

## Adwords Kampagnen Short Head vs. Long Tail

## Kampagnen **MIT** Markenpositionierung

- Short Head Begriffe nach Suchvolumen recherchieren
- Eigene Kampagne erstellen
- Keywords auf „Genau passend“ einstellen
- Anzeigenerweiterungen nützen
- Tagesbudget festlegen
- Cost per Click einstellen bzw. definieren
- Ziele definieren
- Google Analytics mit Adwords verknüpfen
- Conversion messen & kontrollieren

## Kampagnen **OHNE** Markenpositionierung

- Stärken hervorheben
- Leistungen und Angebote als Keywords definieren
- Eigene Kampagnen pro „Leistung und Angebot“ erstellen
- Länderspezifische Ausdrucksweise berücksichtigen D, CH, A
- Keywords auf „weitgehend passend“ einstellen
- Nicht relevante Keywords ausschließen
- Saisonzeiten berücksichtigen
- Anzeigenerweiterungen nützen
- Tagesbudget festlegen
- Cost per Click einstellen bzw. definieren
- Ziele definieren
- Google Analytics mit Adwords verknüpfen
- Conversion messen & kontrollieren

	<b>MIT Markenpositionierung</b>	<b>OHNE Markenpositionierung</b>
<b>Keywords</b>	1 bis 2 Wortkombinationen	mehr Wortkombinationen
<b>Ausrichtung</b>	[genau passend]	Weitgehend passend mit - ausschliessende Keywords
<b>Beispiele</b>	Hotel „Ortsname“ Hotel „Hotelname“	„Biohotel in den Alpen mit Zirbenbett“
<b>Einsatz in %</b>	70% Short Head 30% Long Tail	70 % Long Tail 30 % Short Head

media consulting **TEGISCHER**  
Franz von Defregger Strasse 14 a  
A-9900 Lienz

tel.: +43 (0)699 181 44735

web: [www.tegischer-consulting.at](http://www.tegischer-consulting.at)

mail: [office@tegischer-consulting.at](mailto:office@tegischer-consulting.at)