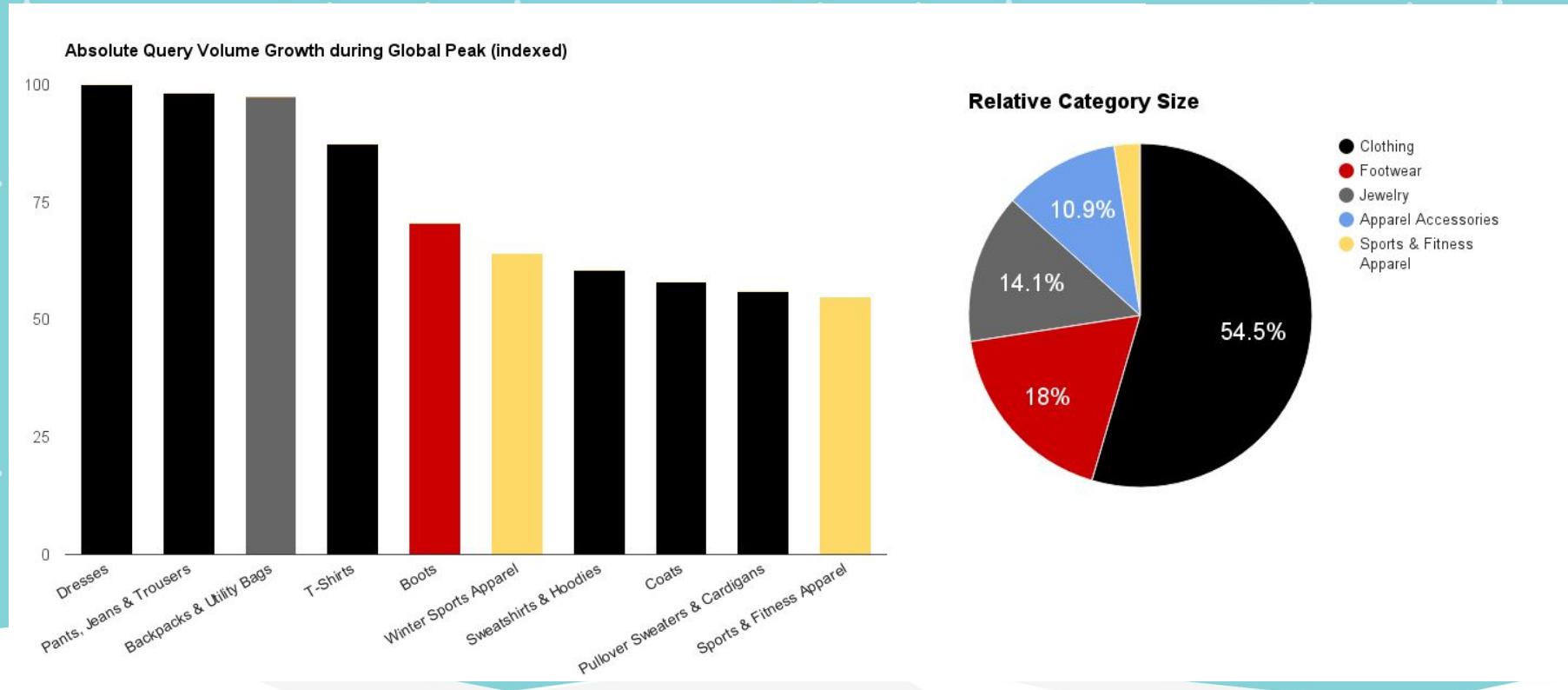
- Uhren und Mobiltelefone weisen das höchste absolute Wachstum bei den Suchanfragen auf



Quelle: Google Internal Analysis, search query volume compared between November Global Peak and previous month, 2015.

# Black Friday Deutschland - Was sagen die Daten?

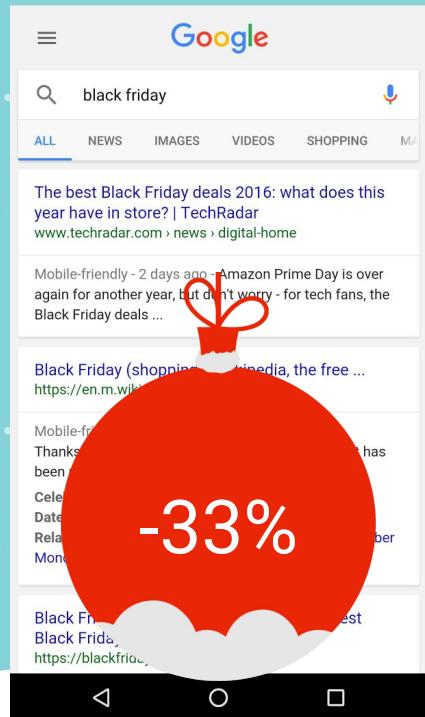
- Im Fashion-Bereich werden an diesem Tag insbesondere Kleider & Hosen gesucht



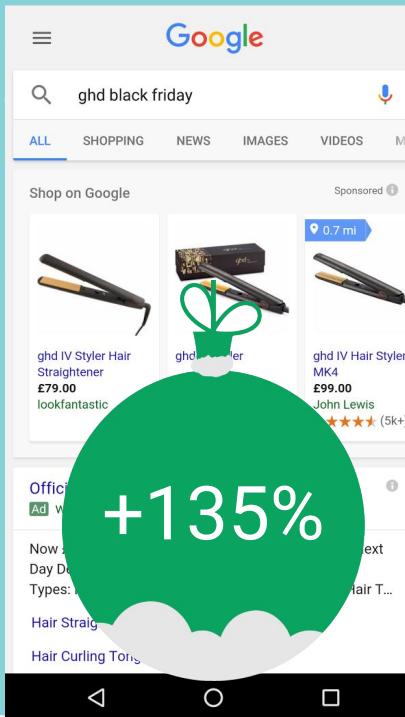
Quelle: Google Internal Analysis, search query volume compared between November Global Peak and previous month, 2015.

## Kunden suchen sehr spezifisch nach Black Friday Angeboten

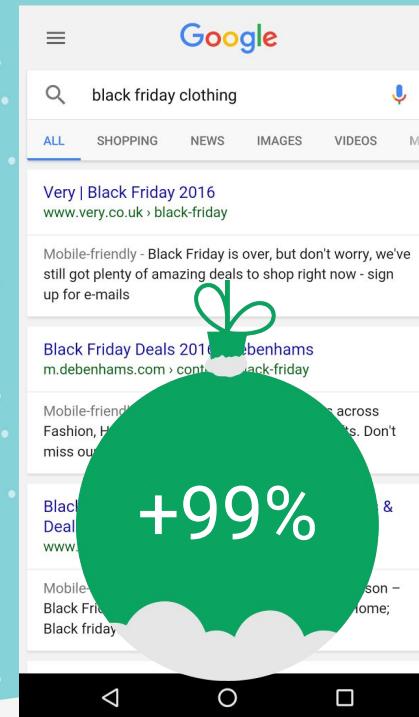
# Black Friday Generisch



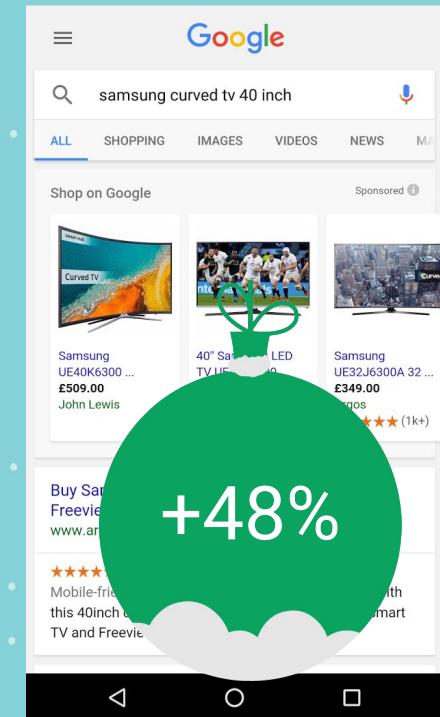
## Black Friday + Herstellermarke



## • Black Friday + Produktkategorie



## • Black Friday + Produkt



Source: Google Internal Data, Search Queries YoY (2015 vs. 2014)

# Mit DSA können diese neuen Suchanfragen in AdWords abgedeckt werden

- So funktionieren dynamische Suchtextanzeigen

1) Webseiten, Budgets und Anzeigen-Template definieren



Dynamically generated headline  
Enter Description line 1  
Enter Description line 2  
Enter Display URL

3) Wenn kein genau passendes Keyword hinterlegt ist, finden wir die passende Seite zur Suchanfrage



2) Suchanfrage findet statt

**budget hotel in new york city**

4) Google erstellt dynamisch eine Anzeigenüberschrift und Ziel URL

Budget Hotel in NYC  
[www.example.com](http://www.example.com)  
Hip, Stylish & Low Budget Friendly  
Convenient Location Book Online Now

# Saisonale Keywords nutzen und interessierte neue Nutzer ansprechen

Geschenke für Männer	Kleine Geschenke	Geschenk online	Babygeschenk Weihnachten
Originelle Geschenke	Personalisierte Geschenke	Individuelle Geschenke	Geschenkideen Weihnachten
Geldgeschenke	Originelle Geschenke	Geschenk	Geschenk für die Freundin
Weihnachtsgeschenke für die Familie	Weihnachtsgeschenk für Eltern	Selbstgemachte Geschenke zu Weihnachten	Geschenk für Mama zu Weihnachten
Geschenk verpacken	Minigeschenke Weihnachten	Kindergeschenke Weihnachten	Geschenk für Kollegen



Über 50% der Suchanfragen zu Black Friday finden auf mobilen Geräten statt



Quelle: Google global internal data, category query volume from Mobiles and Tablets, November 2015.

Categories: Apparel, Personal Care, Home & Garden, Occasions & Gifts, Retailers & General Merchandise, Sports & Fitness.

# Überprüfen Sie Ihre mobile Strategie in der Vorweihnachtszeit

## Mobile Opt-In



Zeigen Sie Präsenz auf Mobile und achten Sie darauf, dass alle relevanten Kampagnen auch auf mobilen Geräten eingeoptet sind.

## Mobile Gebot-anpassung



**mBids** beeinflussen unter anderem Ihre Anzeigenposition in den mobilen Suchergebnisseiten. Eine geringe Position bedeutet, weniger Klicks.

## Günstigere mobile CPAs



Viele Kampagnen haben sogar nach Last-Click Betrachtung **günstigere CPAs auf mobilen Geräten**. Pushen Sie ihre mobilen Käufe und profitieren Sie von günstigeren CPAs.



# Holen Sie das Meiste aus dem Black Friday Event heraus

- Sie können den über Black Friday/ Cyber Monday generierten Traffic über dynamisches Remarketing erneut targeten



- Remarketing Pixel auf ihrer Seite hinterlegt (Google Analytics oder Google Tag Manager)



“Audience” Liste mit Nutzern erstellen, die vor dem Flash Sale nach Black Friday gesucht haben

RLSA\*

Gezielte AdWords Suchtext Kampagnen erstellen: Desktop, Mobile und Tablet

Anzeigen im Google Display Netzwerk

\*Mehr Infos [hier](#)

# Erreichen Sie neue Kunden mit Similar Audience Listen

**2-3x**

Reichweite

**Höhere Reichweite**  
als mit der  
Original-Liste



**+30%**

Aktivere User

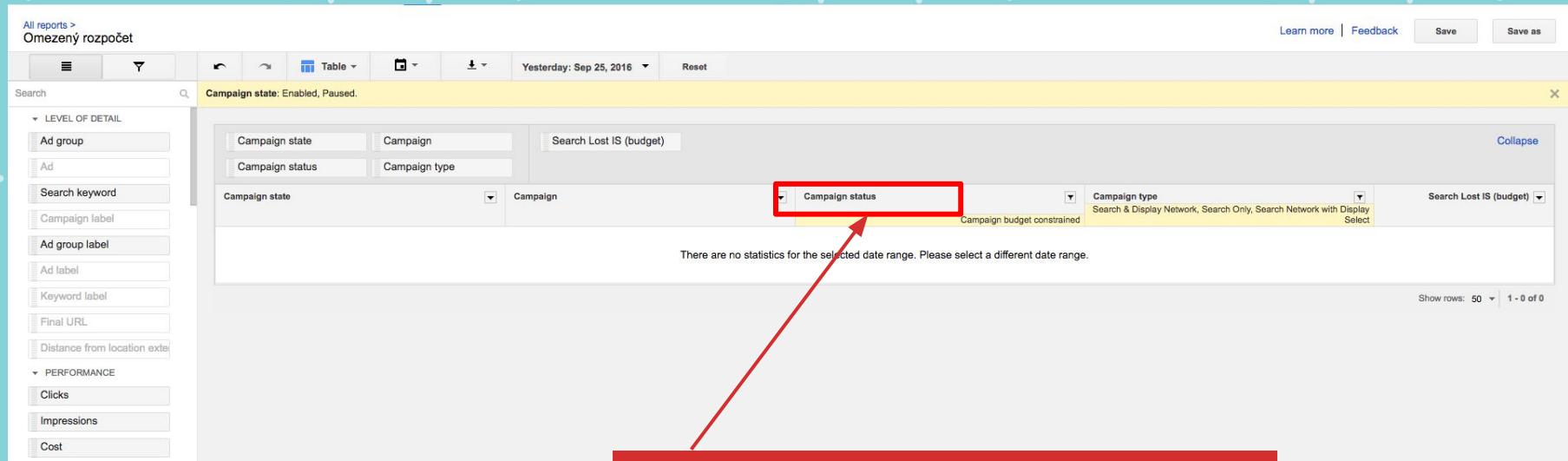
**Aktivere Nutzer**  
erhöhen ebenfalls die  
Reichweite da sie proaktiv  
nach Ihren Keywords suchen

**24 hs**

**Hohe Relevanz**  
da die Nutzer auf der Similar  
Audience Liste nur 24h in der  
Liste bleiben

# Vermeiden Sie Budgetlimitierungen zur Haupteinkaufszeit des Jahres

- So erstellen Sie einen automatisierten Custom Report



All reports > Omezený rozpočet

Campaign state: Enabled, Paused.

Search

LEVEL OF DETAIL

- Ad group
- Ad
- Search keyword
- Campaign label
- Ad group label
- Ad label
- Keyword label
- Final URL
- Distance from location exte

PERFORMANCE

- Clicks
- Impressions
- Cost
- CPC

Table

Yesterday: Sep 25, 2016

Reset

Campaign state: Enabled, Paused.

Campaign status: Campaign type

Search Lost IS (budget)

Campaign state: Campaign

Campaign

Campaign status: Campaign budget constrained

Campaign type: Search & Display Network, Search Only, Search Network with Display Select

Search Lost IS (budget)

There are no statistics for the selected date range. Please select a different date range.

Show rows: 50 | 1 - 0 of 0

Campaign Status Filter verwenden.  
"Limited by daily budget" Status auswählen



# Vermeiden Sie Budgetlimitierungen zur Haupteinkaufszeit des Jahres

- So erstellen Sie einen automatisierten Custom Report

Reports

+ REPORT  Pre-defined reports  Remove  Filter  Search saved reports  Hide old reports

Format:	Date range	Creation date	Created by	Last accessed
Excel .csv <input checked="" type="button"/>	Yesterday	Aug 24, 2016	ekubatova+AW1@google.com	Sep 19, 2016

Your saved reports

Omezený rozpočet

Schedule / Format

Format: Excel .csv

Send to:

No one (no emails needed)

Only me

All account users with access to view reports

Specific account users and me

No other account users

Frequency:

One time

Save  Cancel

Format & Versand-Intervall auswählen  
Email-Empfängerliste definieren

# Zeit für Account Hygiene: Verwenden Sie alle passenden Anzeigenerweiterungen

Es gibt einen 10-15%-igen Anstieg der CTR, wenn neue Anzeigenerweiterungen zur Suchanzeige hinzugefügt werden.



## 1 Sitelinks

goertz.de - Schuhe bei GÖRTZ - Herbsttrends und 0€ Versand  
Anzeige [www.goertz.de/Top-Marken/Schuhe](http://www.goertz.de/Top-Marken/Schuhe) ⓘ  
4.3 ★★★★  
Schuhe von Top-Marken im GÖRTZ Online Shop. Große Auswahl und Markenvielfalt!  
Typen: Stiefelletten, Stiefele, Schnürschuhe, Sneaker, Boots, Ballerinas, Pumps, Sandalen, Slipper  
Marken: Paul Green, Timberland, Tommy Hilfiger, Belmondo, Cox, Nike, Adidas, Gabor

Damenschuhe  
Herrenschuhe  
Kinderschuhe  
Neuheiten

Delivery till 23.12.

## 5 App

Example mobile app  
Ad [www.example.com/](http://www.example.com/)  
Example app is terrific!  
Buy example app now  
E [Download Example App Here](#)

## 2 Callouts

Delivery till 23.12.

## 6 Review

Mushroom Foraging Tours  
Ad [www.example.com](http://www.example.com)  
Find Chanterelles, Porcini, Oyster  
Mushrooms with a Fungi Guide!  
Most Sought-After Mushrooms Found – Example Journal

## 3 Call

## 4 Location

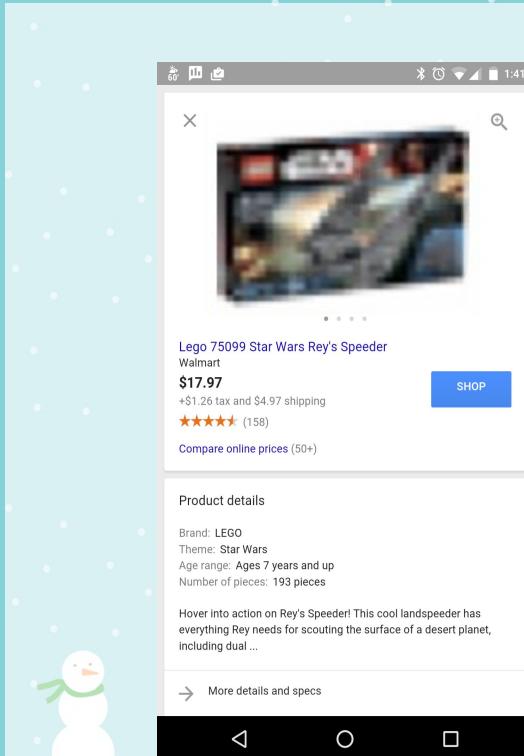
Buscot Travel Agency  
Ad [www.example.com/](http://www.example.com/)  
Visit Thames Valley Cheese Wharves  
Call Mimi for special rates  
Call

## 7 Structured Snippets

Hand-made Leather Boots  
Ad [www.example.com/boots](http://www.example.com/boots)

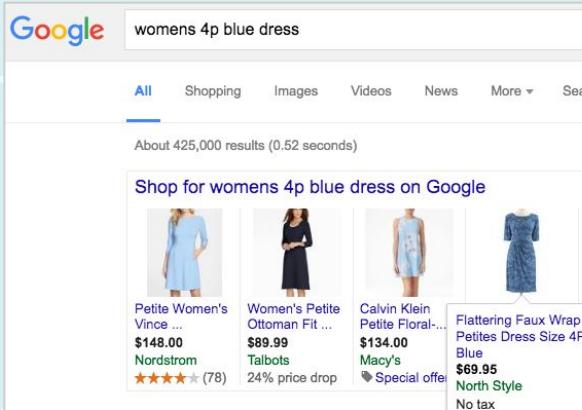
Durable and comfortable. Free Shipping.  
Styles: Chukka, Combat, Cowboy, Chelsea

# Feed-Spezifikationen: Bildgröße



- Alle Produkte die nicht der Kategorie “Bekleidung” angehören, benötigen eine Mindestgröße von 100x100 Pixel
- *Für die Kategorie “Bekleidung” bleibt das Minimum weiterhin 250x250 Pixel*
- Empfohlene Größe für alle Produkte ist mindestens 800x800 Pixel
- Bilddokumente bis zu 16MB erlaubt

# Feed-Spezifikationen: Farbe und Größe



- Seit 1. September 2016 sind Farbe und Größe Pflichtattribute in der Kategorie “Bekleidung & Accessoires”
  - DE, FR, JP, UK, US & BR
- Attributewerte im Feed sollten jenen auf der Landingpage entsprechen

## GTINS in allen Ländern - Deadline 14. Februar, 2017



- GTIN müssen verpflichtend für alle Produkte angegeben werden, die ein GTIN vom Hersteller aufweisen
- Aktuell nur verpflichtend in AU, BR, CH, CZ, DE, ES, FR, IT, JP, NL, UK und US.
- ***Die ersten Warnmeldungen werden schon in Q4 im Merchant Center sichtbar***

Angebote mit korrekten GTIN Angaben erhalten bis zu 40% mehr Klicks und können in mehr Shopping Anzeigenformaten dargestellt werden

# Stellen Sie sicher, dass die Datenqualität vollständig und genau ist

Key Data Quality Issues		
Produkt Ablehnung	Grund	Lösung
<b>Preis/ Verfügbarkeit stimmen nicht überein</b>	Preis oder Verfügbarkeit im Feed stimmen nicht mit den Angaben auf der Landingpage überein	Regelmäßige Feed-Updates. Verwenden Sie automatische Item Updates und Online Inventory Feed Updates
<b>Crawler Probleme</b>	Händler hat die robots.txt Datei geblockt	Webmaster muss die robots.txt Datei autorisieren die Produkte zu crawlen
<b>Fehlende Steuer und Versandkostenangaben</b>	Fehlende Steuer- und Versandkostenangaben	Vollständige und genaue Übergabe der Steuer- und Versandkostenangaben auf Konto <a href="#"><u>Konto und/oder Produkteebene</u></a> sicherstellen



# Das sind die Must-Haves für Ihre Shopping-Kampagnen

- Identifizieren Sie ihre Top Produkte des letzten Jahres mit Hilfe des Item ID Reports im Dimensionen-Tab
- Erstellen Sie eine eigene Kampagne für diese Produkte mit entsprechenden Geboten und Budgets oder nutzen Sie Labels wie “Xmas Bestseller”
- Überprüfen Sie direkt im AdWords Konto ob Ihre Bestseller Produkte abgelehnt sind: > Produkte Tab > Level Performance Data
- “Catch-All” Kampagne erstellen um alle Produkte abzudecken:
  - Neue Produkte die in den Feed kommen werden automatisch hinzugefügt
  - Geringe Priorität
  - Targeting auf “Alle Produkte”
- Mehr Tipps finden Sie [hier](#)





Viel Erfolg bei den Implementierungen.