

So holst du das meiste aus BlackFriday, Cyber Monday, X-Mas und Co. raus

Zeitplan



Zeitplan

Zeitpunkt	Maßnahmen
Ca. 2 Monate zuvor	<ul style="list-style-type: none"> - Planung der Aktionen - Budgetplanung - Evtl. Erstellung eigener Landing Pages - Evtl. Briefing der Grafik für Creatives - Planung neuer Kampagnenformate/ -erweiterungen
Ca. 2 - 4 Wochen zuvor	<ul style="list-style-type: none"> - Schreiben neuer Anzeigentexte - Finalisierung neuer Creatives (Korrekturschleifen)
Ca. 1 - 2 Wochen zuvor	<ul style="list-style-type: none"> - Anlegen von Erweiterungen in Google Ads (Zeiträume richtig einstellen) - Anlegen von Merchant Center Aktionen (mögliche Ablehnungen und Überprüfungszeitraum einplanen) - Anlegen neuer Kampagnen/Kampagnenerweiterungen (Zeiträume richtig einstellen/Regeln zur Aktivierung einstellen)
3 - 5 Tage zuvor	<ul style="list-style-type: none"> - Überprüfen, ob es Ablehnungen/Einschränkungen der neuen Anzeigen/Erweiterungen/MC Aktionen gibt - Ggf. Anpassungen vornehmen
The Day(s) of	<ul style="list-style-type: none"> - Auf Ablehnungen/Einschränkungen achten - Eingeschränkte Budgets vermeiden - KPIs beobachten - Ggf. Anpassungen
The Days after	<ul style="list-style-type: none"> - Ggf. Kampagnen/Erweiterungen pausieren, wenn ohne Laufzeit erstellt - Ggf. Datenausschluss erstellen