

Unsere 10 + 1 besten PPC-Marketing-Tipps



Kanalübergreifende
Strategien
für deine Ziele!

UNSERE 11 BESTEN PPC-MARKETING TIPPS



Mit **Social Media Ads** weckst du das Interesse der Nutzer:innen, die anschließend eine Suche bei **Google** initiieren. Welche kleinen Tricks du anwenden kannst, um dein **PPC-Marketing zu verbessern** und sowohl deine Paid Social als auch deine Google **Performance aufs nächste Level** zu bringen, zeigen wir dir in unserem neuen Paper! Teste sie doch direkt mal aus!

PPC-Marketing Tipps

- 1. Neukundenakquise**
Gib Google und Meta das Signal, dass dir Neukunden mehr wert sind als Bestandskunden. Pushe damit die Aussteuerung deiner Anzeigen in Richtung Neukunden oder schließe die Bestandskunden vollständig aus deiner Bewerbung aus.
- 2. Mehr Daten**
Reichere deine Daten um Soft-Conversions an, um den Algorithmus mehr füttern und Google mehr Signale geben zu können. Bringe diese miteinander ins Verhältnis, um sie sinnvoll für die Optimierung nutzen zu können. Wenn du beispielsweise bislang auf Kauf ausrichtest, kannst du AddToCart in Zukunft mit tracken und mit einem passenden Wert versehen.
- 3. Gewinnmaximierung**
Passe dein Tracking an, um deine Kampagnen in Richtung eines maximalen Gewinns oder Ziel-POAS (Profit on Ad Spend) anstelle eines maximalen Umsatzes oder Ziel-ROAS zu optimieren. Hierzu muss das Tracking angepasst und die Marge an Google übergeben werden. Anschließend kannst du diese Daten zur Optimierung deiner Kampagnen nutzen.



4. **Retourenquote minimieren**
- Lade deine Retourendaten in regelmäßigen und möglichst engen Abständen bei Google Ads hoch, damit Google diese Signale für eine optimierte Aussteuerung an Nutzer:innen mit einer geringeren Retourenwahrscheinlichkeit nutzen kann.

5. **Optimierung auf Sales anstelle von Leads**
- Nicht jeder Lead führt zu einem Sale. Daher ist es wichtig, Google und Meta mitzuteilen, welche Leads tatsächlich zu Verkäufen geführt haben. Indem du beides miteinander ins Verhältnis bringst, kannst du deine Strategie auf die Maximierung von Sales statt auf die bloße Generierung von Leads ausrichten.

Sowohl bei Meta als auch bei Google hast du die Möglichkeit, Leads zu bewerten und dem Algorithmus zeigen, welche Leads qualitativ hochwertig sind.



6. Zielgruppenanalyse und -ansprache

- Um deine Anzeigen optimal auf deine Zielgruppe abzustimmen und besser zu verstehen, ob sie stärker auf das Thema Nachhaltigkeit, Qualität oder Lieferzeit reagieren, ist es wichtig, eine gründliche Analyse der Kundenbewertungen durchzuführen oder ein Value Proposition Canvas zu erstellen. Auf diese Weise gewinnst du wertvolle Einblicke in die Bedürfnisse und Probleme deiner Zielgruppe, die du gezielt nutzen kannst, um deine Anzeigen effektiver auszurichten.



7. Kreative Inhalte

- Gestalte überzeugende Creatives, die deine Zielgruppe direkt ansprechen und fesseln. In der Regel ist das Creative der erste Berührungspunkt, den potenzielle Kunden mit deiner Marke haben – und der entscheidende Moment, in dem ihre Aufmerksamkeit gewonnen werden muss.



Setze auf unterschiedliche Konzepte und visuelle Elemente, um sofort ins Auge zu fallen und Interesse zu wecken. Dabei solltest du unterschiedliche Ansätze ausprobieren, um herauszufinden, welche Kombinationen aus Design, Botschaft und Emotionen am besten bei deiner Zielgruppe ankommen. Hochwertige und kreative Inhalte sind der Schlüssel, um in der Flut an Informationen hervorstechen und nachhaltig im Gedächtnis zu bleiben.

8. **Nutze Trends**

- . Nutze aktuelle Trends, besondere Anlässe und saisonale Ereignisse, um deine Social-Media-Anzeigen noch wirkungsvoller zu gestalten und die Aufmerksamkeit deiner Zielgruppe gezielt auf dich zu lenken. Indem du zeitgemäße Themen und relevante Events geschickt in deine Kampagnen integrierst, schaffst du es, deine Marke im richtigen Moment ins Rampenlicht zu rücken. Diese Dynamik verleiht deinen Anzeigen zusätzliche Relevanz und hebt sie von der Masse ab, was letztlich zu einer stärkeren Resonanz und höheren Interaktion führt.



9. **Nutze das Potenzial deiner Produkte**

- . Setze gezielt auf deine umsatzstärksten und bewährten Produkte, um unmittelbar mehr Umsatz zu erzielen und gleichzeitig den Algorithmus mit wertvollen Daten zu versorgen. Indem du deine Best Performer in den Vordergrund stellst, beschleunigst du die Beendigung der Lernphase, was es dir ermöglicht, deine Werbekampagnen schneller und präziser zu optimieren. So maximierst du nicht nur die Effizienz deiner Kampagnen, sondern stärkst auch nachhaltig das Wachstum deines Unternehmens.



10. **Server-side Tracking**

Das Server-side Tracking für Google und Meta bietet eine zuverlässige Methode, um die Datenqualität deiner Kampagnen zu verbessern und präzisere Einblicke in das Nutzerverhalten zu gewinnen. Im Gegensatz zu client-seitigem Tracking, das durch Ad-Blocker und Browser-Einschränkungen beeinträchtigt werden kann, sorgt Server-side Tracking dafür, dass wichtige Ereignisse wie Conversions korrekt erfasst werden. Dadurch kannst du die Lernphase des Algorithmus beschleunigen, die Anzeigen gezielter ausrichten und letztlich die Effizienz deiner Werbeausgaben steigern.

11. **Remarketing**

Mit Google Ads kannst du gezielt Nutzer:innen ansprechen, die zuvor eine Meta Anzeige gesehen haben. Die Zielgruppe musst du zuvor über GA 4 erstellen und importieren.

Um die Effektivität deiner Anzeigen zu maximieren, ist es wichtig, dass du deine Google Ads Anzeigen auf die zuvor gesehenen Meta Anzeigen aufbaust.



Noch Fragen?

Wenn du mehr über die Strategieansätze erfahren möchtest oder dich unverbindlich mit uns über deine Potenziale unterhalten möchtest, melde dich gerne bei uns!

Andreas Schülke

Head of Agency



+49 2572 960297-75



andreas.schülke@bloofusion.de



www.linkedin.com/in/andreas-schuelke



<https://calendly.com/andreas-schuelke/30min>



Bloofusion Germany GmbH



www.bloofusion.de



www.linkedin.com/company/bloofusion-germany-gmbh



www.facebook.com/bloofusion.de



www.instagram.com/bloofusion.de



