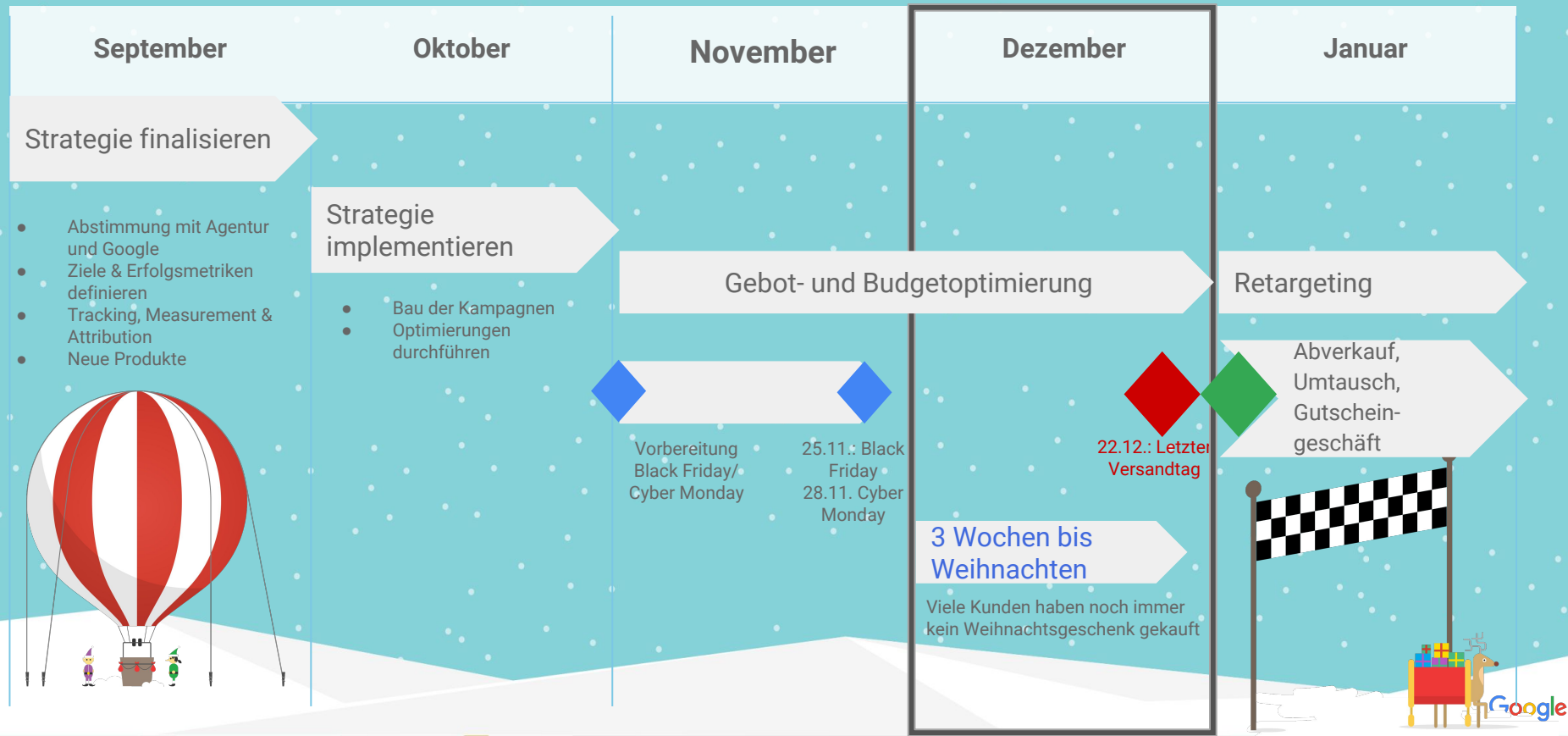




Weihnatskalender

Dezember liegt ganz im Zeichen von Last-Minute Vorbereitungen



Ihre Dezember To-Do Liste für den Weihnachtsendspurt



Last Minute Tips

Apps

Nachweihnachtsgeschäft

Ihre Dezember To-Do Liste für den Weihnachtsendspurt



Last Minute Tips

Apps

Nachweihnachtsgeschäft

Last Minute Anpassungen für die Google Suche

Anzeigen-Texte und Erweiterungen im Suchnetzwerk anpassen:

- Weihnachts-Promotions im Anzeigentext anpassen
- Anzeigenerweiterungen gegebenenfalls austauschen
- Promotion Extension (Beta) in englischsprachigen Kampagnen erstellen

Creatives im Google Display Netzwerk austauschen:

- Saisonale Display-Kampagnen pflegen und gegebenenfalls das Bildmaterial austauschen (z.B. Weihnachts-Kick-Off vs. Weihnachts-Closing mit letztmöglicher Bestellung & Lieferung vor dem Fest)



Tipp:
Kalkulieren Sie Zeit
für den Google
Überprüfungs-
prozess ein



Anzeigenerweiterungen machen Ihre Anzeigen relevanter

Empfehlung: Aktivieren Sie die folgenden 3 Anzeigenerweiterungen, plus zumindest eine weitere Erweiterung entsprechend ihrer Kommunikationsstrategie

Sitelinks	Callouts	Structured Snippets
Führt Nutzer zu einer relevanten Landing Page	Heben Sie Ihren USP hervor	Detaillierte Informationen zu Ihren Produkten und Dienstleistungen



Standort-	Anruf-	App-	Reviewerweiterung
-----------	--------	------	-------------------

Pushen Sie Ihr Weihnachtsgeschäft mit den neuen Promotion-Erweiterungen

Promotion Typ:

Entweder “% discount”
oder “€ discount”

Währung:

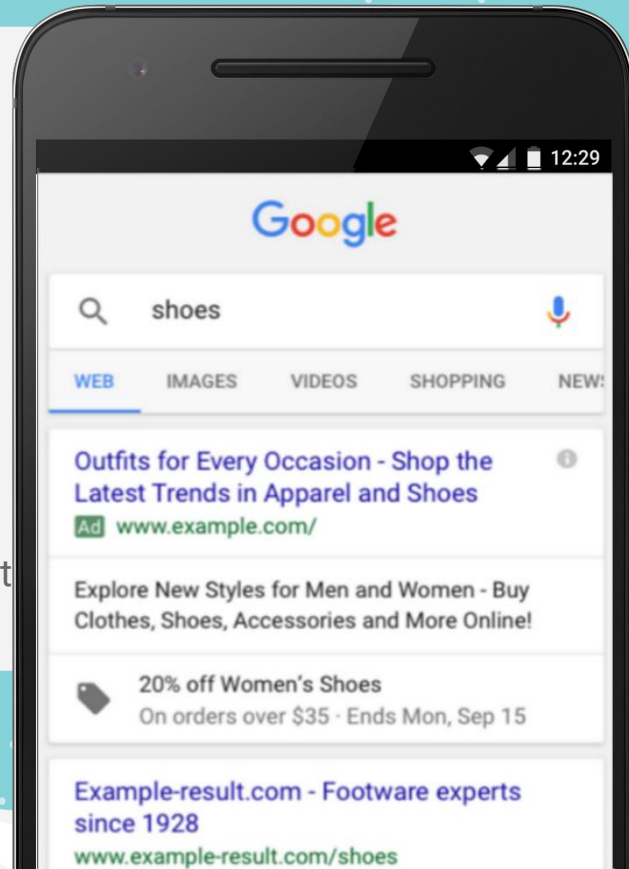
USD(\$), AUD(\$),
CAD(\$), EUR(€),
GBP(£), NZD(\$)

Sprache:

Englischsprachige
Kampagnen (global)

Unterstützte Geräte:

Mobile, Desktop, Tablet

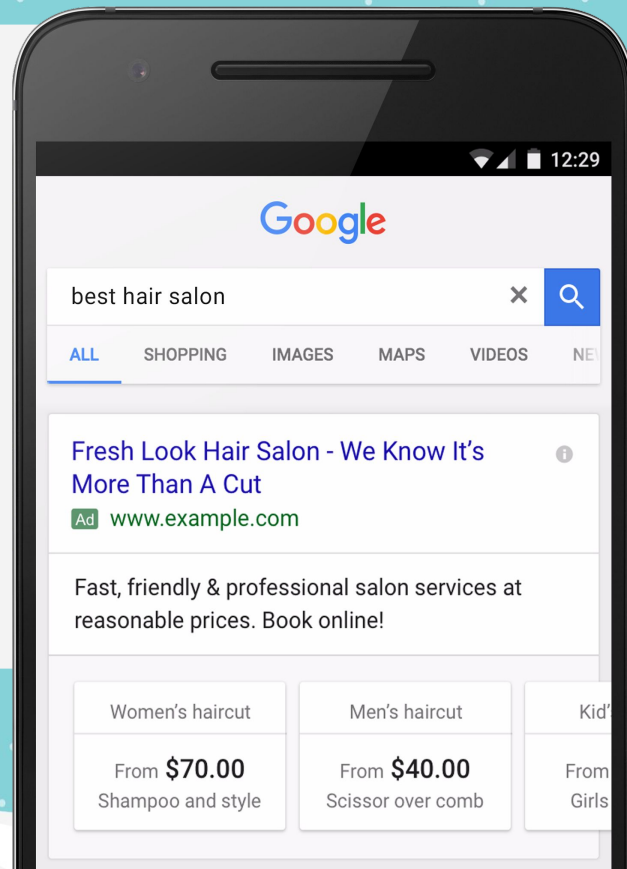


Kommunizieren Sie Ihre Weihnachtsangebote mit Preis-Erweiterungen



Update: Statt wie bisher 3 Angeboten, können nun bis zu 8 Karten mit Preisinformation in dieser Anzeigenerweiterung gezeigt werden.

Jede Karte zeigt ein Produkt oder eine Dienstleistung inkl. Beschreibung, Preis und Link zur relevanten Landingpage.



Budgetbeschränkungen in der Haupteinkaufszeit des Jahres vermeiden

- **Schätzen Sie Ihre Ausgaben:** Rufen Sie die Daten zum Weihnachtsgeschäft früherer Jahre auf und vergleichen Sie die Daten mit den **aktuellen Trends** Ihres Kontos.
- **Verpasste Zugriffe verhindern:** Erhöhen Sie Ihr Budget für die Tage, an denen Ihr Anteil an möglichen Klicks in den Vorjahren gesunken, bei Ihrer Konkurrenz jedoch gestiegen ist oder Sie ein erhöhtes Suchvolumen verzeichnet haben.
- **Flexible Budgets:** Gestalten Sie Ihre Budgets flexible, um die Höhen und Tiefen des Weihnachtsgeschäfts zu überstehen.



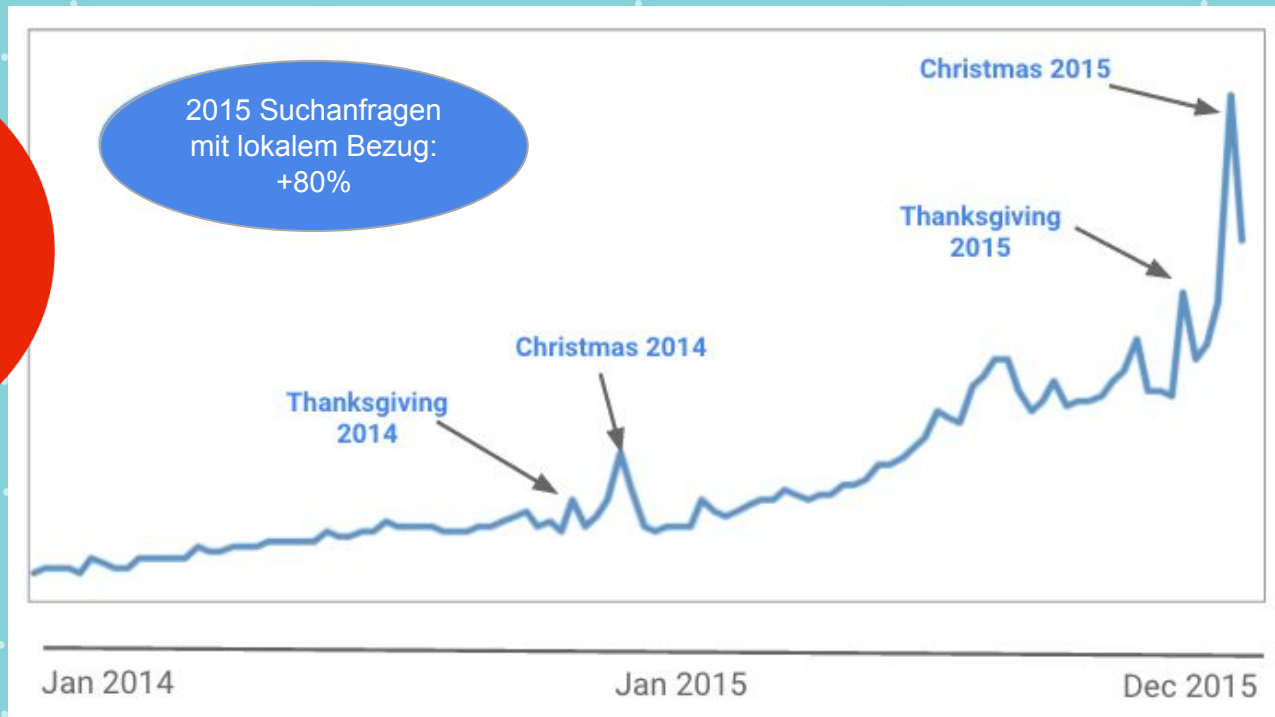
Tipp:
Flexible Budgets um
erhöhte Nachfrage
abzudecken



Suchanfragen mit lokalem Bezug erreichen Höchstwerte vor den Feiertagen

Tipp:

Erhöhte lokale
Nachfrage auch
digital bedienen



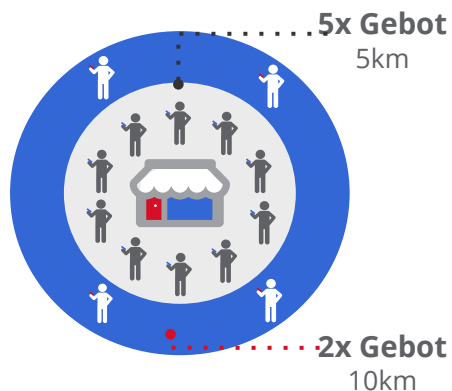
Die beste Performance während den Feiertagen erreichen

Mobile First

- Vergleichen Sie das Mobile vs. Desktop Conversion Rate Verhältnis
- In geeigneten Kampagnen mobile Gebote erhöhen

Advanced Targeting

- Mobile Gebote und lokale Gebotsanpassungen rund um Ihre Ladengeschäfte anpassen

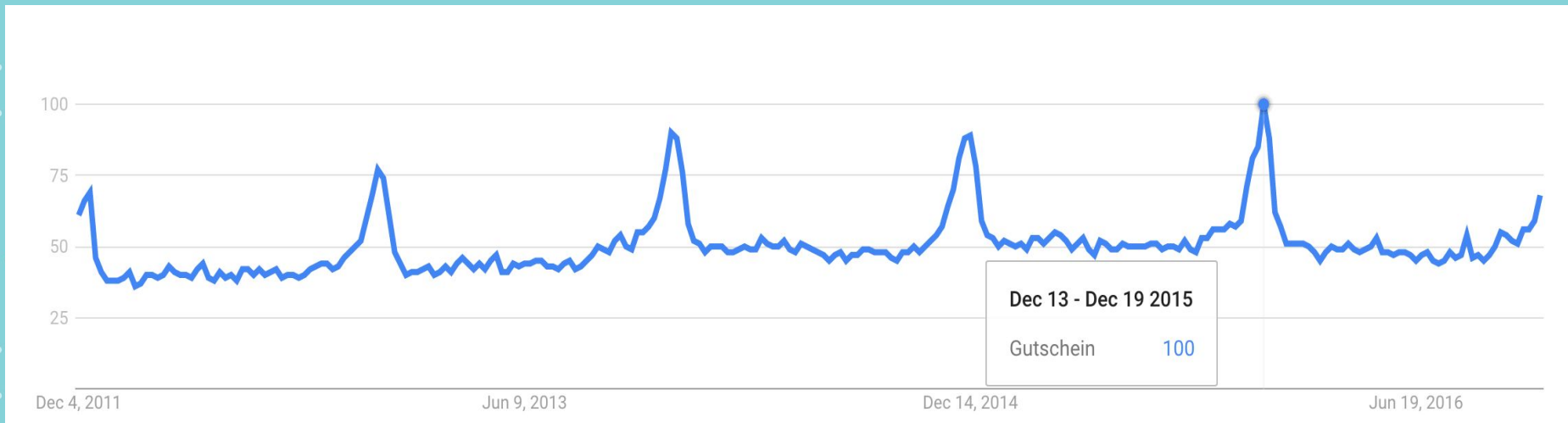


Bonus Strategy

- Separate Promotion Kampagnen aufsetzen
- Aggressive Gebote in der Vorweihnachtszeit
- Höhere Kampagnen-Prioritäten für diese Kampagnen erstellen
- Sie können separate RLSA Listen für Ladenbesucher erstellen und gezielt auf diese Nutzer bieten

Gutscheine sind ein beliebtes Last-Minute Weihnachtsgeschenk

Kurz vor Heiligabend erreicht das Suchvolumen nach Gutscheinen jedes Jahr einen signifikanten Anstieg



Keyword-Pflege leicht gemacht

- ❑ Ermitteln Sie **fehlende Keywords**: Keyword-Bericht für denselben Zeitraum des Vorjahres erstellen.
- ❑ Bericht nach Keywords, mit denen Conversions generiert wurden, filtern und Ergebnisse mit aktuellen Keyword-Liste vergleichen.
- ❑ **Keyword-Optionen erweitern** und alle relevanten Suchanfragen erfassen.
- ❑ Für leistungsstarke Keywords vom Typ "Genau passend" gleichlautende Keywords mit den Optionen "Passende Wortgruppe" und "Weitgehend passend" erstellen.
- ❑ **Relevante Keywords** auch als Targeting-Option in GDN-Kampagnen hinterlegen.



Tipp:
Analysieren Sie die
performantesten
Keywords des
Vorjahres

Ihre Dezember To-Do Liste für den Weihnachtsendspurt



Last Minute Tips

Apps

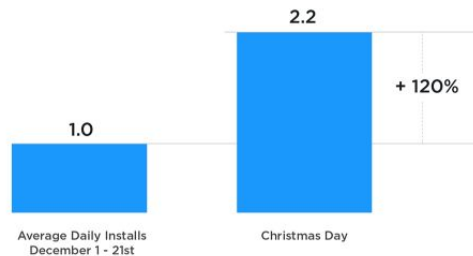
Nachweihnachtsgeschäft

Neue Smartphones sind ein beliebtes Weihnachtsgeschenk

Neue Apps werden installiert: Die meisten App-Downloads finden an Weihnachten statt.



App Installs on Christmas Day Index
(US Only)



Source: Flurry Analytics, December 1 - 25, 2015

Quelle: Flurry Analytics, 1. bis 25. Dezember 2015

3 Tipps zur App-Promotion während den Feiertagen



Target CPI höher einstellen & Budgetgrenzen öffnen

Während der Feiertage ist der Auktionsdruck hoch.



Creatives saisonal anpassen

Anzeigenrelevanz erhöhen und Klickrate verbessern



Optimieren Sie die Kampagnensteuerung

Keine manuelle Optimierung während der Feiertage. Universal App Campaigns übernimmt die Arbeit. Sie konzentrieren sich auf die relevanten KPIs.



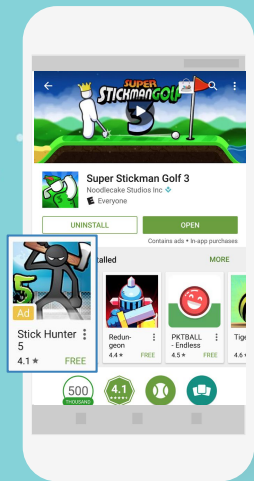
Weitere Ideen, um Ihre App in der Download stärksten Zeit des Jahres zu promoten

- ❑ Ergänzen Sie App-Erweiterungen in Ihren Textanzeigen.
- ❑ Targeten Sie neue Geräte mit AdMob, um Nutzer anzusprechen, die Ihre neuen Geräte zum ersten Mal in Betrieb nehmen und personalisieren.
- ❑ YouTube: Promoten Sie App Downloads auf Ihren TrueView-Kampagnen (z.B. Companion Banner).
- ❑ Reaktivieren Sie Ihre bestehenden Nutzer mit App-Re-Engagement Kampagnen.

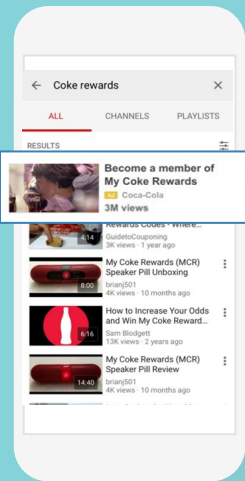


Universal App Campaigns sind der einfachste Weg App Downloads zu pushen

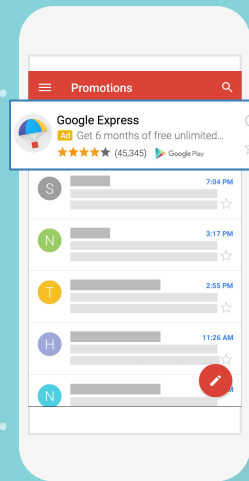
UAC bietet nun noch mehr exklusives Inventar, welches nicht auf Search, Video und Display verfügbar ist



Play Browse
in Clusters



Suche
auf YouTube



Promotions
in Gmail



Ihre Dezember To-Do Liste für den Weihnachtsendspurt



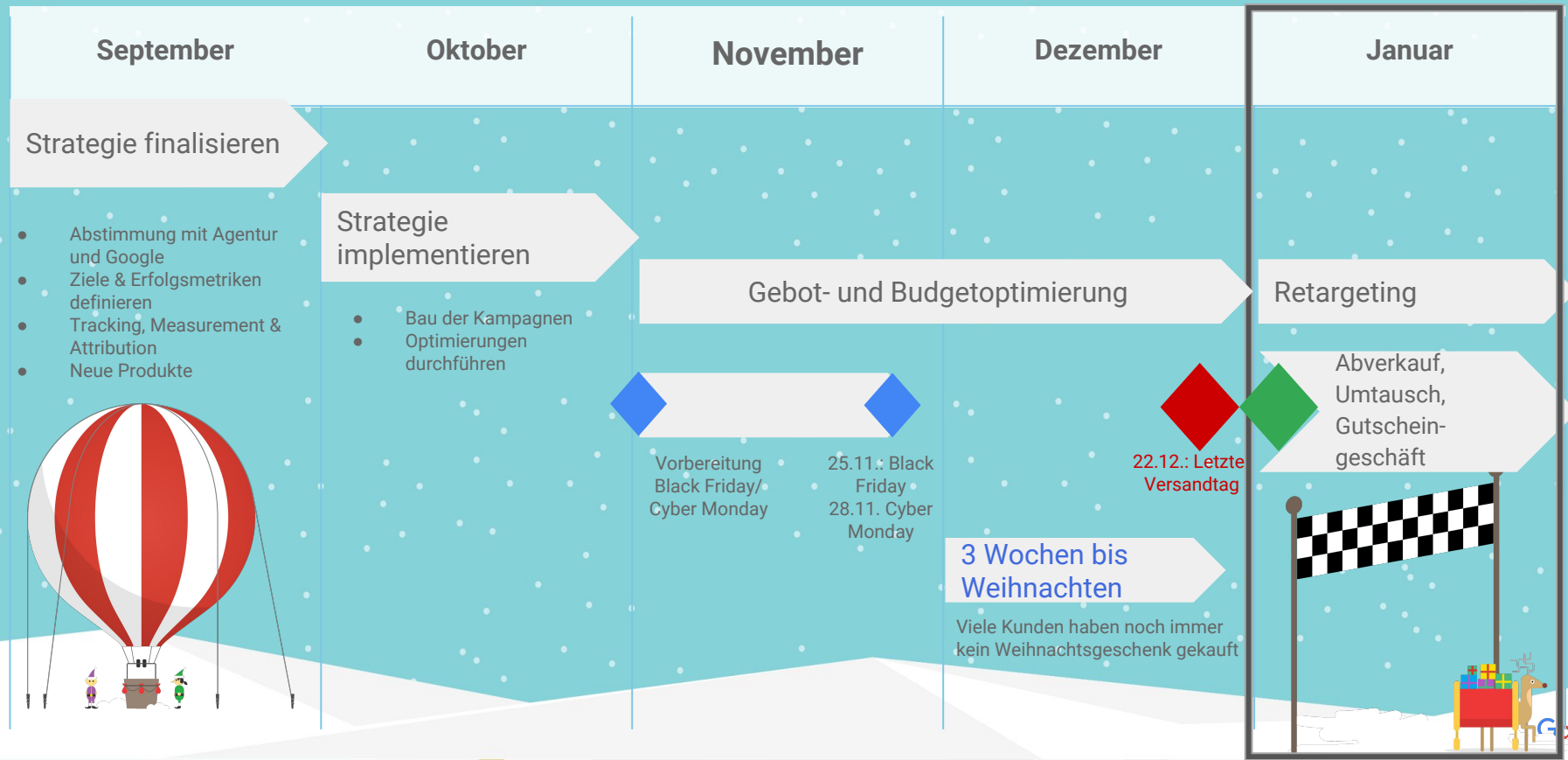
Last Minute Tips

Apps

Nachweihnachtsgeschäft

Weihnatskalender - Nachweihnachtsgeschäft

Dezember liegt ganz im Zeichen von Last-Minute Vorbereitungen



Was passiert nach Weihnachten?

- ❑ Viele Werbetreibenden starten mit dem **Abverkauf** nach Weihnachten
- ❑ **7. & 8. Januar** sind das erste (Einkaufs-)Wochenende nach den Feiertagen
- ❑ **Geldgeschenke** und **Gutscheine** sind beliebte Geschenke, die nach der Bescherung eingelöst werden
- ❑ Ungeliebte Weihnachtsgeschenke werden umgetauscht



Suchanfragen zum Thema “Umtausch” steigen kurz nach Weihnachten an

Letztes Jahr erreichte das Suchvolumen nach dem Begriff “Umtausch” am 27. Dezember einen Höchstwert



Reagieren Sie auf die steigende Nachfrage zum Geschenke-Umtausch

- ☐ **Neue Keywords** einbuchten: Erstellen Sie neue Kombinationen in Ihren Keyword-Listen (z.B. Umtausch, umtauschen, zurückschicken etc.)
- ☐ **Generische Keywords** (z.B. Geschenkeumtausch) mit Remarketinglisten für Suchanzeigen kombinieren. Steigerung der Relevanz Ihrer Anzeigen.
- ☐ Richten Sie **Standorterweiterungen** ein und ermöglichen Sie den Nutzern eine direkte Navigation zu Ihrem lokalen Geschäft, um den Umtausch direkt im Ladengeschäft durchzuführen.
- ☐ **Account Hygiene Check** durchführen - Passen Sie Ihre Anzeigentexte der Nachweihnachtszeit an.

Bevor Sie sich in den Weihnachtsurlaub verabschieden...

...prüfen Sie Ihre AdWords Konto- und Kampagneneinstellungen

- (1) Gibt es zum Jahresende auslaufende Kampagnen, die auch im neuen Jahr relevant sind? → Kampagnen-Enddatum erweitern
- (2) Gibt es **saisonale Kampagnen**, die nach den Feiertagen nicht mehr relevant sind? → Kampagnen-Enddatum prüfen
- (3) Überprüfen Sie zum Jahresende auslaufende **Budgetaufträge**



