

SEA SELBSTCHECK

DEINE GOOGLE ADS CHECKLISTE



Viele Unternehmen investieren jeden Monat Budget in Google Ads - ohne genau zu wissen, ob die Kampagnen tatsächlich effizient arbeiten oder unnötig Geld verbrennen (puh... wen Du wüsstest...)

Die Möglichkeiten innerhalb von Google Ads werden immer komplexer: Automatisierungen, KI-gestützte Kampagnen, Performance Max, Consent Mode v2, Tracking, Zielgruppen, Gebotsstrategien und vieles mehr. Schon kleine Fehler können dafür sorgen, dass Kampagnen schlechter performen als sie eigentlich könnten. Diese kurze Checkliste gibt Dir einen Überblick auf Deine SEA-Anzeigen und kann Schwachstellen aufzeigen, die Dir bislang ggf. durch die Lappen gegangen sind.

Disclaimer: Diese Fragen ersetzen kein professionelles SEA-Audit. Doch sie helfen Dir dabei, ein erstes Gefühl für den Zustand Deiner Kampagnen zu bekommen. Einfach alle Fragen mit JA oder NEIN beantworten und anschließend auswerten, wie viele „NEIN“-Antworten zusammenkommen.

TRACKING & DATENQUALITÄT

JA NEIN

Werden echte Leads oder Käufe als Conversion gemessen?

Klicks auf Buttons sind keine echten Anfragen oder Verkäufe.

Ist das Conversion-Tracking nachweislich korrekt eingerichtet?

Falsches Tracking führt oft zu falschen Entscheidungen und verschwendetem Budget.

Ist Consent Mode v2 integriert?

Fehlende Consent-Signale können die Datenqualität deutlich verschlechtern.

Werden Formularanfragen zuverlässig erfasst?

Nicht jede abgeschickte Anfrage landet automatisch korrekt im Tracking.

Kannst Du Deinen Kampagnenzahlen wirklich vertrauen?

Schlechte Daten führen fast immer zu schlechten Optimierungen.

KAMPAGNEN & KEYWORDS

JA NEIN

Sind Brand- und Non-Brand-Kampagnen getrennt?

Marken-Suchanfragen verzerren oft die tatsächliche Kampagnenleistung.

 JA NEIN

Werden irrelevante Suchbegriffe regelmäßig ausgeschlossen?

Fehlende Negativ-Keywords verbrennen häufig unnötig Budget.

 JA NEIN

Werden Suchbegriffe regelmäßig kontrolliert?

Google erweitert Suchanfragen heute deutlich aggressiver als früher.

 JA NEIN

Sind Deine Kampagnen logisch und sauber strukturiert?

Unübersichtliche Konten erschweren Optimierungen und Auswertungen.

 JA NEIN

Werden P-Max-Kampagnen bewusst gesteuert und überwacht?

Automatisierung ersetzt keine strategische Kontrolle.

 JA NEIN

ANZEIGEN & NUTZERERLEBNIS

JA NEIN

Passen Anzeigen und Landingpages inhaltlich zusammen?

Schlechte Relevanz senkt oft Conversion-Rate und Qualitätsfaktor.

 JA NEIN

Sind Deine Landingpages mobil optimiert?

Die meisten Nutzer kommen inzwischen über Smartphones.

 JA NEIN

Laden Deine Zielseiten schnell genug?

Lange Ladezeiten kosten oft bares Geld und potenzielle Anfragen.

 JA NEIN

Gibt es klare Handlungsaufforderungen auf den Landingpages?

Nutzer sollten sofort verstehen, was der nächste Schritt ist.

 JA NEIN

Werden in den Anzeigen echte Vorteile kommuniziert?

Austauschbare Werbetexte führen selten zu guten Ergebnissen.

 JA NEIN

BETREUUNG & OPTIMIERUNG

JA NEIN

Werden Deine Kampagnen regelmäßig optimiert?

Google Ads ist kein „Einmal-einrichten-und-laufen-lassen“-System.

 JA NEIN

Werden Änderungen nachvollziehbar dokumentiert?

Ohne Transparenz bleiben Fehler und Potenziale oft verborgen.

 JA NEIN

JA NEIN

Bekommst Du verständliche Reports statt nur Fachbegriffe?

Lieber ein kurzes Telefonat statt komplizierter Berichte voller Fachchinesisch.

Werden Entscheidungen datenbasiert getroffen?

Bauchgefühl ersetzt keine saubere Datengrundlage.

Hast Du das Gefühl, dass Dein Budget effizient eingesetzt wird?

Viele Unternehmen merken erst spät, wie viel Potenzial verschenkt wird.



**ZÄHLE DIE NEIN - KREUZE
UND TRAGE DIE SUMME
HIER EIN:**

SO WERTEST DU DAS ERGEBNIS AUS:

0 bis 3 = Deine Kampagnen scheinen grundsätzlich solide aufgestellt zu sein.

4 bis 7 = Es gibt Optimierungspotenziale, die Deine Kampagnenleistung beeinflussen können.

8 oder mehr = Hier besteht (wahrscheinlich) deutlicher Optimierungsbedarf. Gerade Tracking, Kampagnenstruktur oder Budgetsteuerung können erheblichen Einfluss auf die Performance von Suchmaschinenanzeigen haben.



Natürlich wollen wir einen Blick auf Deine Kampagnen werfen und / oder Deine Kampagnen betreuen.

Meld' Dich mal (auch bei Fragen)!

Wir sind via Mail unter info@lahntec.de erreichbar.

Alternativ per Telefon: +49 2771 879 85 80

Liebe Grüße vom *Lahntec-Team*