

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

## Zeitplan



# Zeitplan

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