

Der Start mit adhook | Ultimate Guide

hi@adhook.io +41 41 349 36 73

1. Einleitung	3
2. Registration	3
3. Onboarding	4
Werbekonten verknüpfen/erstellen	4
Bestehende Werbekonten verknüpfen	4
Neues Google Ads Werbekonto erstellen	4
Kampagnen importieren	5
Kampagnen optimieren	5
4. Kampagnen Erstellung via Chat	7
5. Erweiterte Kampagnen Erstellung	8
Werbeziel	8
Werbekonten	9
Zielgruppe	10
Zielregionen	10
Google Stichworte	11
Social Media Kriterien	13
Werbeanzeigen	14
Textanzeigen	14
Bildanzeigen	15
Laufzeit	16
Budget	16
Kampagne aktivieren	17
6. Kampagnen analysieren	18
Startseite	18
Kampagnen Ergebnisse	19
Benachrichtigungen	20
Google Analytics Integration	21
Excel Export	21
Freigabe von Kampagnen Ergebnissen	21
Wichtige Metriken	22
7. Kampagnen optimieren	23
Benachrichtigungen	23
Automatische Regeln	24
8. Conversion Tracking	25
9. Zielgruppen & Werbeanzeigen Vorlagen	25
10. Organische Social Media Posts pushen	25
11. Erweiterte Funktionen für Marketing Teams	26
Kampagnen prüfen & freigeben	26
Kampagnen gruppieren	26
Dezentrales Kampagnen Management	26
12. Marketing Services	27

1. Einleitung

Mit adhook erhältst Du das All-in-One Ads Tool für die Online Werbung deines Unternehmens. Du erstellst übergreifende Kampagnen in kürzester Zeit und führst Anpassungen sowie Optimierungen in kürzester Zeit aus, ohne zwischen verschiedenen Ads Plattformen wechseln zu müssen. Unterstützte Werbenetzwerke:

- Google Ads (Search, Display, Shopping)
- Facebook Ads (Facebook, Instagram)
- LinkedIn Ads
- Twitter Ads

2. Registration

Im Rahmen der kostenlosen Testphase kannst Du dich während 14 Tagen unverbindlich von den Vorteilen rund um das Erstellen von digitalen Anzeigen mit adhook überzeugen. Registriere dich dazu auf folgender Seite:

www.adhook.io/de-ch/start.html

adh∞k	So funktioniert's Funktion	nen Preise Services Login Kostenlose Testphase starten
Кс	ostenlose T	Festphase starten
Starte jetzt deine ko 14-tägige Testphas Verbeanzeigen an einem Ort ers Den Überblick behalten ohne Zeit Automatisch bessere Ergebnisse Google-Gutschein im Wert von b erhalten (für neues Google Ads Ki BERNIN MARKE KERTSTE	tellen & managen zu verlieren erzielen isz u 150 CHF onto).	E-Mail * Deine E-Mail Adresse Fasswort * Dein Passwort (min. 8 Zeichen) Vorname Dein Vorname Telofon Deine Telefonnummer Jetzt storten Mit deiner Anmeldung alzeptierst Du die achook A08/s

3. Onboarding

Werbekonten verknüpfen/erstellen

Bestehende Werbekonten verknüpfen

Hast Du schon digitale Werbeanzeigen bei Google oder Social Media geschalten? Dann hast Du bestimmt in einem oder mehreren Werbenetzwerken ein Konto (z.B. für Google Ads oder bei Facebook). Diese kannst Du nach der Registration mit adhook verknüpfen. Mit der Verknüpfung erlaubst Du uns, deine Werbekonten zur Verwaltung von Kampagnen zu nutzen. Du kannst die Verknüpfung jederzeit wieder aufheben.

S Konten verknüpfen Um deine Kampagnen via achook erstellen, optimieren und auswerten zu können, benötigen wir Zugriff auf deine Werbe- und Tracking Konten.	 Google Ads an schuermann@gmail.com (500-613-8959) * Weiteres Konto verknüpfen Facebook Ads Konto verknüpfen 		
		Google Ads Konto erstellen	Weiter

Neues Google Ads Werbekonto erstellen

Hast Du noch keine Werbekonten? Ein neues Google Ads Konto kannst Du mit einem Klick in adhook erstellen! Wähle dazu "Neues Werbekonto anlegen" und klicke dann bei Google Ads auf "Neues Konto erstellen". Das neue Konto kannst Du sofort nutzen, für den Abschluss der Einrichtung wird sich in Kürze jemand von uns bei dir melden.

		4 +41 41 349 36 73	i@adhook.io
WERBEKONTO ERSTELLEN KAMPAGNEN OPTIMIEREN STARTEN			
Werbekonto erstellen und Google Ads Guthaben sichern Google und adtook verdoppin dein Werbebudget Erhalte für dein neues Google Ads Konto bis zu 150 CHF Guthaben, wenn Du in den ersten 30 Tagen 150 CHF ausgegeben hast. Gutscheinbeidingungen	Coogle Ads Neues Konto erstellen	Andere Konten verknüpfen	Weiter

Kampagnen importieren

Falls Du bestehende Werbekonten verknüpft hast, kannst Du im nächsten Schritt deine bestehenden aktiven Kampagnen aus allen verknüpfen Werbekanälen importieren. Damit behältst Du den Überblick über alle laufenden Aktivitäten und adhook kann dich in der Optimierung deiner bestehenden Kampagnen unterstützen.

		\$ +41 41 349 36 73	⊠ hi@adhook.lo
KONTEN VERKNÜPFEN KAMPAGNEN IMPORTIEREN KAMPAGNEN OPTIMIEREN STARTE	4		
Kampagnen importieren	AKTIVE KAMPAGNEN AUTOMATISCH IMPORTIEREN		
Importiere deine Kampagnen nach adhook, um laufend Informationen und Verbesserungsvorschläge zu erhalten.	O NUR AUSGEWÄHLTE KAMPAGNEN IMPORTIEREN		
			Weiter

Tipp: Wähle "Aktive Kampagnen automatisch importieren". Damit werden neu erstellte Kampagnen in deinen Werbekonten automatisch nach adhook importiert.



Kampagnen optimieren

Mit adhook werden deine Kampagnen automatisch anhand von Regeln optimiert. Einige solcher Regel wurden für dich standardmässig angelegt. Wähle diejenigen aus, die Du aktivieren möchtest und damit auf deine Kampagnen anwenden möchtest. Du kannst nach dem Onboarding alle Regeln individuell anpassen und neue Regeln erstellen (siehe dazu Kapitel "Automatische Regeln").

		\$ +41 41 349 30	6 73 🛛 🔤 hi@adhook.io
KONTEN VERKNUPFEN KAMPAGNEN IMPORTIEREN KAMPAGNEN OPTIMIEREN STARTEN			
Kampagpen ontimieren			
Zum Start empfehlen wir dir folgende Regeln zur automatischen Optimierung deiner	AKTIVIERT	NAME	
Kampagnen. Du kannst die Regeln jederzeit bearbeiten oder selber Regeln definieren. Über durchgeführte Änderungen wirst du immer benachrichtigt.		Anzeigen mit unterdurchschnittlicher Klickrate pausieren	
	v	Anzeigen mit überdurchschnittlichen Kosten pro Klick pausieren	
		Google Stichworte mit unterdurchschnittlichem Qualitätsfaktor pausieren	
			Weiter

4. Kampagnen Erstellung via Chat

Zum Abschluss des Onboardings kannst Du direkt mit der Erstellung einer Kampagne starten. Mit der Chat basierten Kampagnen Erstellung beantwortest Du einige Fragen zu deinem Kampagnen Vorhaben. Aus den Antworten erzeugt adhook einen Vorschlag für deine Kampagne, den Du vor der Aktivierung in allen Details prüfen kannst.

Der Kampagnen Vorschlag besteht je nach deinen Antworten aus folgenden Teilen.

- Generierung von Google Ads Anzeigengruppen
- Generierung von Facebook Interessen
- Generierung von LinkedIn Zielgruppen Kriterien
- Generierung von Twitter Zielgruppen Kriterien
- Erstellung einer dynamischen Google Ads Anzeigengruppe
- Erstellung von dynamischen Google Ads Suchanzeigen (DSA)
- Erstellung von erweiterten Google Ads Suchanzeigen
- Erstellung von responsiven Google Ads Suchanzeigen (RSA)
- Erstellung von Facebook und Instagram Anzeigen
- Erstellung von LinkedIn Bildanzeigen
- Erstellung von Twitter Bildanzeigen
- Vorschlag für Budget & Laufzeit

adhcok Chat Kampagnen			¢ :	-
Q Suche	Kampa	agne erstellen		
Kampagne erstellen Einfach zur effektiven Kampagne	ග	Ich helfe dir in diesem Chat beim Erstellen von neuen Kampagnen. Legen wir gleich los! # Welche Website müchtest Du bewerben? ■ Falls du mit der Kampagnen Erstellung neu starten möchtest, schreib mir einfach Stop .		
		www.myimmo-luzern.ch		
	ග	Nach was sucht deine Zielgruppe bei Google? Gib Stichworte ein, bei welchem Du in der Google Suche sichtbarer sein möchtest (z.B. Fitness Abo, Cross-Fit).		
		vor ein paar Sekunden		
		Wohnung mieten, Haus kaufen	9	
	ග	Vie list dein Tagesbudget für diese Kampagne? Ch empfehle dir mit 10 CHF zu starten. Je nach Konkurrenz erhälst Du dafür täglich zwischen 5-20 Klicks auf deine Website. Du kannst das Budget jederzeit anpassen. 20 CHF 10 CHF 5 CHF		
		vor ein paar Sekunden		

5. Erweiterte Kampagnen Erstellung

Wenn Du nach dem Onboarding in adhook eine Kampagne erstellst, kannst Du wählen, wie Du die Kampagnen erstellen möchtest. Du kannst zum einen die im vorigen Kapitel beschriebene Chat basierte Erstellung nutzen, oder Du nutzt die erweiterte Kampagnen Erstellung. Diese eignet sich vor allem für Personen, die bereits Erfahrung mit digitalen Anzeigen haben.

Die folgenden Kapitel zeigen dir Schritt für Schritt, auf was Du bei der erweiterten Kampagnen Erstellung in adhook achten solltest und geben dir Tipps rund um Zielgruppe, Werbeanzeigen & Co.

Werbeziel

Wähle zum Start einen passenden Namen für deine Kampagne sowie den Link zu deiner Website, den Du bewerben möchtest. Als Werbeziel stehen dir folgende Möglichkeiten zur Verfügung:

- Besucher Leite mehr Personen auf deine Webseite.
- Engagement Erhöhe die Interaktion mit deinem Content.
- Reichweite Erhöhe die Reichweite deines Contents.
- Followers Erhalte mehr Likes auf deine Social Media Profile.
- Videoaufrufe Erhöhe die Reichweite deiner Videos.
- **Conversions** Rege Personen an, auf deiner Webseite bestimmte Handlungen durchzuführen.
- **Retargeting** Schalte Anzeigen für Personen, die deine Webseite besucht haben.
- Anrufe Erhalte mehr Anrufe für dein Unternehmen.
- Shopping Vermarkte Produkte aus deinem Online Shop.

dh∽k	Chat Kampagnen		۵
	Kampagnen > Kampagne erstellen		
		NAME Meine Kampagne ZIEL Besucher – Leite mehr Personen auf deine Webseite.	
		Link zu deiner Landing Page Weiter	

Tipp: Zum Start eignet sich in den meisten Fällen das Ziel "Besucher", um Personen auf die Angebote/Dienstleistungen auf deiner Website aufmerksam zu machen.

adhcok

Werbekonten

Wähle die Werbekonten aus, welche Du in der Kampagne einsetzen möchtest.



Tipp: Wähle hier die Konten aller Werbenetzwerke, welche für deine Zielgruppe relevant sind (z.B. Google Ads & Facebook Ads). Du kannst später in den Ergebnissen sehen, welches Werbenetzwerk wie gut funktioniert und jederzeit Änderungen vornehmen.

Zielgruppe

In diesem Schritt der Kampagnen Erstellung geht es darum, welchen Personen deine Anzeigen in den gewählten Werbenetzwerken präsentiert werden soll.

<complex-block> Statute 1 Mark Mark Mark Mark Mark Mark Mark Mark</complex-block>	adhഗ്രk	Chat Kampagnen		× 2
<complex-block><complex-block><complex-block></complex-block></complex-block></complex-block>		Startselte -> Meine Kampagne /		
<page-header><complex-block><complex-block><complex-block></complex-block></complex-block></complex-block></page-header>		WERBENETZWERKE ZIELGRUPPE WERBEANZEIGEN LAWFZEIT BUDDET		
<complex-block></complex-block>		ZULCRUIPPET +HINZUFÜCEN		
<complex-block></complex-block>		Zieregionen Reichweite		
<complex-block> Image: Subscription of the state of the</complex-block>		ORT WERBENETZWEEK Deine Zeignuppe erreicht folgende potenzielle Reichweite.		
Laem multiverse voor 30 km Zetegone maasfingen J Zetegone maasfin				
Zerzegien neuzofilieri		Cooperation State Personen Cooperation State Cooperation State Cooperation		
Kette Market Wardet		Zielregion hinzufügen Zielregionen ausschliessen		
Zurick Wester		Karte Satelli alege de la companya d		
		Zurök	Welter	0

Tipp: Wähle deine Zielgruppe nicht zu breit, um Streuverluste zu vermeiden. Überlege dir dazu, wer sich für deine Produkte oder Dienstleistungen interessieren könnte und wer nicht. Auf der rechten Seite wird dir jeweils die Reichweite der gewählten Kriterien angezeigt.

Zielregionen

Du kannst mehrere Zielregionen wählen und diese auch für die gewählten Werbenetzwerke separat definieren (z.B. Schweiz für Linkedln und Luzern für Google).

Du kannst auch Zielregionen von deiner Zielgruppe ausschliessen. Möchtest Du beispielsweise die ganze Schweiz einschliessen ohne Luzern? Dann wähle als Zielregion Schweiz und klicke dann auf "Zielregionen ausschliessen". Wähle hier "Luzern" mit einem entsprechenden Radius, in welchem diese Kampagne nicht ausgespielt werden soll.

Google Stichworte

In der Google Suche triffst Du Personen, die aktiv nach etwas suchen, wozu Du mit deinen Produkten und Dienstleistungen Lösungen bieten kannst. Wähle deshalb für deine Anzeigen Stichworte aus, welche relevant für dein Geschäft sind. Ein Start mit 5-10 Stichworten ist oft genug, Du kannst diese jederzeit ergänzen. Zudem hilft dir adhook bei der laufenden Auswertung und Optimierung der Stichworte.

Stichwort Optionen

Wann genau deine Anzeige zu einem Google Stichwort ausgespielt wird, wird über die Stichwort Option definiert. Hier gilt es zwischen Stichworten und Suchanfragen zu unterscheiden. Stichworte definierst Du in deiner Zielgruppe, Suchanfragen sind effektiv bei Google eingegebene Anfragen, zu welchen deine Stichworte ausgelöst werden können.

Je nach Einstellung muss dein Stichwort genauso wie Du es definiert hast eingegeben werden, es können zusätzliche Wörter in der Suchanfrage enthalten sein oder es reicht, wenn die Suchanfrage weitgehende passend zu deinem Stichwort ist (z.B. Synonyme oder verwandte Begriffe).

Beim Hinzufügen eines Stichwortes in adhook verwenden wir die weitgehende passende Stichwort Option mit sogenanntem Modifizierer (*+" Zeichen vor jedem Wort). Mit dem Modifizierer muss jedes Wort mit dem "+" Zeichen in der Google Suchanfrage enthalten sein, damit deine Anzeige ausgespielt wird. Die Suchanfrage kann auch zusätzliche Wörter enthalten. Wenn Du ein Stichwort bearbeitest oder via "Erweitert" hinzufügst, kannst Du die gewünschte Stichwort Option anpassen.

Stichworte ausschliessen

Mit auszuschliessenden Stichworten kannst Du deine Anzeigen besser ausrichten, indem Du sie bei gewissen Wörtern nicht erscheinen lässt. Klicke auf "Google Kriterien ausschliessen" und wähle entsprechende Stichworte, die Du ausschliessen möchtest.

Beispiel: Schliesse das Stichwort "billig" aus, damit dein Stichwort "Haus mieten" nicht unter "Haus mieten billig" erscheint.

Anzeigengruppen

Du kannst deine Stichworte in sogenannte Anzeigengruppen einteilen. Erstelle z.B. für jeden Bereich deiner Dienstleistungen oder Angebote eine Gruppe. In jeder Anzeigengruppe fügst Du dann zwischen 5-10 Stichworte hinzu, welche zur jeweiligen Gruppe passen. Um ein Stichwort in eine neue Anzeigengruppe hinzuzufügen, wähle beim Stichwort Vorschlag "Erweitert". Im Dialog kannst Du dann die gewünschte Anzeigengruppe wählen oder eine neue erstellen.

adhcok	Chat Kampagnen				•: 1
	Startseite 🗧 Meine Kampagne 🖌				
	WERBENETZWERKE ZIELGRUPPE WERBEANZEIGEN LA	UFZEIT BUDGET			
	ZIELGRUPPE1 + HINZUFÜGEN				
	Weitere Merkmale der Zielgruppe			Reichweite	
	Google Anzeigenerweiterungen			Deine Zielgruppe erreicht folgende potenzielle Reichweite,	
	A Google			$\cap \cap \cap$	
	GOOGLE STICHWORTE Suche hier nach passenden Google Stichworten.			300'000 210'000 13'826 Fasteok Personen Insegran Personen Cogle Suchen pre Monat	
	Vorschläge	Gewählte Stichworte			
	Sobaid Du oben nach einem Stichwort suchst, werden hier Vorschlige angestellt	Wohnungen 🖌	×		
	a na ana na Ana ana Ana ana Ana ana Ana	+Wohnung +mieten +Luzern 🖌	×		
		+Wohnung +mieten +Hergiswit	×		
		+Wohnung +mieten +Kriens /	*		
		Haus /	×		
		+Haus +mieten +Luzern /	×		
		+Haus +mieten +Kriens /	×		
		+Haus +mieten +Hergiswil 🖌	×		
	Google Kriterien ausschliessen				
				Zurück Weiter	0

Tipp: Strukturiere die Anzeigengruppen anhand der Struktur deiner Website.



Social Media Kriterien

Bei Social Media triffst Du sogenannt Passiv-Suchende. Das heisst Du kannst Personen Anzeigen präsentieren, welche aufgrund ihres Profils gut zu deinem Unternehmen passen. Als Zielgruppen Kriterien bieten die Social Media Kanäle eine breite Auswahl an. Bei Facebook kannst Du beispielsweise nach Interessen, demografischen Angaben oder Verhalten einschränken. Du kannst auch hier Kriterien ausschliessen, um deine Zielgruppe besser auszurichten.

adh	Chat Kampagnen				¢:	2
	Kampagnen > Meine Kampagne Z WERBEKONTEN ZIELGRUPPE WERBEANZEIGEN LAUFZ ZIELGRUPPE 1	EIT BUDGET				
	f Facebook Kriterien Suche hier nach passenden Facebook Kriterien wie z.B. Interes	sen.		Reichweite Deine Zielgruppe erreicht folgende potenzielle Reichweite.		
	Durchsuchen	Personen ansprechen, die mindestens eines der folgenden Kriterien erfüllen	×	- 11/000 - 21/000		
	> Demografische Angaben	Hunde	×	Facebook Personen Instagram Personen		
	> Interessen		×			
	> Verhalten	Und auch mindestens eines der folgenden erfullen Ø Hundeerziehung Interesse	×			
		Zielgruppe weiter eingrenzen				
	Facebook Kriterien ausschliessen					
				Zurück Weiter		

Tipp: Versuche für dich relevante Personen möglichst genau einzuschränken, um Streuverluste zu vermeiden. Wähle deshalb auch hier eher weniger Kriterien, welche dafür gut zu deiner Zielgruppe passen.

Facebook Tipp: Via Klick auf "Zielgruppe weiter eingrenzen" kannst Du deine Facebook Kriterien in einzelne Gruppen zusammenfassen, um deine bisher definierte Zielgruppe zu verfeinern. Damit kannst Du Personen bei Facebook ansprechen, die aus jeder Gruppe mindestens ein Kriterium erfüllen.

Beispiel: Du möchtest Zubehör für Hundehalter verkaufen. Erstelle eine Gruppe mit Interessen rund um 'Hunde' und eine Gruppe mit Interessen zu 'Hundeerziehung'. Damit erhöhst Du die Chance, dass die Person tatsächlich Hundehalter ist, da sie sowohl an Hunden wie auch an Hundeerziehung interessiert ist.

Werbeanzeigen

Beim Schritt "Werbeanzeigen" erstellst Du die Anzeigen, welche der gewählten Zielgruppe präsentiert werden. Es stehen dir Text, Bild, Karrussel und Videoformate zur Verfügung. Für deine erste Kampagne empfiehlt es sich mit einer Textanzeige für Google Ads sowie einer Bild- oder Karrusselanzeige für Social Media zu starten.

Textanzeigen

Die Textanzeigen sind für die Google Suche bestimmt. Erstelle hier für jede Anzeigengruppe eine Textanzeige mit folgenden Bausteinen:

- **Name**: Anhand des internen Namens erkennst Du deine Anzeige später in den Auswertungen und im adhook Chat wieder.
- **3-5 Titel**: Die Titel werden in der Google Suche mit einem "l["] voneinander getrennt. Hebe im Titel dein Alleinstellungsmerkmal hervor und füge wichtige gewählte Stichworte mit ein.
- **2-4 Texte**: Gute Anzeigentexte sind entscheidend, ob und wie viele Nutzer Deine Webseite besuchen. Hebe deshalb deine Werbeaktion oder exklusive Angebote im Text hervor und fordere die Suchenden zum Handeln auf.
- Link: Der Link zur Zielseite, wenn auf die Anzeige geklickt wird.

Kampagnen 🔸 Meine Kampagne 🖋			
WERBEKONTEN ZIELGRUPPE WERBEANZEIGEN LAUFZEIT BUDGE	r		
> Textanzeige beerbeiten	Vorschau	-	
	<	Auzeige - http://www.myimmo-luzen.ch Deine Traumwohnung in Luzern Finde Jetzt dein neues Zuha Entdecke dein neues Zuhause an zentralster Lage in Luzern! Wir helfen dir beim Finden deiner neuen Wohnung	>
Haus kaufen			
> Textanzeige bearbeiten	Vorschau		
		Google Ads Suchnetzwerk	
	<	Auzeige - http://www.myinmo-luzen.ch Deine Traumhaus in Luzern Finde jetzt dein neues Zuhause Entdeck dein neues Zuhause an zentralister Lage in Luzern! Wir unterstützen dich bei deinem Hauskauf.	>
		700	ick Weiter

Bildanzeigen

Die Bildanzeige ist das klassische Format für Social Media Kanäle. Du kannst damit deine Werbebotschaft in Kombination mit einem Bild deiner Zielgruppe präsentieren. Definiere folgende Bausteine für deine Bildanzeige:

- **Name**: Anhand des internen Namens erkennst Du deine Anzeige später in den Auswertungen und im adhook Chat wieder.
- **Platzierungen**: Du kannst deine Anzeige innerhalb der Werbenetzwerke an unterschiedlichen Stellen platzieren. Die von adhook empfohlenen Platzierungen sind bereits ausgewählt.
- Facebook Seite: Wähle die Facebook Seite, welche Du für deine Anzeigen verwenden möchtest. Diese wird auch für deine Instagram Anzeigen verwendet, sofern Du keinen separaten Instagram Account mit deiner Facebook Seite verknüpft hast.
- **Titel**: Hebe im Titel dein Alleinstellungsmerkmal hervor. Via "+" kannst Du weitere Titel Varianten hinzufügen.
- **Text**: Hebe im Text deine Werbeaktion oder exklusive Angebote hervor und fordere die Personen deiner Zielgruppe zum Handeln auf. Via "+" kannst Du weitere Text Varianten hinzufügen.
- Link: Der Link zur Zielseite, wenn auf die Anzeige geklickt wird.
- **Call to Action**: Die Bildanzeige enthält oftmals einen Button, welcher ebenfalls zu deiner Angegebenen Zielseite führt. Hier kannst Du den Text dieses "Call to Action" Buttons auswählen.
- **Bild**: Lade mindestens ein passendes Bild zu deiner Werbeanzeige hoch. Nach dem Hochladen kannst Du das Bild quer, quadratisch oder vertikal zuschneiden. Du kannst auch mehrere Bilder verwenden. In den Kampagnen Ergebnissen erfährst Du dann später, welches Bild wie gut funktioniert.

adhcok	Chat Kampagnen		≉ ≛
	Startseite -> Meine Kampagne 🖌		
	WERBENETZWERKE ZIELGRUPPE WERBEANZEIGEN LAUFZEIT BUDGET		
	TEXT (B) BILD (B) KARRUSSEL VIDEO		1
	Bildanzeige Wohnung		
	✓ Bildanzeige bearbeiten	Vorschau	
	NAME Bildanzeige Wohnung	Instagram Feed	
	PLATZHOUNCEN	findaquae.	
	FACEBOOK SEITE G CODGLE ADS characterister	NAME OF A	
	Meine Unternehmung		
	TITEL	Mehr daau >	
	Traumwohnung in Luzern		
	TEXT Entdecke dein neues Zuhause an zentralster Lage in Luzernf 😭	Lasero 2	
		Zurück Web	

Laufzeit

Lege nun fest, wann deine Werbeanzeigen geschaltet werden sollen. Du kannst die Laufzeit deiner Kampagne auf eine fixe Zeit beschränken oder die Kampagne tagesbasiert ohne fixes Enddatum starten.

Tipp: Beschränke die Laufzeit deiner Kampagne nur, falls es sich um ein zeitlich begrenztes Angebot, einen Event oder um den Push eines organischen Social Media Posts handelt. In den meisten Fällen bist Du mit tagesbasierten Kampagnen flexibler.

adh∞k	Chat	Kampagnen		¢ 8	2
	Kampagnen > Me	ne Kampagne 🖈			
	WERBEKONTEN	ZIELGRUPPE WERBEANZEIGEN LAUFZEIT BUDGET			
	Laufzeit	deine Werbeanzeigen geschäftet werden sollen.	Beginn 18.05.2020 07:30		
	Die Kampagne	tann jederzeit gestoppt werden.	Beschränkle Laufzett		
			Zurück Zum Budget		

Budget

Was möchtest Du in diese Kampagne investieren? Dein definiertes Werbebudget fliesst direkt in deine Werbekonten und wird gleichmässig auf die gewählten Platzierungen verteilt. Das empfohlene Budget wird dir als Vorschlag von adhook berechnet und angezeigt.

Gebote

Welche Anzeige wann geschalten wird, entscheidet das Werbenetzwerk wie Google Ads oder Facebook Ads per Auktionsprinzip. Bei jeder Auktion wird entschieden, welche Anzeige in diesem Moment in genau dieser Werbefläche geschaltet wird. Mit deinem Gebot nimmst Du an der Auktion teil.

Je nach deinem Werbeziel kannst Du unterschiedliche Gebotestrategien verwenden, die dein Ziel unterstützen. In adhook wird die Gebotestrategie der gewählten Werbenetzwerke automatisch anhand deines in der Kampagnen Erstellung ausgewählten Zieles hinterlegt. Du kannst diese im Budget Schritt anpassen, indem Du z.B. bei Google Ads auf "Gebote Strategie" klickst.



Abrechnung

Die Abrechnung der Kosten geschieht je nach gewähltem Ziel pro Klick (CPC) oder pro 1'000 Impressionen (CPM). Der effektive Preis stellt sich aus unterschiedlichen Faktoren wie deinem Gebot, der Konkurrenz sowie der Qualität deiner Anzeige zusammen.

Tipp: Definiere ein monatliches Werbebudget für deine Kampagnen. Anhand des definierten Budgets kannst Du deine Anzeigen planen und die Ergebnisse laufend optimieren.

adhഗk	Chat Kampagnen					× +	
	Kampagnen → Meine Kampagne ₽						
	WERBEKONTEN ZIELGRUPPE WERBEANZEIGEN LAUFZEIT BUD	GET					
	Budget Mar möchtest bu in diese Kampagne investieren? Die in definiertes Werbebudget flieset 1:1 in deine Werbekonten und wird gleichmässig auf die gewählten Platzierungen verteit.	Tagesbudget O Das Tagesbudget ist Werbenetzwerk Facebook & Instagram Google Ads Suchnetzwerk	CHF 20 das über alle Platzierungen hi Budget pro Tag CHF 10	mweg gellende Kostendach pro Tag.	Maximalgebot CHF Automatisch		
		Suchnetzwerk			HÖCHSTES GEBOT		
					Zurück Weiter	0)

Kampagne aktivieren

Mit der Aktivierung der Kampagne werden alle Daten in deine Werbekonten übertragen. Sobald die Kampagne startet, wirst Du regelmässig über die Ergebnisse, Verbesserungsvorschläge sowie Optimierungen via E-Mail informiert.

6. Kampagnen analysieren

Startseite

Sobald Du aktive Kampagnen in adhook hast, kannst Du dir auf der Startseite einen Überblick der aktuellen Ergebnisse verschaffen.

adhശk	Chat Kampagnen	* * .
	Startsete Tags Silem	Letzte 30 Tage
	Proceeding and a stand	Jane de la ser de seres
	Kennpagne erstellen	
	NAME EXISTELLE STATUS STATUS STATUS STATUS STATUS CONCURSION & RELAXIONINA RELEXS CONCURSION & RELAXIONINA RELEXION CONCURSION	CHF 331.46
		C

Tipp: Standardmässig werden dir die Ergebnisse der letzten 30 Tage angezeigt. Oben rechts kannst Du zeitlich eingrenzen, um z.B. nur die Ergebnisse des Vortages zu sehen.

Tipp: Du kannst in der Grafik einzelne Metriken deaktivieren, damit sich die Skala anpasst und Du die anderen Metriken besser im Zeitverlauf sehen kannst. Klicke dazu z.B. auf "Impressionen", um diese Metrik zu deaktivieren.

Kampagnen Ergebnisse

Für jede Kampagne kannst Du die Ergebnisse im Detail ansehen, indem Du auf der Startseite für eine Kampagne den Button "Ergebnisse" anklickst. Die Ergebnisse sind in folgende Bereiche unterteilt.

- Werbenetzwerke
- Platzierungen (innerhalb der Werbenetzwerke)
- Zielgruppen
- Anzeigengruppen (Google)
- Texte
- Medien
- Stichworte (Google)
- Suchanfragen (Google)
- Werbeanzeigen

In den einzelnen Bereichen kannst Du direkt Anpassungen vornehmen (z.B. Stichworte oder Werbeanzeigen bearbeiten).



Benachrichtigungen

Adhook wertet deine Kampagne täglich aus und sendet dir wichtige Ergebnisse als Nachrichten im Kampagnen Chat. Über neue Nachrichten zu all deinen aktiven Kampagnen wirst Du via E-Mail benachrichtigt. Im Chat kannst Du wichtige Ergebnisse weiter analysieren. Beispiele:

- Zusammengefasste Ergebnisse pro Kampagne
- Ergebnisse der Kampagne pro Werbenetzwerk
- Ergebnisse von Google Ads Stichworten
- Ergebnisse von ausgelösten Google Ads Suchanfragen

adhook Chat Kampagnen			¢: ≗
Q. Suche	mylmmo Contact		
Kampagnen Setup Einfach neue Kampagnen erstellen	Deine Kampa Impressione Klicks:	Deine Kampagne hat in den letzten 7 Tagen folgende Ergebnisse erzielt: Impressionen: 6,738 95 95	
Mylmmo Search	Kosten: Ø Kosten pro	119.51 CHF ro Klick: 1.41 CHF	
		vor 6 Stunden	
Aktiv		Ich möchte mehr darüber erfahren.	8
	Gernel Hier Kampagne:	einige Resultate zu den Platzierungen über die gesamte Laufzeit deiner	
	Platzierung Linkedin Spo Google Displ Facebook Fe Instagram Fe	Impressionen Klicks Kosten onsored Content 151 2 10.62 CHF play Netzwerk 2,458 54 85.00 CHF eed 1,831 17 11.88 CHF Feed 2,298 12 12.01 CHF	
	Möchtest Du	Möchtest Du noch mehr erfahren? adhook.io Ergebnisse öffnen	
		vor ein paar Sekunden	
	Hast Du eine Empl	ofehlung für mich? ~	SENDEN

Tipp: In den Einstellungen (oben rechts beim Zahnrad) kannst Du definieren, ob deine Kampagnen täglich, alle 3 Tage oder wöchentlich geprüft werden sollen.

Google Analytics Integration

Damit deine Werbeanzeigen auch in Google Analytics weiter ausgewertet werden können, generiert adhook automatisch sogenannte UTM Parameter an deinen Landing Page Link. Damit hast Du in Google Analytics die Möglichkeit zu sehen, welche Sitzung auf deiner Website von welcher Kampagne und welcher Werbeanzeige stammt. Die folgenden Metriken dazu werden automatisch von adhook aus deinem Google Analytics Konto ausgelesen und in deine Statistiken integriert.

- Anzahl Sitzungen
- Durchschnittliche Sitzungsdauer
- Absprungrate

Excel Export

Auf der Startseite steht dir via "Export" Button der Export nach Excel zur Verfügung. Es werden alle auf der Startseite gezeigten Kampagnen sowie die Ergebnisse der gewählten Zeitspanne exportiert.

Freigabe von Kampagnen Ergebnissen

Möchtest Du die Ergebnisse einer Kampagne einfach mit jemandem teilen? Erzeuge in den Kampagnen Ergebnissen einen Link aus deinen Kampagnen Ergebnissen, indem Du oben rechts vom Kampagnen Namen auf das Pfeil-Symbol klickst. Im gezeigten Dialog kannst Du einen Link zur Freigabe der Kampagnen Ergebnisse generieren.

Klickt eine Person auf deinen Link, hat sie Zugriff auf die Ergebnisse von der Kampagne, aus welcher Du den Link generiert hast. Es können keine Änderungen an der Kampagne vorgenommen werden oder andere Ergebnisse eingesehen werden.

Wichtige Metriken

In adhook verwenden wir für die Kampagnen Ergebnisse unterschiedliche Metriken. Hier findest Du eine Erklärung zu den wichtigsten.

• Impressionen

Eine Impression bezeichnet eine Einblendung deiner Anzeige bei der gewählten Zielgruppe.

• Reichweite

Als Reichweite wird die Anzahl Personen bezeichnet, welchen deine Kampagne oder Anzeige eingeblendet wurde.

• Klicks

Ein Klick auf deine Anzeige, wobei es sich um einen Klick auf den Link zur Zielseite, den Call-to-Action Button, deine Social Media Seite, Likes o.ä. handeln kann.

• Kosten pro Klick (CPC)

Die entstandenden Durchschnittskosten für einen Klick (z.B. im gewählten Zeitraum in einem Kanal)

• Click-through-Rate (CTR)

Das Verhältnis zwischen Impressionen und Klicks als Prozentsatz. Je höher die CTR, desto besser passt die gewählte Zielgruppe zu den definierten Anzeigen. Ein guter Prozentsatz ist jedoch je nach Kanal und Branche unterschiedlich. Adhook macht dich auf gute sowie problematische CTRs in deinen Kampagnen aufmerksam und hilft dir bei der Optimierung.

• Conversions

Wertvolle Aktionen für dein Unternehmen werden Conversions genannt. Eine Conversion kann beispielsweise die Anmeldung an einen Newsletter, der Download einer App oder der Kauf eines Produktes sein. Wenn Du Conversion Tracking eingerichtet hast, siehst Du in den Kampagnen Ergebnissen, wie viele Conversions die einzelnen Kanäle und Anzeigen erzeugt haben.

7. Kampagnen optimieren

Benachrichtigungen

Du erhältst laufend Verbesserungsvorschläge auf Basis deiner Daten, welche Du direkt im Kampagnen Chat in adhook ausführen kannst. Damit unterstützt dich adhook in der täglichen Kampagnen Arbeit, um möglichst effizient laufend bessere Ergebnisse zu erhalten. Beispiele:

- Vergleich von Werbeanzeigen mit stark unterschiedlicher Leistung und Empfehlung, die unterdurchschnittliche Anzeige zu pausieren.
- Prüfen von Google Ads Suchanfragen mit direktem Ausschluss, falls Du nicht weiter unter der Suchanfrage erscheinen möchtest.
- Hinzufügen von neuen Google Ads Stichwort Vorschläge, welche auf der Basis von gut funktionierenden Stichworten ausgewählt werden.

adhook Chat Kampagnen		* 1
Q, Suche	mylmmo Search	
Kampagnen Setup Einfach neue Kampagnen erstellen	vor 4 Monaten Oas Stichwort +Immobilie +kaufen hat gestern bei Google Ads nicht optimale Ergebnisse geliefert:	
Mylmmo Search	Reichweite 690 Personen Qualitatsfaktor (1-10): 2 Ø Position: 2. Seite Kilcks: 2 Kosten: 4.0 CHF	
Mylmmo Contact Abgeschlossen	Möchtest Du das Stichwort stoppen?	
	Ja	
	vor 3 Tagen	
	Fails Du es wieder nutzen möchtest, kannst Du es in den Ergebnissen deiner Kampagne bei adhook io wieder statten.	
	vor 3 Tagen	
	Auf Basis von deinen Ergebnissen habe ich ein weiteres Keyword mit Potential gefunden: Haus mieten Wettbewerb: Tief Monatliches Suchvolumen in deiner Zielgruppe: 260 Soll ich Haus mieten deiner Google Ads Kampagne hinzufügen? JA NEIN	
	vor einem Tag	

Automatische Regeln

Mit den automatischen Regeln von adhook erstellst Du flexible und leistungsstarke Optimierungsregeln mit einfacher WENN/DANN-Logik. Du kannst die Regeln mit mehreren Bedingungen und Metriken wie Klickrate, Kosten-pro-Klick oder Kosten-pro-Conversion definieren. Über jede durchgeführte Optimierung wirst Du benachrichtigt. Beispiele:

- Anzeigen mit unterdurchschnittlicher Klickrate pausieren
- Anzeigen mit überdurchschnittlich hohen Klickpreisen pausieren
- Schlecht performante Google Ads Stichworte pausieren
- Anzeigengruppen mit unterdurchschnittlichen Kosten pro Conversion pausieren

adhcok	Kampagnen	•:	2
	Kampagnen > Regeln -> Anzeigen mit unterdurchschnittlicher Klickrate pausieren		
	NAME Anzeigen mit unterdurchschnittlicher Klickrate pausieren		
	REGEL ANWENDEN AUF Alle aktiven Kampagnen		
	WERBENETZWERKE		
	WENN		
	Klickrate (CTR) 🛊 der Anzeige 🛊 ist 30% tiefer als der Kampagnen Durchschnitt 🛊 🗙		
	UND		
	Impressionen		
	Velene bevingung initionitien		
	Anzeige pausieren \$		
	DATUMSBEREICH Ø Daten der letzten 7 Tage prüfen		
	AUSFÜHRUNG Ø Regel alle 7 Tage ausführen		
	Speichern Abbrechen		C

8. Conversion Tracking

Damit deine Kampagnen auf die beschriebenen Conversions hin optimiert werden können, empfehlen wir die Integration des Conversion Tracking auf deiner Website. In folgendem Guide haben wir beschrieben, wie Du Conversions für die verschiedenen Werbenetzwerke erstellen und auf deiner Website integrieren kannst.

https://www.adhook.io/de-ch/blog/digital%20advertising/conversion-tracking-mit-de m-google-tag-manager/

Sobald Du das Conversion Tracking eingerichtet hast, kannst Du Kampagnen mit dem Ziel "Conversions" erstellen und deine Kampagnen auf die Maximierung deiner Conversion-Zahlen optimieren lassen. Benötigst Du Hilfe beim Einrichten von Conversion Tracking? Im Rahmen unserer Marketing Services stehen wir dir sehr gerne zur Verfügung (siehe Kapitel "12 Marketing Services").

9. Zielgruppen & Werbeanzeigen Vorlagen

Möchtest Du bestimmte Zielgruppen oder Werbeanzeigen speichern, damit Du sie für nächste Kampagnen sofort zur Hand hast? Lege dafür in adhook Vorlagen von deinen Zielgruppen und Werbeanzeigen an, die Du in der Erstellung von Kampagnen auswählen kannst. Du findest die Vorlagen in adhook oben rechts beim Zahnrad unter "Vorlagen".

10. Organische Social Media Posts pushen

Erstelle in adhook übergreifende Social Media Ads Kampagnen, die einen oder mehrere bestehende Social Media Posts pushen. Wähle dafür bei der erweiterten Kampagnen Erstellung das Ziel "Engagement", "Reichweite" oder "Followers". Beim Schritt "Werbeanzeigen" hast Du nun die Möglichkeit, einen oder mehrere organische Posts aus deinen Social Media Konten auszuwählen.

11. Erweiterte Funktionen für Marketing Teams

Folgende Funktionen sind speziell für Marketing Teams spannend. Gerne können wir dir diese im Rahmen der Testphase freischalten. Melde dich dazu bei uns via +41 41 349 36 73 oder <u>hi@adhook.io</u>.

Kampagnen prüfen & freigeben

Mit adhook kannst Du deine erstellte Kampagne einfach einer anderen Person aus deinem Team zur Prüfung geben, bevor die Kampagne gestartet wird. Der Prozess zur Prüfung der Anzeigen kann individuell auf die Bedürfnisse in deinem Unternehmen abgestimmt werden.

Kampagnen gruppieren

Arbeitest Du an Kampagnen für unterschiedliche Abteilungen, Kunden oder Produkte? Gruppiere diese in adhook, damit Du kanalübergreifende Analysen effizienter durchführen kannst.

Dezentrales Kampagnen Management

Das dezentrale Kampagnen Management von adhook ermöglicht den Einsatz von digitalen Werbeanzeigen ausserhalb deines Marketing Teams, ohne die Kontrolle über die ausgespielten Anzeigen zu verlieren. Damit wird ein breiter Einsatz von digitalen Werbeanzeigen in deinem Unternehmen möglich, ohne Zeit in repetitive Aufgaben investieren zu müssen. So funktioniert's:

- 1. Du definierst vorgegebene Bausteine wie Zielgruppen, Werbeanzeigen oder Budgets, welche von Personen ausserhalb deines Marketing Teams genutzt werden können.
- 2. Eine neue Kampagne wird von einer Person ausserhalb deines Marketing Teams in adhook erstellt und eingereicht.



- 4. Sobald alles passt, kannst Du die Kampagne freigeben und damit die Daten in die hinterlegten Werbekonten übertragen.
- 5. Über Ergebnisse sowie Optimierungen informiert adhook laufend über die Benachrichtigungen. Zudem haben alle involvierten Personen Zugriff auf die Auswertungen in adhook, um sich jederzeit über den Stand der Kampagne zu informieren.

12. Marketing Services

Im Rahmen unserer Marketing Services stehen wir dir persönlich zur Unterstützung deiner Werbe-Aktivitäten zur Verfügung.



Bei Fragen stehen wir sehr gerne zur Verfügung! Du kannst uns via +41 41 349 36 73 oder <u>hi@adhook.io</u> erreichen.