

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

	MIT Markenpositionierung	OHNE Markenpositionierung
Keywords	1 bis 2 Wortkombinationen	mehr Wortkombinationen
Ausrichtung	[genau passend]	Weitgehend passend mit - ausschliessende Keywords
Beispiele	Hotel „Ortsname“ Hotel „Hotelname“	„Biohotel in den Alpen mit Zirbenbett“
Einsatz in %	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

mail: office@tegischer-consulting.at