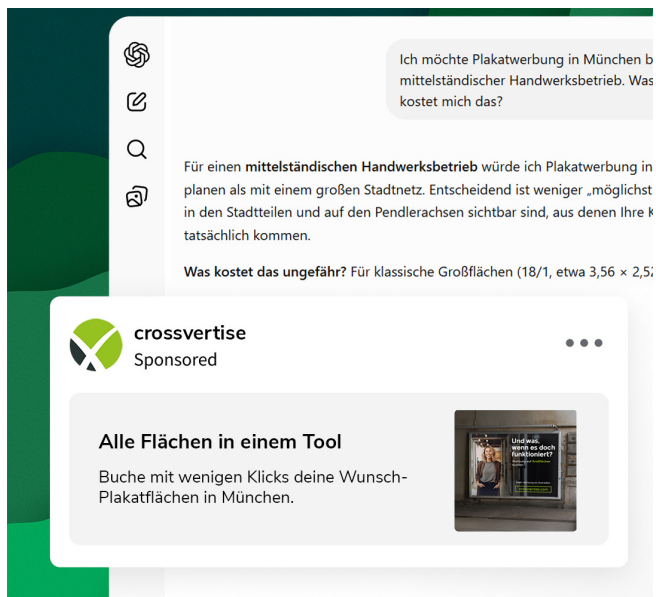


Werbung, die im Gespräch überzeugt



Worauf es ankommt

Anzeigen werden passend zum Kontext der aktuellen Unterhaltung ausgespielt. Die Kreation sollte deshalb auf das Gespräch einzahlen – nicht auf isolierte Keywords.

Anzeigentext

Headline und Beschreibung – entscheiden über die passende Ansprache

Landingpage

Gibt Aufschluss über das beworbene Angebot

Context Hints

Eine möglichst breite Liste relevanter Begriffe für die Zuordnung

5 Grundregeln für die Kreation

- 1 Kreation sollte eng am Gesprächsthema ausgerichtet sein.
- 2 Klare, prägnante Nutzenversprechen (Value Propositions).
- 3 Direkter Bezug zur Frage der Nutzer:innen.
- 4 Breite Vielfalt an Headlines und Beschreibungen einreichen, statt sich auf wenige Varianten zu verlassen.
- 5 Kreation muss regulatorisch zulässig und compliant sein.

Praxis-Tipp

Zentrale Keyword-Themen, Kategorien und Use-Cases in mehrere Headline- und Copy-Kombinationen übersetzen. Varianten, die früh Traction zeigen, gezielt weiter ausbauen.

Nutzenorientiert Texten

Nicht für Keyword-Suchen schreiben, sondern für Gespräche: Anzeigen sollten erklären, wie das Angebot ein Problem löst – mit Fokus auf Bedürfnisse und Ergebnisse der User.



Nutzenorientiert

Bio-Kochbox GmbH · Anzeige

Feierabend-Rezepte, die wirklich schnell gehen

Frische Zutaten für 20-Minuten-Gerichte, portioniert vor die Tür geliefert.



Produktbeschreibung

Bio-Kochbox GmbH · Anzeige

Bio-Kochboxen im Abo

Frische Zutaten, wöchentlich geliefert.



Mehr Varianten, mehr Kontext-Treffer

Wir empfehlen mehrer Anzeigen-Gruppen mit je mehreren Anzeigen-Text-Varianten zu erstellen. Das erhöht die Chance, dass deine Anzeige perfekt zur jeweiligen Unterhaltung zu passen.

Zusätzliche Anzeigen-Gruppen und Varianten für angrenzende Themen, Use Cases und Phasen der Customer Journey lohnen sich ebenfalls.

Frage

„Welche Skills brauche ich für den nächsten Karriereschritt?“

Headline

Skills aufbauen für die nächste Chance

Frage

„Wie lerne ich Data Analytics online?“

Headline

Data Analytics lernen – im eigenen Tempo

Frage

„Wie werde ich eine bessere Führungskraft?“

Headline

Führungskompetenzen, die wirklich zählen