



Ads Kampagnen mit ChatGPT optimal erstellen

16/05/2024 – Webinar #41

Wer spricht?

- Cindy Ebner
Head of Paid Search | Kosch Klink Performance
- Timo Heinrich
Head of Search Engine Optimization

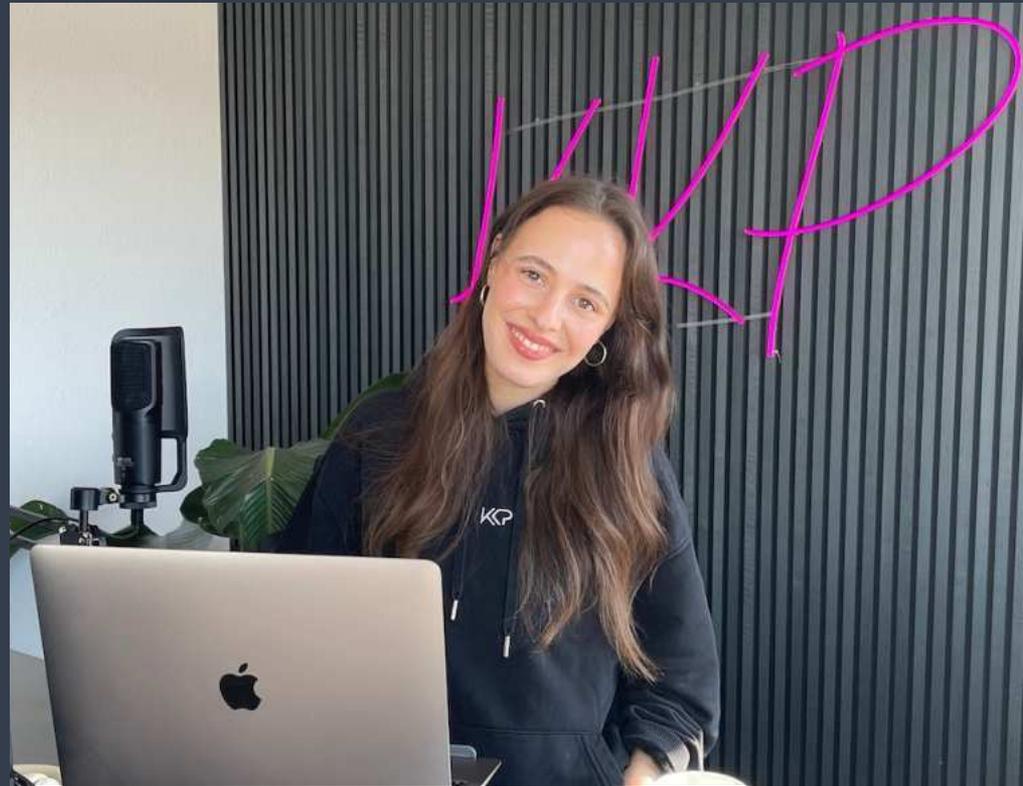


Interaktion

- Das Webinar wird **aufgezeichnet**
- dogado.de/webinare
- Alle Teilnehmer sind stumm geschaltet
- Fragen im Tool im Feld „F&A“
- Hört ihr uns? > F&A Feld
- Präsentation auf Vollbildschirm stellen
- Das Bedienfenster kann durch klicken auf den orangenen Pfeil eingeklappt werden



WIE DU MIT HILFE VON CHATGPT DEINE
PROZESSE EFFIZIENTER GESTALTEST
SEA & CHATGPT



Cindy Ebner

Head of Paid Search
KOSCH KLINK PERFORMANCE

DIE ZIELLINIE IMMER IM BLICK

SUCHMASCHINENMARKETING FÜR DIE FINANZBRANCHE

ZU UNSEREN LEISTUNGEN

 weltsparen.
by raisin

auxmoney

COSMOS DIREKT 

helvetia 

Vanguard®

 bitpanda

AGENDA

- 1 Theoretischer Teil: Einführung & Grundlagen
- 2 Teil 1: Kampagnenerstellung
- 3 Teil 2: Monitoring & Optimierung im Daily Business
- 4 Fazit

THE HYPE IS REAL

30.11.2022: Veröffentlichung von ChatGPT

Introducing ChatGPT

We've trained a model called ChatGPT which interacts in a conversational way. The dialogue format makes it possible for ChatGPT to answer followup questions, admit its mistakes, challenge incorrect premises, and reject inappropriate requests.

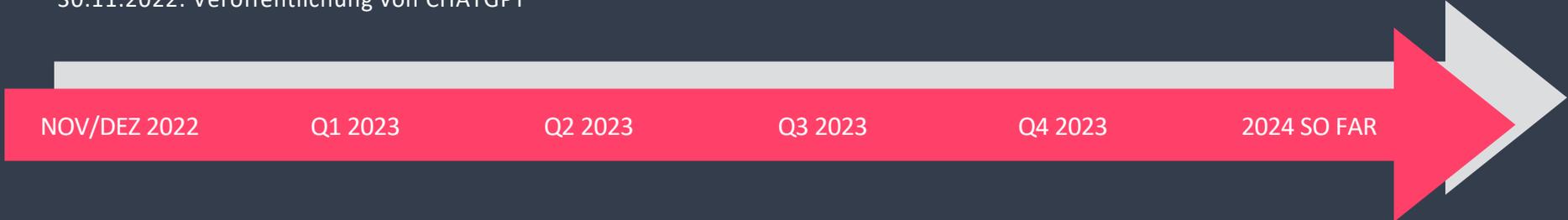
[Try ChatGPT ↗](#)

[Read about ChatGPT Plus](#)



WAS BISHER GESCHAH

30.11.2022: Veröffentlichung von CHATGPT



NOV/DEZ 2022	Q1 2023	Q2 2023	Q3 2023	Q4 2023	2024 SO FAR
LAUNCH CHATGPT	LAUNCH GPT PLUS (PAID VERSION)	LAUNCH WEB BROWSING	LAUNCH CODE INTERPRETER	DALL-E 3 IN CHATGPT	SORA (TEXT TO VIDEO)
	LAUNCH GPT- 4	LAUNCH IOS APP	LAUNCH CUSTOM INSTRUCTIONS	GPT-4 TURBO	ADDING CUSTOMGPTS TO CHATS WITH @
	ROLLOUT CHATGPT PLUGINS	SHARE CONVERSATIONS	LAUNCH ANDROID APP	CUSTOMGPTS	TESTING MEMORY
	100 MIO USER			HAPPY 1ST BDAY	Diese Woche: ChatGPT-4o

Es bleibt spannend!

GOOGLE ADS & KI

VOR CHATGPT: SMART BIDDING & PMAX KAMPAGNEN



Deliver better results with automated bidding

With billions of searches per day on Google, you can make sure you set the right bid and ensure potential customers see your ad.

[Start now](#)

Google Ads

AI-Powered Ads

Learn the fundamentals of AI-Powered Ads. [+ FOLGEN](#)

Suche nach Thema

Foundations of AI-Powered Performance Ads
Understand the value of Google's AI solutions and build confidence in implementing and optimizing them within a marketing strategy.
2.7h ★ 4.9 Anfänger



Achieve Your Goals with Performance Max
Keep your marketing objectives at the center of Google Ads campaigns with Performance Max. Use this fully automated campaign type to simply optimize performance and how to reach potential customers across Google properties.
41m ★ 4.7 Anfänger



AI-Powered Performance Ads Certification
Earn a Google Ads AI-Powered Performance Ads Certification by demonstrating your mastery of Google's cross-channel AI solutions and learn how to create and optimize these campaigns to achieve business goals. Prepare for the certification by completing the diagnostic assessment, or...
4.6h ★ 4.8 Anfänger



GEN AI DIREKT IN GOOGLE ADS

EIN BLICK IN DIE KAMPAGNEN-ERSTELLUNG DER ZUKUNFT

URL ANGEBEN

Die KI analysiert deine Zielseite für Google Ads und schlägt relevante Assets vor.

FEEDBACK GEBEN

Die KI analysiert deine Zielseite für Google Ads und schlägt relevante Assets vor.

REVIEW & ANPASSUNGEN

Die KI analysiert deine Zielseite für Google Ads und schlägt relevante Assets vor.



The screenshot shows the Google Ads interface for 'Ad group 1'. On the left, a chat window provides AI-generated suggestions:

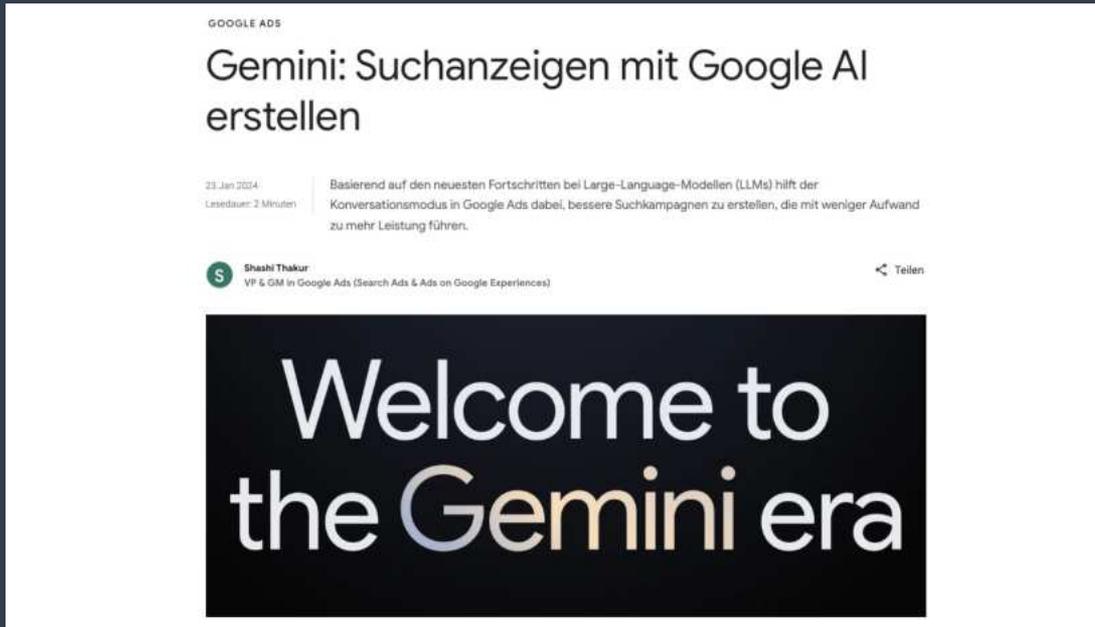
- "Hi, I can help you create your ad and identify relevant keywords. Tell me about the product or service you're advertising in a few sentences."
- URL: <https://www.cbainbeauty.com>
- "i'Balm offers skin, hair and body care formulations created with meticulous attention to detail, and sensory pleasure in mind. Our objective has been to formulate skin, hair and body care products of the finest quality that can be tailored to multiple skin types and backgrounds."
- "Based on the information you shared, I generated 11 keywords. You can review them on the right."
- "I also generated 10 headlines, 3 descriptions, 4 sitelinks, and 2 callouts. Review these to make sure you're happy with them."

The main area displays a list of suggested headlines with their respective scores:

- i'Balm Beauty Care (18 / 30)
- Shop Our Skin & Hair Care Line (20 / 30)
- Shampoos & Conditioners (29 / 30)
- Vibrant Skin, Effortlessly (26 / 30)
- Gorgeous Hair Days Ahead (24 / 30)
- Finest Quality Ingredients (23 / 30)
- Dry, Oily and Sensitive Skin (23 / 30)
- Hair and Makeup Near Me (23 / 30)

On the right, a 'Preview' window shows a mobile device displaying a Google search result for 'i'Balm'.

23. JANUAR 2024: WELCOME TO THE GEMINI ERA



Quelle: <https://blog.google/intl/de-de/produkte/google-fuer-unternehmen/gemini-konversationsmodus-in-google-ads/>

1. Einführung von Gemini in Google Ads: Eine neue Funktion, die die Erstellung von Suchkampagnen vereinfachen soll, indem sie Google KI nutzt, um optimierte Ad Copy und Keywords zu generieren.
2. Globale Verfügbarkeit und Effizienzsteigerung: Seit Januar als Beta für englischsprachige Werbetreibende in den USA und Großbritannien verfügbar, soll in den kommenden Wochen voll ausgerollt werden, perspektivisch weltweit.
3. Zukünftige Erweiterungen: Google plant die Einführung von Bildvorschlägen durch generative KI, inklusive unsichtbarer Markierung und Metadaten für KI-generierte Bilder, sowie weitere KI-gestützte Updates im kommenden Jahr.

INTEGRATION VON CHATGPT IN SEA-PROZESSE

KI-SUPPORT BEI DER KAMPAGNENERSTELLUNG & -OPTIMIERUNG



KAMPAGNEN- IDEEN

KCP



ERSTE KAMPAGNEN-IDEEN

PREP & PRIME: STELLE CHATGPT DIE NOTWENDIGEN INFOS ZUR VERFÜGUNG

KKP Du

Stell dir vor, du bist erfahrener Google Ads Manager bei einem der größten Kfz-Versicherer in Deutschland. Du möchtest eine performante SEA-Kampagne zum Thema Kfz-Versicherung starten, die dein Unternehmen vom Wettbewerb abhebt. Bevor du loslegst, stelle mir 5 Fragen, die ich dir beantworten sollte, bevor du die Aufgabe gut erledigen kannst.

ERSTE KAMPAGNEN-IDEEN

PREP & PRIME: STELLE CHATGPT DIE NOTWENDIGEN INFOS ZUR VERFÜGUNG



ChatGPT

1. Welches spezifische Ziel verfolgst du mit dieser SEA-Kampagne? (Zum Beispiel: Steigerung der Anzahl von Versicherungsabschlüssen, Erhöhung der Markenbekanntheit, Generierung von Leads.)
2. Wer ist deine Zielgruppe? Hast du bestimmte demografische Merkmale, Interessen oder Verhaltensweisen im Sinn?
3. Wie unterscheidet sich dein Angebot von dem der Konkurrenz? Gibt es einzigartige Verkaufsargumente (USPs), die in der Kampagne hervorgehoben werden sollten?
4. Wie hoch ist das Budget für die Kampagne, und wie ist der Zeitrahmen für die Durchführung?
5. Gibt es bestimmte Keywords oder Phrasen, die bisher erfolgreich waren oder die aus deiner Sicht unbedingt in der Kampagne berücksichtigt werden sollten?

ERSTE KAMPAGNEN-IDEEN



PREP & PRIME: STELLE CHATGPT DIE NOTWENDIGEN INFOS ZUR VERFÜGUNG

KKP Du

1. Wir möchten direkt über die Kampagne Leads generieren und langfristig die Abschlüsse steigern (das Produkt ist nicht online abschlussfähig)
2. Es geht um Neukunden und insbesondere junge Fahrer und Fahranfänger
3. Unsere Tarife sind besonders flexibel und kostengünstig, weitere Infos findest du hier:
<https://www.huk.de/fahrzeuge/kfz-versicherung/autoversicherung.html>
4. Wir haben ein laufendes Monatsbudget von 30.000 € für Suchkampagnen und zusätzliche 200.000 € für September, Oktober und November. In dieser Zeit wollen wir begleitende Push Kampagnen über YouTube und Display starten
5. Nein, wir wollen nachher mit deiner Hilfe sinnvolle Keywords recherchieren



CUSTOMGPT
AKTIVIEREN!

Brauchst du weitere Infos?

ERSTE KAMPAGNEN-IDEEN

PREP & PRIME: STELLE CHATGPT DIE NOTWENDIGEN INFOS ZUR VERFÜGUNG



ChatGPT

Danke für die ausführlichen Informationen. Das gibt mir schon mal einen guten Überblick. Hier noch ein paar Fragen, bevor ich mit konkreten Empfehlungen loslegen kann:

1. Habt ihr spezifische Landingpages für junge Fahrer und Fahranfänger, oder sollten die Anzeigen auf die allgemeine Seite zur Kfz-Versicherung verlinken?
2. Gibt es bestimmte Conversion-Ziele auf der Webseite, die für diese Kampagne besonders relevant sind? (Zum Beispiel das Ausfüllen eines Kontaktformulars oder das Abonnieren eines Newsletters.)
3. Wie misst ihr bisher den Erfolg eurer Kampagnen? Welche KPIs (Key Performance Indicators) sind für euch besonders wichtig?
4. Steht für die Kampagnen auch Content (z.B. Artikel, Blogbeiträge, Videos) speziell für junge Fahrer und Fahranfänger zur Verfügung, der genutzt werden könnte?
5. Wie steht es um die Integration mit Social Media? Plant ihr, die SEA-Kampagne auch dort zu bewerben oder gibt es eine Strategie für die Verknüpfung mit sozialen Netzwerken?

Wenn du mir diese Fragen beantworten kannst, habe ich ein noch genaueres Bild davon, wie wir die Kampagne am besten angehen können. Brauchst du vorher noch weiteren Kontext zu einem der angesprochenen Punkte?

ERSTE KAMPAGNEN-IDEEN

PREP & PRIME: STELLE CHATGPT DIE NOTWENDIGEN INFOS ZUR VERFÜGUNG

KKP Du

1. Es gibt auch spezifische Landing Pages für die Zielgruppe: <https://www.huk.de/fahrzeuge/kfz-versicherung/autoversicherung-fahrerfaenger.html>
2. Die Haupt-Conversion ist die Berechnung des individuellen Tarifs und damit der Lead
3. Anzahl der Leads und Kosten pro Lead
4. Ja, es gibt Blogbeiträge, die sich insbesondere an Fahranfänger richten z. B. zur Verkehrssicherheit (Autobahn: Richtig auffahren & einfädeln) oder zum Thema Telematik
5. Bitte lass Social Media erstmal außen vor



Kannst du auf dieser Basis 3 sinnvolle Kampagnenideen für Search, YouTube und Display erstellen oder fehlt dir noch etwas?

ERSTE KAMPAGNEN-IDEEN

ERSTES ERGEBNIS BEWERTEN



ChatGPT

Mit diesen zusätzlichen Informationen kann ich dir jetzt drei Kampagnenideen vorstellen, die sich auf Search, YouTube und Display konzentrieren:

1. Search-Kampagne: Gezielte Keyword-Strategie für Fahranfänger

- **Ziel:** Direkte Ansprache von Fahranfängern und jungen Fahrern über spezifische Suchanfragen.
- **Umsetzung:** Entwicklung einer Liste mit spezifischen Keywords, die Fahranfänger und junge Fahrer bei der Suche nach Versicherungen nutzen könnten. Beispiele könnten „günstige Kfz-Versicherung für Fahranfänger“, „Autoversicherung junge Fahrer“, „erste Kfz-Versicherung Tipps“ umfassen. Nutze die spezifische Landingpage für Fahranfänger, um die Relevanz und Conversion-Rate zu erhöhen.
- **Besonderheiten:** Einsatz von Anzeigenerweiterungen, um direkte Handlungsaufforderungen (Call-to-Actions) wie „Jetzt Tarif berechnen“ oder „Mehr erfahren“ einzubinden. Überwachung und Optimierung der Keywords hinsichtlich Leistung und Kosten pro Lead.

ERSTE KAMPAGNEN-IDEEN

ERSTES ERGEBNIS BEWERTEN

2. YouTube-Kampagne: Informative und bindende Videoinhalte

- **Ziel:** Steigerung des Bewusstseins für die Marke und das Angebot durch informative und ansprechende Inhalte.
- **Umsetzung:** Erstellung und Promotion von Videoinhalten, die auf die Bedürfnisse und Interessen junger Fahrer zugeschnitten sind. Themen könnten „Sicher unterwegs als Fahranfänger“ oder „Wie finde ich die richtige Kfz-Versicherung?“ sein. Integration der flexiblen und kostengünstigen Tarife als USP.
- **Besonderheiten:** Nutzung von YouTube TrueView-Anzeigen, um sicherzustellen, dass nur bei Interesse Kosten entstehen. Einbindung eines klaren Call-to-Action, der Zuschauer zur Berechnung des individuellen Tarifs auf der spezifischen Landingpage einlädt.

ERSTE KAMPAGNEN-IDEEN

ERSTES ERGEBNIS BEWERTEN

3. Display-Kampagne: Zielgerichtete Ansprache mit visuellen Anzeigen

- **Ziel:** Erreichung von potenziellen Neukunden über themenrelevante Websites und Plattformen.
- **Umsetzung:** Gestaltung ansprechender Display-Anzeigen, die die Vorteile der Versicherung für junge Fahrer hervorheben (z.B. Flexibilität und Kosten). Platzierung auf Websites und in Apps, die bei jungen Fahrern und Fahranfängern beliebt sind, wie z.B. Fahrprüfungs-Apps, Verkehrssicherheitsportale und Auto-Enthusiasten-Seiten.
- **Besonderheiten:** Einsatz von Retargeting, um Nutzer, die bereits Interesse gezeigt haben, erneut anzusprechen und zur Conversion zu bewegen. Anpassung der Anzeigen basierend auf Leistungsdaten zur Maximierung der Effizienz.

Diese drei Kampagnen sollten eine umfassende Abdeckung des Marktes ermöglichen und dabei helfen, sowohl die Markenbekanntheit zu erhöhen als auch konkret Leads zu generieren. Brauchst du noch Details oder weitere Ausführungen zu einem der Punkte?



ERSTE KAMPAGNEN-IDEEN



FEEDBACK & REFINEMENT

KKP **Du**

Nein, danke, das reicht fürs erste und klingt gut! Könntest du die Ideen für YouTube und Display noch ein wenig ausführen hinsichtlich Targeting, Creative, Einrichtung, Struktur, möglicher Budgetverteilung etc.?

FEEDBACK & REFINEMENT



ChatGPT

Natürlich, ich gehe gerne näher auf die YouTube- und Display-Kampagnen ein:

YouTube-Kampagne

Targeting:

- **Demografische Ausrichtung:** Konzentration auf junge Erwachsene und Teenager, insbesondere diejenigen, die kürzlich ihren Führerschein erworben haben oder sich darauf vorbereiten.
- **Interessenbasiertes Targeting:** Fokus auf Nutzer mit Interesse an Auto- und Motorinhalten, Fahrschulen, Fahrprüfungstipps und ähnlichen Themen.
- **Remarketing:** Ansprache von Nutzern, die bereits die Website besucht oder spezifische Inhalte angesehen haben, um die Konversionswahrscheinlichkeit zu erhöhen.

Creative:

- Erstellung von Videos, die direkt auf die Zielgruppe zugeschnitten sind. Inhalte könnten Ratschläge für junge Fahrer, Vorteile der Versicherung und Kundenerfahrungen umfassen. Wichtig ist ein emotionaler Zugang, um eine stärkere Bindung aufzubauen.
- Nutzung von dynamischen Elementen, um die Aufmerksamkeit zu erhöhen, z.B. Texteinblendungen mit Fragen oder Statistiken, die junge Fahrer direkt betreffen.
- Klare Call-to-Actions am Ende jedes Videos, die die Zuschauer dazu auffordern, mehr zu erfahren oder ihren Tarif direkt zu berechnen.

FEEDBACK & REFINEMENT

Einrichtung & Struktur:

- Einsatz von TrueView-In-Stream-Anzeigen, die Nutzern vor, während oder nach anderen Videos auf YouTube gezeigt werden und nach 5 Sekunden übersprungen werden können. So zahlst du nur, wenn Nutzer das Video tatsächlich ansehen
- Einrichtung separater Kampagnen für verschiedene Zielgruppen oder Themenbereiche, um die Leistung individuell optimieren zu können.

Budgetverteilung:

- Angesichts des Gesamtbudgets könnte ein Start mit einem Testbudget von etwa 10-15% des für YouTube vorgesehenen Budgets sinnvoll sein. Die genaue Verteilung hängt von der Performance ab: erfolgreiche Kampagnenelemente erhalten mehr Budget.

ERSTE KAMPAGNEN-IDEEN

FEEDBACK & REFINEMENT

Display-Kampagne

Targeting:

- **Kontextuelles Targeting:** Schaltung auf Websites und in Apps, die sich mit Autokauf, Fahrprüfungen, Verkehrssicherheit und jungen Fahrern befassen.
- **Geografisches Targeting:** Fokussierung auf Regionen mit einer hohen Dichte an Fahrschulen oder einer jungen Bevölkerung.
- **Remarketing:** Um Nutzer wieder anzusprechen, die bereits Interesse gezeigt haben, aber noch nicht konvertiert sind.

Creative:

- Entwicklung von visuell ansprechenden Anzeigen, die die Flexibilität und die Kostenvorteile der Versicherung hervorheben. Nutzung von starken Bildern und klaren Botschaften, die speziell auf junge Fahrer abzielen.
- Variierung der Anzeigenformate (z.B. Banner, Interstitials, Responsive Ads), um auf verschiedenen Plattformen und Bildschirmgrößen optimal zu funktionieren.
- Integration von interaktiven Elementen oder Gamification, um Engagement zu fördern, z.B. kurze Quiz oder Slider, die Wissen über Verkehrssicherheit testen.

ERSTE KAMPAGNEN-IDEEN

FEEDBACK & REFINEMENT

Einrichtung & Struktur:

- Nutzung von Google Ads zur Einrichtung und Verwaltung der Display-Kampagnen, mit separaten Anzeigengruppen für verschiedene Zielgruppen und Inhalte.
- Einsatz von A/B-Tests für verschiedene Anzeigenvarianten, um die effektivsten Botschaften und Designs zu identifizieren

Budgetverteilung:

- Eine initiale Zuweisung von etwa 20-25% des Gesamtbudgets für Display-Anzeigen könnte ein guter Ausgangspunkt sein. Die Optimierung und Anpassung des Budgets basiert auf der Performance, wobei erfolgreiche Anzeigen und Targeting-Strategien mehr Budget erhalten.

Für beide Kampagnenarten ist eine fortlaufende Überwachung und Anpassung essenziell, um die bestmögliche Performance zu erzielen. Nutze Conversion-Tracking und andere Analysetools, um Einblicke in das Nutzerverhalten zu erhalten und die Kampagnen entsprechend zu optimieren.

Brauchst du noch weitere Details oder hast du spezifische Fragen zu einem der Punkte?

KEYWORD- RECHERCHE



KEYWORD-RECHERCHE



Mit den richtigen Prompts erste Keyword-Ideen finden

KKP Du

Antwort an:

1\ Search-Kampagne: Gezielte Keyword-Strategie für Fahranfänger

Ich würde nun gerne die Keyword-Strategie für unsere Suchanzeigen mit dir festlegen. Schau dir bitte noch einmal die Landing Page an: <https://www.huk.de/fahrzeuge/kfz-versicherung/autoversicherung-fahranfaenger.html> und entwickle mir auf der Basis ein Keyword-Schema für die Kampagne



CUSTOMGPT
AKTIVIEREN!

KEYWORD-RECHERCHE

Mit den richtigen Prompts erste Keyword-Ideen finden

 WebPilot

Talked to gpts.webpilot.ai

Nach der Analyse der Landing Page zur Fahranfänger-Versicherung der HUK biete ich folgendes Keyword-Schema für die Suchanzeigen-Kampagne:

Primäre Keywords:

- Fahranfänger-Versicherung
- Günstige Autoversicherung Fahranfänger
- Kfz-Versicherung junge Fahrer
- Autoversicherung unter 25
- Startklar Young Driver

Mit den richtigen Prompts erste Keyword-Ideen finden

Sekundäre Keywords (spezifische Aspekte und Vorteile):

- Versicherung Fahranfänger sparen
- Telematik-Tarif für Fahranfänger
- Kfz-Versicherung Fahranfänger Bonus
- Zweitwagenversicherung Fahranfänger
- Autoversicherung Fahranfänger Kosten

Long-Tail Keywords (Fragen und spezifische Suchanfragen):

- Wie sparen bei der Fahranfänger-Versicherung?
- Beste Kfz-Versicherung für Fahranfänger in Deutschland
- Kfz-Versicherung für junge Fahrer mit Telematik Bonus
- Günstige Versicherung für Erstfahrer ohne Schadenfreiheitsklasse
- Fahranfänger-Versicherung mit Start-Bonus und Folge-Bonus

Mit den richtigen Prompts erste Keyword-Ideen finden

Markenbezogene Keywords:

- HUK Autoversicherung Fahranfänger
- HUK Telematik Plus Fahranfänger
- HUK Kasko SELECT Fahranfänger
- HUK Fahranfänger Versicherungsrechner

Diese Keywords sollten in den Anzeigentexten und Landing Pages verwendet werden, um eine hohe Relevanz für die Suchanfragen der Zielgruppe zu gewährleisten. Es ist wichtig, die Keywords so in den Anzeigentexten zu platzieren, dass sie natürlich wirken und den Nutzer zum Klicken motivieren. Die Leistung dieser Keywords sollte regelmäßig überwacht werden, um die Strategie bei Bedarf anzupassen und zu optimieren.

Falls du noch weitere Anpassungen oder spezifische Ausrichtungen benötigst, gib mir gerne Bescheid!

KEYWORD-RECHERCHE



MAKE YOUR LIFE EASIER



Du

Kannst du mir bitte alle im Chat vorgeschlagenen Keywords als Liste ohne Zwischenüberschrift zur Verfügung stellen, damit ich sie im Keyword-Planner auf Suchvolumen überprüfen kann?

MAKE YOUR LIFE EASIER



SUCHVOLUMEN-CHECK

Keyword ↑	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat
autoversicherung fahranfänger kosten	590
autoversicherung unter 25	70
beste kfz versicherung für fahranfänger in deutschland	–
fahranfänger versicherung mit start bonus und folge b...	–
günstige autoversicherung fahranfänger	590
günstige versicherung für erstfahrer ohne schadenfrei...	–
huk autoversicherung fahranfänger	20
huk fahranfänger versicherungsrechner	–
huk kasko select fahranfänger	–



KEYWORD-RECHERCHE



FEEDBACK & REFINEMENT

KKP Du

Leider hatten nur die folgenden Keywords Suchvolumen:

autoversicherung fahranfänger kosten 590

autoversicherung unter 25 70

fahranfänger versicherung 2900

günstige autoversicherung fahranfänger 590

zweitwagenversicherung fahranfänger 90

Kannst du auf Basis dieser Info weitere Keywords mit potentiell höherem Suchvolumen vorschlagen?



FEEDBACK & REFINEMENT



ChatGPT

Angesichts der Keywords mit nachweislichem Suchvolumen und deinem Ziel, Fahranfänger und junge Fahrer zu erreichen, schlage ich vor, die Keyword-Liste zu erweitern und zu diversifizieren, um potenziell höhere Suchvolumina abzudecken. Hier sind einige Vorschläge, die sich auf Variationen und erweiterte Suchbegriffe der Keywords mit Suchvolumen konzentrieren:

- Versicherung für junge Fahrer
- Erste Autoversicherung
- Kfz-Versicherung für Studenten
- Billige Kfz-Versicherung für junge Fahrer
- Versicherung junge Leute Auto
- Kfz-Versicherungsvergleich junge Fahrer
- Erstwagenversicherung für Fahranfänger
- Autoversicherung Neufahrer
- Beste Versicherung für Fahranfänger
- Versicherungsangebote für junge Fahrer
- Autoversicherung junge Fahrer Vergleich
- Telematikversicherung junge Fahrer
- Fahranfänger Auto versichern

FEEDBACK & REFINEMENT

 **Du**

Die folgenden Keywords werden auch gesucht:

autoversicherung erstversicherung 10
autoversicherung fahranfänger günstig 590
beste versicherung für fahranfänger 70
erste autoversicherung 140
fahranfänger auto versichern 2400
kfz versicherung für studenten 90
kfz versicherung unter 23 30



Bitte fasse in einer weiteren Liste alle Keywords zusammen, die Suchvolumen aufweisen.

FEEDBACK & REFINEMENT



ChatGPT

Hier ist die zusammengefasste Liste aller Keywords, die ein Suchvolumen aufweisen:

- autoversicherung fahranfänger kosten - 590
- autoversicherung unter 25 - 70
- fahranfänger versicherung - 2900
- günstige autoversicherung fahranfänger - 590
- zweitwagenversicherung fahranfänger - 90
- autoversicherung erstversicherung - 10
- autoversicherung fahranfänger günstig - 590
- beste versicherung für fahranfänger - 70
- erste autoversicherung - 140
- fahranfänger auto versichern - 2400
- kfz versicherung für studenten - 90
- kfz versicherung unter 23 - 30

Diese Liste beinhaltet alle Keywords mit nachgewiesenem Suchvolumen und sollte als Grundlage für deine Suchanzeigen-Kampagne dienen. Es ist empfehlenswert, diese Keywords in verschiedenen Kampagnen und Anzeigengruppen zu testen, um die effektivsten Kombinationen in Bezug auf Klicks und Konversionen zu ermitteln.

KEYWORD-RECHERCHE

TIEFERGEHENDE RECHERCHE MIT DEINEN TOOLS DURCHFÜHREN

KWR
ANHÄNGEN



kwr_kfz_anfaenger.xlsx

Kalkulationstabelle

Ich habe eine tieferegehende Recherche durchgeführt und die Keywords in der Excel im Anhang gefunden. Welche für meine geplante Kampagne hilfreichen Informationen kannst du aus den Daten ziehen?

TIEFERGEHENDE RECHERCHE MIT DEINEN TOOLS DURCHFÜHREN



ChatGPT

Aus den Daten in der Excel-Datei können wir mehrere wichtige Informationen für deine geplante Kampagne extrahieren:

Durchschnittliche monatliche Suchanfragen

- **Höchstes Suchvolumen:** Das Keyword "fahranfänger versicherung" hat mit 2.900 das höchste durchschnittliche monatliche Suchvolumen, was auf ein hohes Interesse in diesem Bereich hindeutet
- **Weitere relevante Keywords:** "autoversicherung fahranfänger kosten" und "günstige autoversicherung fahranfänger" haben beide ein Suchvolumen von 590, gefolgt von "zweitwagenversicherung fahranfänger" mit 90 und "autoversicherung unter 25" mit 70.

TIEFERGEHENDE RECHERCHE MIT DEINEN TOOLS DURCHFÜHREN

Änderungen im Suchvolumen

- **Jährliche Trends:** Die Änderung im Jahresvergleich zeigt, dass das Interesse an "günstige autoversicherung fahranfänger" im Laufe des Jahres um 49% gestiegen ist, während "zweitwagenversicherung fahranfänger" einen Rückgang von 64% verzeichnet.
- **Dreimonatige Trends:** Über drei Monate gesehen, erhöhte sich das Suchvolumen für "zweitwagenversicherung fahranfänger" um 67%, was auf saisonale Schwankungen oder spezifische Markttrends hindeuten könnte.

TIEFERGEHENDE RECHERCHE MIT DEINEN TOOLS DURCHFÜHREN

Wettbewerb

- Der Wettbewerb für diese Keywords wird als "Mittel" eingestuft, mit einer indexierten Wettbewerbswertung zwischen 39 und 55. Dies deutet darauf hin, dass es eine moderate Konkurrenz gibt, aber auch Möglichkeiten für eine erfolgreiche Positionierung.

Gebotspreise

- **Top of page bid (low range):** Die untere Gebotsspanne für die erste Seite reicht von 0.29€ bis 0.55€, was auf die Mindestkosten hinweist, um auf der ersten Seite der Suchergebnisse angezeigt zu werden.
- **Top of page bid (high range):** Die obere Gebotsspanne reicht von 1.24€ bis 3.42€, was die Kosten für eine prominente Platzierung auf der ersten Seite angibt.

TIEFERGEHENDE RECHERCHE MIT DEINEN TOOLS DURCHFÜHREN

Monatliche Suchanfragen

- **Saisonale Schwankungen:** Die monatliche Aufschlüsselung zeigt deutliche saisonale Trends, wie z.B. eine Zunahme der Suchanfragen für "fahranfänger versicherung" im Oktober bis Januar, was strategische Anpassungen für Kampagnenplanungen ermöglicht.

Basierend auf diesen Informationen könntest du deine Kampagne so ausrichten, dass du diese Keywords mit dem höchsten Suchvolumen und den wachsenden Trends priorisierst. Die Daten zu Gebotspreisen und Wettbewerb bieten dir zudem wertvolle Einsichten für das Budget-Management und die Gebotsstrategie.

Möchtest du noch spezifischere Analysen oder Empfehlungen basierend auf diesen Daten? [>-]

KEYWORD-RECHERCHE



UNTERSTÜTZUNG BEI DER FINALEN KEYWORD-AUSWAHL



Du

Bitte empfehle mir eine sinnvolle Keyword-Auswahl für meine geplante Suchkampagne für
Fahranfänger

UNTERSTÜTZUNG BEI DER FINALEN KEYWORD-AUSWAHL



ChatGPT

Basierend auf den Daten deiner Excel-Datei und dem Ziel, eine effektive Suchkampagne für Fahranfänger zu gestalten, empfehle ich eine sorgfältige Auswahl von Keywords, die eine hohe Relevanz, ein signifikantes Suchvolumen und eine positive Trendentwicklung aufweisen. Hier ist eine sinnvolle Auswahl von Keywords für deine Kampagne:

1. Fahranfänger Versicherung

- Mit dem höchsten durchschnittlichen monatlichen Suchvolumen (2.900) ist dieses Keyword ein Muss für deine Kampagne, da es eine breite Zielgruppe anspricht, die nach Versicherungsoptionen für Fahranfänger sucht.

2. Günstige Autoversicherung Fahranfänger

- Ein hohes Suchvolumen von 590 und eine positive jährliche Trendentwicklung (+49%) machen dieses Keyword besonders attraktiv für preisbewusste Fahranfänger.

3. Autoversicherung Fahranfänger Kosten

- Dieses Keyword hat ebenfalls ein Suchvolumen von 590 und ist relevant für Nutzer, die speziell nach den Kosten einer Autoversicherung für Fahranfänger suchen.

UNTERSTÜTZUNG BEI DER FINALEN KEYWORD-AUSWAHL

4. **Fahranfänger Auto Versichern**

- Mit einem außergewöhnlich hohen Suchvolumen von 2.400 stellt dieses Keyword eine ausgezeichnete Möglichkeit dar, Nutzer anzusprechen, die direkt nach Versicherungsmöglichkeiten für ihr erstes Auto suchen.

5. **Erste Autoversicherung**

- Mit einem soliden Suchvolumen von 140 und spezifisch ausgerichtet auf Nutzer, die ihre erste Autoversicherung abschließen, ist dieses Keyword besonders für junge Fahrer und Fahranfänger relevant.

6. **Zweitwagenversicherung Fahranfänger**

- Trotz eines niedrigeren Suchvolumens von 90 zeigt dieses Keyword ein interessantes Potenzial durch eine starke dreimonatige Trendentwicklung (+67%), was es für Familien attraktiv macht, die eine Versicherung für das Fahrzeug eines Fahranfängers innerhalb der Familie suchen.

UNTERSTÜTZUNG BEI DER FINALEN KEYWORD-AUSWAHL

7. **Autoversicherung Unter 25**

- Mit einem Suchvolumen von 70, richtet sich dieses Keyword an junge Fahrer unter 25 Jahren, eine Kernzielgruppe für Fahranfänger-Versicherungen.

8. **Kfz Versicherung für Studenten**

- Dieses Keyword (Suchvolumen: 90) spricht eine spezifische Zielgruppe an, die aufgrund ihres Studentenstatus möglicherweise besondere Tarife oder Angebote sucht.

9. **Kfz Versicherung Unter 23**

- Mit einem geringen, aber spezifischen Suchvolumen von 30 kann dieses Keyword helfen, eine noch jüngere Zielgruppe anzusprechen.

Diese Auswahl an Keywords deckt eine breite Palette von Suchintentionen ab, von allgemeinen Anfragen bis hin zu spezifischeren Bedürfnissen bezüglich Kosten, Vergünstigungen für junge Fahrer oder Studenten und Zweitwagenoptionen. Um den Erfolg deiner Kampagne zu maximieren, empfehle ich, diese Keywords regelmäßig zu überwachen und auf Basis von Leistungsdaten anzupassen.

ANZEIGEN- GRUPPEN



CLUSTERUNG IN SINNVOLLE ANZEIGENGRUPPEN

Keywords in thematisch sinnvolle Anzeigengruppen einteilen lassen



Du

Danke dir. Bitte teile die oben festgelegten Keywords in Anzeigengruppen ein.

GROBE CLUSTERUNG

Keywords in thematisch sinnvolle Anzeigengruppen einteilen lassen



ChatGPT

Um die Keywords effektiv in Anzeigengruppen für deine SEA-Kampagne einzuteilen, ist es wichtig, sie thematisch zu gruppieren, basierend auf dem Suchverhalten der Zielgruppe und den spezifischen Angeboten deiner Kfz-Versicherung für Fahranfänger. Hier ist eine mögliche Einteilung basierend auf den Keywords, die Suchvolumen aufweisen und somit als relevant für die Kampagne identifiziert wurden:

Anzeigengruppe 1: Günstige Angebote

- günstige autoversicherung fahranfänger
- autoversicherung fahranfänger kosten
- autoversicherung fahranfänger günstig

Anzeigengruppe 2: Versicherungsbedingungen für Fahranfänger

- fahranfänger versicherung
- erste autoversicherung
- fahranfänger auto versichern

Anzeigengruppe 3: Altersspezifische Versicherungen

- autoversicherung unter 25
- kfz versicherung unter 23

Anzeigengruppe 4: Spezielle Tarife für junge Fahrer

- zweitwagenversicherung fahranfänger
- kfz versicherung für studenten
- autoversicherung erstversicherung

REFINEMENT



Ergänzungen vornehmen



Du

Bitte schau nochmal in die Keyword-Excel und ergänze sinnvolle weitere Keywords in den Anzeigengruppen

Ergänzungen vornehmen

ChatGPT

Nach dem erneuten Überblick über die Daten in der Excel-Datei, hier die erweiterte Einteilung der Keywords in Anzeigengruppen mit hinzugefügten relevanten Keywords:

Anzeigengruppe 1: Günstige Angebote

- günstige autoversicherung fahranfänger
- autoversicherung fahranfänger kosten
- autoversicherung fahranfänger günstig
- **autoversicherung junge fahrer günstig**
- **günstigste kfz versicherung für fahranfänger**

Anzeigengruppe 2: Versicherungsbedingungen für Fahranfänger

- fahranfänger versicherung
- erste autoversicherung
- fahranfänger auto versichern
- **kfz versicherung fahranfänger tarife**
- autoversicherung fahranfänger vergleich

Anzeigengruppe 3: Altersspezifische Versicherungen

- autoversicherung unter 25
- kfz versicherung unter 23
- **kfz versicherung junge leute**
- autoversicherung studenten

Anzeigengruppe 4: Spezielle Tarife für junge Fahrer

- zweitwagenversicherung fahranfänger
- kfz versicherung für studenten
- autoversicherung erstversicherung
- **zweitwagenregelung für fahranfänger**
- württembergische kfz versicherung fahranfänger
- zweitwagen für fahranfänger

FEEDBACK & REFINEMENT



Auf Unstimmigkeiten aufmerksam machen

 **Du**

Ist die Verteilung des Suchvolumens über die Anzeigengruppen ausgeglichen? Nicht, dass eine Anzeigengruppe sehr viel Suchvolumen hat und das ganze Budget für sich beansprucht

Auf Unstimmigkeiten aufmerksam machen



ChatGPT

Um sicherzustellen, dass das Suchvolumen über die Anzeigengruppen hinweg ausgeglichen ist und nicht eine einzelne Anzeigengruppe das gesamte Budget beansprucht, sollten wir die durchschnittlichen monatlichen Suchvolumina der ausgewählten Keywords in jeder Gruppe betrachten. Dies ermöglicht es uns, eine ausgewogene Zuteilung des Budgets vorzunehmen und gegebenenfalls Anpassungen vorzunehmen, um eine effektive Abdeckung über alle relevanten Themenbereiche zu gewährleisten.

Ich werde das durchschnittliche monatliche Suchvolumen der Keywords pro Anzeigengruppe berechnen, um einen Überblick darüber zu bekommen, wie das Suchvolumen verteilt ist.

Basierend auf der Berechnung des durchschnittlichen monatlichen Suchvolumens für jede Anzeigengruppe, sehen wir folgende Verteilung:

- **Günstige Angebote:** Durchschnittliches Suchvolumen von 590
- **Versicherungsbedingungen für Fahranfänger:** Durchschnittliches Suchvolumen von 1.813
- **Altersspezifische Versicherungen:** Durchschnittliches Suchvolumen von 50
- **Spezielle Tarife für junge Fahrer:** Durchschnittliches Suchvolumen von etwa 37

FEEDBACK & REFINEMENT



Auf Unstimmigkeiten aufmerksam machen



Du

Kannst du nochmal in die Liste schauen und prüfen ob du für die Anzeigengruppen 3 und 4 noch weitere Potentiale findest?

Auf Unstimmigkeiten aufmerksam machen



ChatGPT

Nach erneuter Überprüfung der Liste und Identifizierung weiterer potenzieller Keywords für die Anzeigengruppen 3 ("Altersspezifische Versicherungen") und 4 ("Spezielle Tarife für junge Fahrer"), habe ich folgende zusätzliche Keywords gefunden, die das Potential haben, die Reichweite und Relevanz deiner Kampagnen zu verbessern:

Anzeigengruppe 3: Altersspezifische Versicherungen

Zusätzliche potenzielle Keywords basierend auf durchschnittlichem monatlichem Suchvolumen:

- **kfz versicherung unter 25** - 70 Suchanfragen
- **auto versicherung unter 25** - 50 Suchanfragen
- **versicherung auto unter 25** - 50 Suchanfragen
- **autoversicherung fahrer unter 25** - 40 Suchanfragen

Diese Keywords erweitern die Gruppe, indem sie spezifische Suchanfragen junger Fahrer abdecken, die nach Versicherungsoptionen suchen, die auf ihre Altersgruppe zugeschnitten sind.

Auf Unstimmigkeiten aufmerksam machen

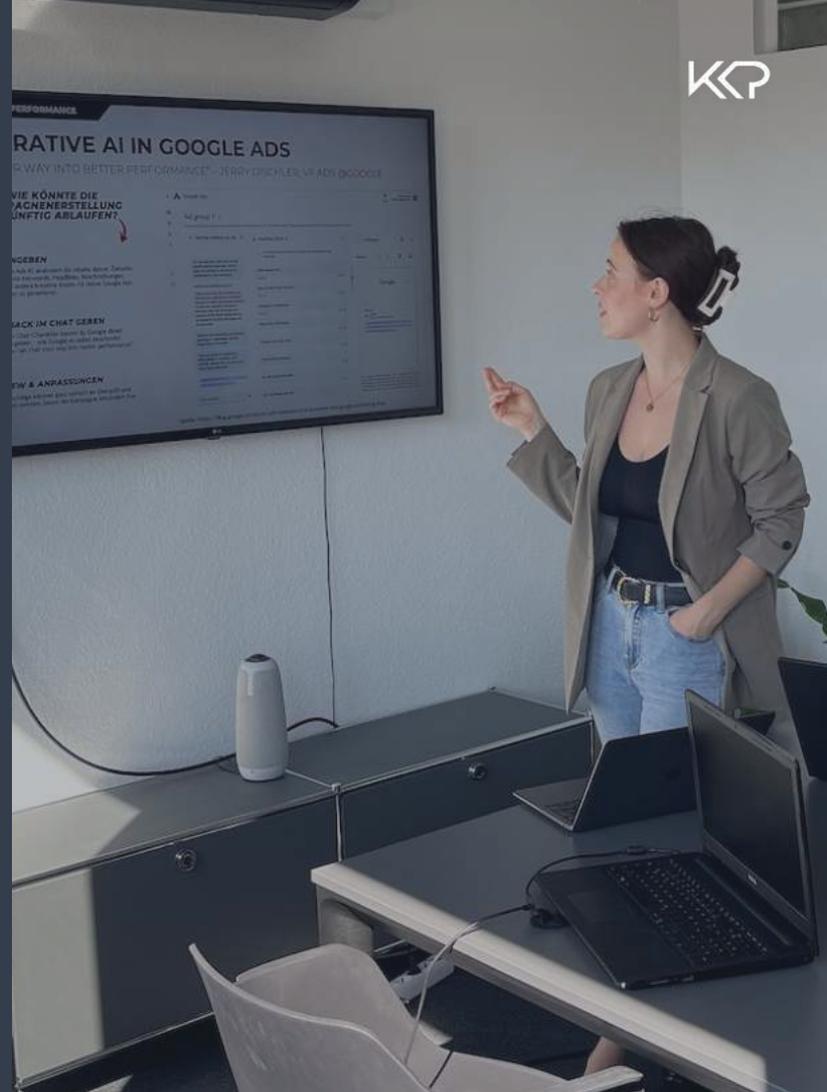
Anzeigengruppe 4: Spezielle Tarife für junge Fahrer

Zusätzliche potenzielle Keywords basierend auf durchschnittlichem monatlichem Suchvolumen:

- **zweitwagenversicherung für fahranfänger** - 90 Suchanfragen
- **erstversicherung auto** - 20 Suchanfragen
- **auto erstversicherung** - 20 Suchanfragen
- **erstversicherung auto kosten** - 20 Suchanfragen

Diese zusätzlichen Keywords zielen darauf ab, spezifische Aspekte und Angebote, wie Erstversicherungen und Zweitwagenregelungen, für Fahranfänger hervorzuheben, was besonders relevant für Familien oder junge Fahrer sein kann, die nach kostengünstigen Versicherungslösungen suchen.

AUSRICHTUNG & TARGETING



GEZIELTE AUSRICHTUNG

Mit ChatGPT das ideale Targeting für Werbeanzeigen erarbeiten



Du

Kannst du auf Basis aller bisherigen Informationen die ideale Zielgruppe für unsere Push-Kampagne, also YouTube & Display, entwickeln?

Bitte gehe dabei auch auf die folgenden Punkte ein:

Demographische Informationen: Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildungsstand, Standort usw.

Psychografische Informationen: Werte, Interessen, Lebensstil, Persönlichkeitsmerkmale etc.

Pain Points: Die Herausforderungen und Hindernisse, mit denen die Zielgruppe konfrontiert ist und die eine Kfz-Versicherung lösen kann

Kommunikationspräferenzen: Wie die Zielgruppe Informationen erhalten und mit Marken in Kontakt treten möchte.

Kaufgewohnheiten: Wie die Zielgruppe Kaufentscheidungen trifft, einschließlich des Entscheidungsprozesses und weiteren Einflüssen.

GEZIELTE AUSRICHTUNG

Mit ChatGPT das ideale Targeting für Werbeanzeigen erarbeiten



ChatGPT

Basierend auf unseren bisherigen Diskussionen und Analysen zur Planung der SEA-Kampagne für Kfz-Versicherungen für Fahranfänger, hier eine detaillierte Entwicklung der idealen Zielgruppe für die Push-Kampagne über YouTube und Display:

Demographische Informationen

- **Alter:** Die Kernzielgruppe umfasst junge Fahrer und Fahranfänger, also Personen im Alter von 18 bis 25 Jahren. Dies schließt sowohl diejenigen ein, die gerade ihren Führerschein erworben haben, als auch junge Erwachsene, die nach kostengünstigen Versicherungsoptionen suchen.
- **Geschlecht:** Beide Geschlechter, mit möglicher Anpassung der Kampagneninhalte, um spezifische Bedürfnisse oder Vorlieben anzusprechen.
- **Einkommen:** Eher niedrig bis mittel, da diese Gruppe Studenten, Auszubildende oder Berufseinsteiger umfassen kann.
- **Bildungsstand:** Schüler, Auszubildende, Studenten und junge Erwachsene mit abgeschlossener Berufsausbildung oder Studium.
- **Standort:** Deutschlandweit, mit einem möglichen Fokus auf urbane Gebiete, wo die Bevölkerungsdichte höher ist und junge Menschen tendenziell früher den Führerschein machen.

GEZIELTE AUSRICHTUNG

Mit ChatGPT das ideale Targeting für Werbeanzeigen erarbeiten

Psychografische Informationen

- **Werte:** Unabhängigkeit, Mobilität, Sicherheit und finanzielle Einsparungen sind wichtige Werte für diese Zielgruppe
- **Interessen:** Autofahren, Technologie, soziale Medien, Reisen und Abenteuer.
- **Lebensstil:** Aktiver Lebensstil mit einem Fokus auf Freiheit und Selbstständigkeit. Viele sind wahrscheinlich in einer Lebensphase der persönlichen und beruflichen Entwicklung.
- **Persönlichkeitsmerkmale:** Selbstbewusst, preisbewusst, risikobewusst, technikaffin.

Pain Points

- Hohe Kosten der Kfz-Versicherung, insbesondere für Fahranfänger aufgrund des erhöhten Risikos
- Mangelndes Wissen über Versicherungsoptionen und -bedingungen.
- Unsicherheit bezüglich des Versicherungsschutzes und der Leistungen.
- Schwierigkeiten, eine Versicherung zu finden, die flexibel und an ihre spezifischen Bedürfnisse angepasst ist.

GEZIELTE AUSRICHTUNG

Mit ChatGPT das ideale Targeting für Werbeanzeigen erarbeiten

Kommunikationspräferenzen

- Bevorzugt digitale Kanäle wie soziale Medien, E-Mails und Online-Werbung.
- Schätzt klare, direkte und authentische Kommunikation.
- Bevorzugt interaktive und visuell ansprechende Inhalte, wie Videos oder Infografiken.
- Nutzt aktiv Vergleichsplattformen und Bewertungsseiten, um Kaufentscheidungen zu treffen.

Kaufgewohnheiten

- Entscheidungsprozess oft von Preisvergleichen und Empfehlungen durch Freunde oder Familie beeinflusst.
- Tendenz zur Online-Recherche und zum Kauf, mit einem hohen Wert auf Benutzerfreundlichkeit und schnellen Informationszugang.
- Offen für Sonderangebote, Rabatte und innovative Tarifmodelle, wie z.B. Telematik-Tarife.

GEZIELTE AUSRICHTUNG

Mit ChatGPT das ideale Targeting für Werbeanzeigen erarbeiten



Du

Danke dir! Bitte definiere die Zielgruppen genauer in die verschiedenen Arten von Zielgruppen, die es in Google Ads gibt, wie z.B.:

Demografische Zielgruppen, Interessenbasierte Zielgruppen, Zielgruppen mit einer bestimmten Kaufabsicht, Nutzer, die bestimmte Webseiten besuchen etc.

Gib konkrete Beispiele, welche Zielgruppen du wählen würdest.

GEZIELTE AUSRICHTUNG

Mit ChatGPT das ideale Targeting für Werbeanzeigen erarbeiten



ChatGPT

Für deine Google Ads Push-Kampagne zur Bewerbung der Kfz-Versicherung für Fahranfänger können wir die Zielgruppen basierend auf den verschiedenen Arten von Zielgruppen, die Google Ads anbietet, noch genauer definieren. Hier sind konkrete Beispiele und Vorschläge für jede Art von Zielgruppe:

1. Demografische Zielgruppen

- **Alter:** 18 bis 25 Jahre, da diese Gruppe die Fahranfänger und jungen Fahrer umfasst.
- **Geschlecht:** Alle Geschlechter, mit möglicher Anpassung der Anzeigen für spezifische Segmente, wenn Daten zeigen, dass bestimmte Angebote für ein Geschlecht relevanter sind.
- **Bildungsniveau:** Schüler, Auszubildende, Studenten und Berufseinsteiger.
- **Einkommensklasse:** Untere bis mittlere Einkommensklasse, angepasst an junge Erwachsene, die oft ein begrenztes Budget haben.

GEZIELTE AUSRICHTUNG

Mit ChatGPT das ideale Targeting für Werbeanzeigen erarbeiten

2. Interessenbasierte Zielgruppen

- **Auto- und Fahrzeugbegeisterte:** Nutzer, die Interesse an Automobilthemen, Fahrzeugwartung und Auto-Upgrades zeigen.
- **Technikaffine Nutzer:** Personen, die sich für die neuesten Technologien, Apps und mobile Lösungen interessieren, insbesondere im Kontext von Fahrzeugen und Versicherungen.
- **Reise- und Abenteuerliebhaber:** Junge Erwachsene, die sich für Reisen, Roadtrips und Abenteuer interessieren, was die Notwendigkeit einer zuverlässigen Kfz-Versicherung unterstreicht.

GEZIELTE AUSRICHTUNG

Mit ChatGPT das ideale Targeting für Werbeanzeigen erarbeiten

3. Zielgruppen mit einer bestimmten Kaufabsicht

- **Nutzer, die nach "günstige Kfz-Versicherung für Fahranfänger" suchen:** Eine sehr spezifische Zielgruppe mit hoher Kaufabsicht.
- **Vergleichssuchende:** Nutzer, die aktiv Vergleichsseiten besuchen oder nach Vergleichen von Kfz-Versicherungen suchen.
- **Nutzer, die nach "Autoversicherungsrechner" suchen:** Personen, die aktiv nach Möglichkeiten suchen, ihre potenziellen Versicherungskosten online zu berechnen.

Mit ChatGPT das ideale Targeting für Werbeanzeigen erarbeiten

4. Nutzer, die bestimmte Webseiten besuchen

- **Besucher von Fahrschulwebseiten:** Personen, die Informationen zu Fahrschulen suchen, stehen oft kurz vor dem Erhalt ihres Führerscheins und benötigen bald eine Kfz-Versicherung.
- **Besucher von Automobil- und Youngtimer-Blogs:** Junge Autofans, die sich für Fahrzeuge interessieren und wahrscheinlich in naher Zukunft eine Versicherung benötigen.

Mit ChatGPT das ideale Targeting für Werbeanzeigen erarbeiten

5. Remarketing-Zielgruppen

Nutzer, die bereits die Webseite besucht haben, aber nicht konvertiert sind: Durch Remarketing kannst du diese Nutzer erneut ansprechen und sie zur Rückkehr auf deine Seite bewegen, um die Konversion abzuschließen.

6. Ähnliche Zielgruppen

Nutzer ähnlich denen, die bereits konvertiert haben: Google Ads kann Nutzer identifizieren, die ähnliche Merkmale wie deine bestehenden Kunden haben, was die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass diese Nutzer ebenfalls an deinem Angebot interessiert sind.

GEZIELTE AUSRICHTUNG



Mit ChatGPT das ideale Targeting für Werbeanzeigen erarbeiten



Du

Weißt du was kombinierte Segmente in Google Ads sind?

Mit ChatGPT das ideale Targeting für Werbeanzeigen erarbeiten



ChatGPT

Ja, kombinierte Segmente in Google Ads sind eine fortschrittliche Möglichkeit, Zielgruppen basierend auf einer Kombination von Kriterien wie demografischen Angaben, Interessen, Kaufabsicht und Verhalten zu erstellen und anzusprechen. Diese Funktion ermöglicht es Werbetreibenden, ihre Zielgruppen noch spezifischer zu definieren, indem sie mehrere Merkmale und Verhaltensweisen kombinieren, um eine hochgradig angepasste Zielgruppe zu erstellen.

Mit kombinierten Segmenten kannst du beispielsweise eine Zielgruppe definieren, die nicht nur ein bestimmtes Alter und Geschlecht hat, sondern auch spezifische Interessen zeigt oder bestimmte Online-Verhaltensweisen aufweist. So kannst du Nutzer erreichen, die eine hohe Relevanz für dein Produkt oder deine Dienstleistung haben, und dadurch die Effektivität deiner Werbekampagnen steigern.

GEZIELTE AUSRICHTUNG

Mit ChatGPT das ideale Targeting für Werbeanzeigen erarbeiten

Anwendungsbeispiele für kombinierte Segmente:

1. **Demografische Angaben + Kaufabsicht:** Du könntest eine Zielgruppe erstellen, die sich auf junge Erwachsene (18-25 Jahre) konzentriert, die aktiv nach "günstiger Kfz-Versicherung für Fahranfänger" suchen. Damit kombinierst du demografische Informationen mit einer bestimmten Kaufabsicht.
2. **Interessen + Online-Verhalten:** Eine weitere Möglichkeit wäre, Nutzer zu identifizieren, die ein hohes Interesse an Automobilen zeigen (z.B. Besuch von Auto-Blogs) und die sich gleichzeitig auf Seiten über Sicherheit im Straßenverkehr aufgehalten haben. Das zeigt ein Interesse an Autos sowie ein Bewusstsein für Sicherheit.
3. **Besuchte Webseiten + Standort:** Du könntest Nutzer ansprechen, die spezifische Automobil-Webseiten besucht haben und sich in städtischen Gebieten befinden, wo junge Fahrer wahrscheinlich leben.

KOMBINIERTE SEGMENTE



Erstelle auf Basis dieser Informationen hoch-relevante Zielgruppen für Push-Ads

Neues kombiniertes Zielgruppensegment

Benutzerdefinierte Kombination von Zielgruppensegmenten erstellen

Segmentname

Nutzer einschließen, die die folgenden Bedingungen erfüllen ⓘ

Mit einem beliebigen dieser Segmente übereinstimmen

Segment	Typ	
Kaufabsicht/Interesse: Günstige KFZ-Versiche...	Benutzerdefiniert	⊗

🔍

muss auch (UND)

Mit einem beliebigen dieser Segmente übereinstimmen

Segment	Typ	
Website-Besucher - KFZ-Versicherungsvergleich	Benutzerdefiniert	⊗

🔍

[Segment eingrenzen \(UND\)](#) [Segmente ausschließen \(NICHT\)](#)

Einstellungen für Segmentschätzung

Alle Standorte, Alle Sprachen

Geschätzte Segmentgröße

Wöchentliche Impressionen

31 Mio.

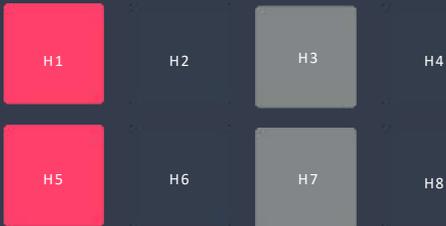
ANZEIGENTEXTE & A/B TESTS



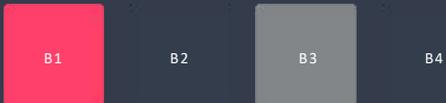
RESPONSIVE SUCHANZEIGEN

Werbetreibende
stellen
Assets zur Verfügung

Headlines (bis zu 15)

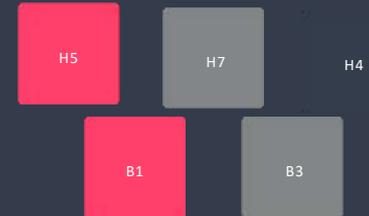


Beschreibungstexte (bis zu 4)



Google stellt die Anzeige
zusammen und testet
verschiedene
Kombinationen

Anzeige in den SERPS



RESPONSIVE SUCHANZEIGEN

Werbetreibende
stellen
Assets zur Verfügung

BU-Versicherung für Schüler	1
Erforderlich	27/30
Kinder BU-Versicherung	1
Erforderlich	22/30
Schüler-BU	1
Erforderlich	10/30
BU für Schüler	1
Erforderlich	14/30
Zugang zu Arzt-Terminservice	2
Erforderlich	28/30
Versicherungslücken schließen	2
Erforderlich	29/30
Flexible Tarife	2
Erforderlich	15/30

Textzeilen 4/4 Ideen anzeigen

- Schließen Sie die Lücke, solange Ihr Kind keinen Anspruch auf staatliche Unterstützung hat. 1
- Erforderlich 80/90
- Mit der NÜRNBERGER Schüler-BU können Sie bis zu 1.500€ monatliche Rente absichern. 1
- Erforderlich 82/90
- Sichern Sie Ihr Kind bereits ab 10 € mtl.* ab mit der NÜRNBERGER Schüler-BU. 2
- Erforderlich 76/90
- Flexibel reagieren auf Unfälle & Krankheiten dank NÜRNBERGER BU. Jetzt Angebot anfordern! 2
- Erforderlich 81/90



Google stellt die Anzeige
zusammen und testet
verschiedene
Kombinationen

Gesponsert

NÜRNBERGER Versicherung
www.nuernberger.de/bu/schüler

BU-Versicherung für Schüler - Flexible Tarife - Persönliches Angebot anfordern

Schließen Sie die Lücke, solange Ihr Kind keinen Anspruch auf staatliche Unterstützung hat. Flexibel reagieren auf Unfälle & Krankheiten dank NÜRNBERGER BU. Jetzt Angebot anfordern!
Versicherungsleistung: Schüler-BU, Studenten-BU, B...

[BU für Selbstständige](#) [BU-Versicherung Zahlung](#)

091165677923 anrufen

NEUE KOMMUNIKATIONSANSÄTZE FINDEN



Welchen USP wollen wir in unseren Anzeigen in den Fokus stellen?



Du

Checke die folgende Seite: <https://www.check24.de/kfz-versicherung/kfz-versicherer/huk-coburg/> Nenne mir danach die wichtigsten USPs der HUK Kfz Versicherung

NEUE KOMMUNIKATIONSANSÄTZE FINDEN



Welchen USP wollen wir in unseren Anzeigen in den Fokus stellen?

WebPilot

Talked to gpts.webpilot.ai

Die wichtigsten USPs (Unique Selling Propositions) der HUK Kfz-Versicherung basierend auf den Informationen von der Check24-Seite sind wie folgt:

1. **Maximale Deckungssummen bereits im Basis-Tarif:** Kunden erhalten selbst im grundlegenden Versicherungstarif die maximalen Deckungssummen, was für ein hohes Maß an Sicherheit sorgt.
2. **Unbegrenzte Mitversicherung von Sonderausstattung:** Die Sonderausstattung des Fahrzeugs ist ohne zusätzliche Kosten und ohne Begrenzung der Höhe mitversichert.
3. **Rückwirkende Beitragserstattung bei geringerer Fahrleistung:** Sollten Kunden weniger fahren als ursprünglich angegeben, erstattet die HUK einen Teil des Beitrags rückwirkend.
4. **Versicherungsschutz für Elektroautos:** Speziell für Elektrofahrzeuge deckt die HUK Schäden an Batterien/Akkus bis zu 20.000 Euro mit ab.
5. **Neupreiserstattung bis zu 24 Monate im Tarif Classic:** Bei Totalverlust oder Diebstahl des Fahrzeugs wird der Neupreis bis zu 24 Monate nach Erstzulassung erstattet.
6. **Umfassender Schutz vor Tierunfällen:** Im Tarif Classic sind Unfälle mit Tieren aller Art abgesichert, inklusive Folgeschäden durch Tierbiss bis zu 20.000 Euro.
7. **Ersetzen alter Teile durch neue ohne Abzug:** Beschädigte oder verschlissene Teile werden im Schadensfall durch neue ersetzt, ohne dass ein Wertabzug erfolgt.
8. **Inkludierte Mallorca-Police:** Diese Zusatzversicherung für Mietfahrzeuge im Ausland ist im Tarif Classic enthalten.
9. **Erweiterte Neupreiserstattung im Tarif Classic Kasko PLUS:** Hier wird der Neupreis nicht nur für Neuwagen, sondern auch für Gebrauchtwagen bis zu 36 Monate nach Erstzulassung erstattet.
10. **Zusätzliche Leistungen im Schadensfall:** Im Tarif Classic Kasko PLUS sind Überführungs- und Zulassungskosten bis zu 500 Euro bei einem Totalschaden mit abgedeckt.

NEUE KOMMUNIKATIONSANSÄTZE FINDEN



Welchen USP wollen wir in unseren Anzeigen in den Fokus stellen?



Du

Welche beiden USPs könnten am ehesten unsere Zielgruppe ansprechen?

NEUE KOMMUNIKATIONSANSÄTZE FINDEN

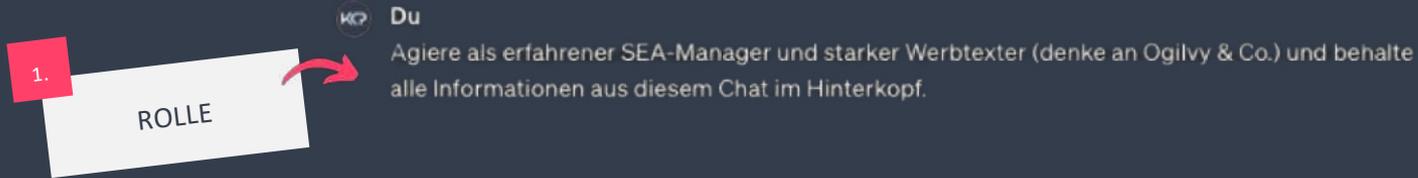


Welchen USP wollen wir in unseren Anzeigen in den Fokus stellen?

1. Rückwirkende Beitragserstattung bei geringerer Fahrleistung:
2. Erweiterte Neupreiserstattung im Tarif Classic Kasko PLUS für Neuwagen und Gebrauchtwagen bis zu 36 Monate:

ANSPRECHENDE ANZEIGENTEXTE

Mit den richtigen Prompts gute Anzeigentexte verfassen



ANSPRECHENDE ANZEIGENTEXTE

Mit den richtigen Prompts gute Anzeigentexte verfassen

1.

ROLLE



Du

Agiere als erfahrener SEA-Manager und starker Werbetexter (denke an Ogilvy & Co.) und behalte alle Informationen aus diesem Chat im Hinterkopf.

Bitte verfasse eine responsive Google Ads Anzeige für die Anzeigengruppe zum "Basisversicherung" mit den Keywords: kfz versicherung, autoversicherung, kfz haftpflichtversicherung

Achte darauf, dass die von dir festgelegte Zielgruppe sich von der Copy angesprochen fühlt.

2.

GENAUER TASK &
SPEZIFISCHE
INFOS ZUR AG

ANSPRECHENDE ANZEIGENTEXTE

Mit den richtigen Prompts gute Anzeigentexte verfassen

1.

ROLLE



Du

Agiere als erfahrener SEA-Manager und starker Werbtexer (denke an Ogilvy & Co.) und behalte alle Informationen aus diesem Chat im Hinterkopf.

Bitte verfasse eine responsive Google Ads Anzeige für die Anzeigengruppe zum "Basisversicherung" mit den Keywords: kfz versicherung, autoversicherung, kfz haftpflichtversicherung

Achte darauf, dass die von dir festgelegte Zielgruppe sich von der Copy angesprochen fühlt.

2.

GENAUER TASK &
SPEZIFISCHE
INFOS ZUR AG

3.

FORMAT
SPEZIFIZIEREN

Bitte baue die Anzeige so auf, dass die ersten 5 Headlines Bezug zur Suchanfrage herstellen, die nächsten 6 Headlines auf den USP der Kosteneffizienz eingehen und die letzten 4 Headlines sollten CTAs und/oder eine Markenbotschaft enthalten. Die Headlines dürfen die Zeichenbegrenzung von 30 Zeichen mit Leerzeichen nicht überschreiten!

Ergänze bitte danach 4 Beschreibungstexte mit maximal 90 Zeichen. Die ersten beiden Texte sollten nochmal den USP der Kosteneffizienz in den Mittelpunkt stellen und die beiden weiteren sollten einen starken CTA enthalten.

ANSPRECHENDE ANZEIGENTEXTE

Mit den richtigen Prompts gute Anzeigentexte verfassen

Responsive Google Ads Anzeige für "Günstige Angebote"

Headlines

1. Mit Kfz-Versicherung sparen
2. Deine Autoversicherung
3. Kfz-Spar-Tarife für Dich
4. Fahranfänger Kfz-Versicherung
5. Spar-Tarife für Fahranfänger
6. Beiträge zurückerhalten
7. Wenig gefahren? Sparen!
8. Deine Fahrleistung zählt
9. Geld-zurück bei Wenigfahrt
10. Flexible Sparoptionen
11. Wechsle jetzt & spare
12. Vollgas mit Sparvorteil
13. Deine Versicherung passt sich an
14. Fairness ist unser Antrieb
15. Entdecke Dein Sparpotenzial

Varianten Headline 1:
Um was geht es?
Bezug zum Keyword herstellen

Varianten Headline 2:
Ein USP im Fokus, in diesem Fall
die rückwirkende Erstattung

Varianten Headline 3:
CTA oder eine Branding-Botschaft

Beschreibungstexte

1. Weniger gefahren? Hol Dir Beiträge zurück.
2. Deine Fahrleistung mindert Kosten.
3. Jetzt informieren & zum Spar-Tarif wechseln.
4. Entdecke Sparpotenzial. Wechsel jetzt!

Varianten Description 1:
Bezug zum fokussierten USP herstellen

Varianten Description 2:
Handlungsaufforderung platzieren

Diese direkte und klare Anzeigenstruktur ohne Zwischenüberschriften soll sicherstellen, dass die Zielgruppe schnell und effektiv die relevanten Informationen und Handlungsaufforderungen wahrnimmt. Die ausgewählten Headlines und Beschreibungstexte sind strategisch darauf ausgerichtet, die Aufmerksamkeit von Fahranfängern zu gewinnen und sie zur Interaktion mit der Anzeige zu motivieren.

ANSPRECHENDE ANZEIGENTEXTE

Schnell verschiedene Anzeigenvarianten entwerfen



Du

Danke dir. Sehr gut. Bitte verfasse eine weitere responsive Suchanzeige nach der gleichen Herangehensweise für einen A/B Test. Stelle in diesem Fall bitte die Flexibilität in den Fokus der Anzeige Message.



GLEICHER AUFBAU
MIT ANDEREM USP
IM FOKUS

ANSPRECHENDE ANZEIGENTEXTE

Schnell verschiedene Anzeigenvarianten entwerfen



ChatGPT

Responsive Google Ads Anzeige für A/B Test - Fokus auf Flexibilität

Headlines

1. Flexible Kfz-Versicherung
2. Autoversicherung anpassen
3. Kfz-Haftpflicht flexibel
4. Ihre flexible Versicherung
5. Anpassbare Kfz-Tarife
6. Wählen Sie Ihren Schutz
7. Tarife nach Ihrem Bedarf
8. Flexibilität, die begeistert
9. Passen Sie Deckung an
10. Jederzeit anpassbar
11. Flex-Tarife entdecken
12. Jetzt Tarif anpassen
13. Flexibel bleiben & sparen
14. Anpassen & durchstarten
15. Flexibilität erleben

Beschreibungstexte

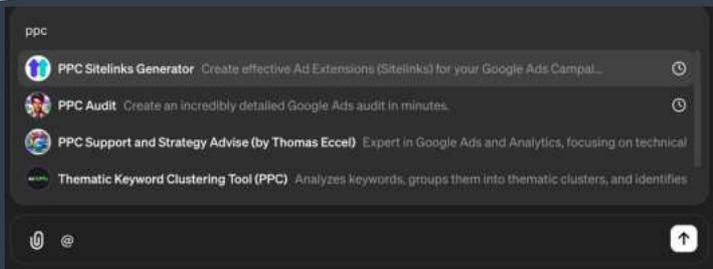
1. Maximale Flexibilität in Ihrer Kfz-Versicherung.
2. Passen Sie Ihre Versicherung an.
3. Entdecken Sie anpassbare Tarife.
4. Flexibel versichert – jetzt wechseln.

Diese Anzeige zielt darauf ab, die Flexibilität der Versicherungstarife als Haupt-USP hervorzuheben, um besonders junge Fahrer und Familien anzusprechen, die nach maßgeschneiderten Lösungen suchen. Die Headlines und Beschreibungstexte sind so gestaltet, dass sie die Möglichkeit der individuellen Anpassung der Versicherung an die Bedürfnisse und den Lebensstil der Zielgruppe betonen, um Interesse zu wecken und zur Interaktion zu motivieren.

ANSPRECHENDE ANZEIGENTEXTE

Anzeigenerweiterungen in Sekundenschnelle mit dem richtigen CustomGPT

CUSTOMGPT "PPC SITELINKS
GENERATOR" ANWÄHLEN



KKP Du

Bitte generiere mir Sitelinks zu diesen beiden Links:

<https://www.huk.de/fahrzeuge/ratgeber/kfz-versicherung-sparen.html> und

<https://www.huk.de/fahrzeuge/ratgeber/autokauf/was-ist-telematik.html>



Anzeigenerweiterungen in Sekundenschnelle mit dem richtigen CustomGPT

PPC Sitelinks Generator

Basierend auf den bereitgestellten URLs, hier sind einige Sitelinks, die für die HUK-Seiten zu Kfz-Versicherungsspar-Tipps und Telematik im Auto erstellt wurden. Diese Sitelinks entsprechen den Google Ads Anforderungen:

1. Spartipps für Kfz-Versicherung

- Bis zu 30% sparen
- 11 Tipps für niedrigere Beiträge
- <https://www.huk.de/fahrzeuge/ratgeber/kfz-versicherung-sparen.html>

2. Telematik Plus kennenlernen

- Sicher fahren, mehr sparen
- Bis zu 30% Rabatt sichern
- <https://www.huk.de/fahrzeuge/ratgeber/autokauf/was-ist-telematik.html>

3. Fahranfänger-Versicherung

- Spezielle Tarife für Neulinge
- Ideal für junge Fahrer
- <https://www.huk.de/fahrzeuge/kfz-versicherung/fahranfaenger.html>

4. Elektroauto-Versicherung

- Schutz für Ihr E-Fahrzeug
- Umfassende Leistungen
- <https://www.huk.de/fahrzeuge/kfz-versicherung/elektroautos.html>

6. Autoversicherung vergleichen

- Finden Sie Ihren Tarif
- Schnell und unkompliziert
- <https://www.huk.de/fahrzeuge/kfz-versicherung/autoversicherung-vergleich.html>

7. Mopedversicherung

- Sicher unterwegs auf zwei Rädern
- Für Mopeds und Roller
- <https://www.huk.de/fahrzeuge/kfz-versicherung/mopedversicherung.html>

8. Motorradversicherung

- Maßgeschneiderter Schutz
- Für Leidenschaft auf zwei Rädern
- <https://www.huk.de/fahrzeuge/kfz-versicherung/motorradversicherung.html>

9. Kfz-Schutzbrief

- Ihr Sicherheitsnetz unterwegs
- Hilfe rund um die Uhr
- <https://www.huk.de/fahrzeuge/zusatzprodukte/kfz-schutzbrief.html>

ANSPRECHENDE ANZEIGENTEXTE

Anzeigenerweiterungen in Sekundenschnelle mit dem richtigen CustomGPT



Du

Danke. Bitte verfasse ansprechende Erweiterungen mit Zusatzinformationen (Callout Extensions) für diese Landing Page: <https://www.huk.de/fahrzeuge/kfz-versicherung/autoversicherung-fahranfaenger.html>

ANSPRECHENDE ANZEIGENTEXTE

Anzeigenerweiterungen in Sekundenschnelle mit dem richtigen CustomGPT



PPC Sitelinks Generator

Für die Landing Page zur Autoversicherung für Fahranfänger bei HUK könnten folgende Callout-Erweiterungen ansprechend sein:

- Spezielle Tarife für Neulinge
- Rabatte für Fahranfänger
- Online-Berechnung in Minuten
- Unfallfrei fahren und sparen
- Flexible Deckungsoptionen
- Schneller Online-Abschluss
- Rundum-Schutz für junge Fahrer
- Kundenservice jederzeit erreichbar
- Soforthilfe im Schadenfall
- Kostenlose Beratung

ANSPRECHENDE ANZEIGENTEXTE

Fahranfänger Kfz-Versicherung | Spar-Tarife für Dich | Jetzt wechseln & sparen



Anzeige <https://www.huk.de/kfz/young> ▼

Weniger gefahren als gedacht? Hol Dir deine Beiträge zurück!

Entdecke das Sparpotenzial für Fahranfänger beim Wechsel zur HUK.

Spezielle Tarife · Rabatte für Fahranfänger · Online-Abschluss · Schutz für junge Fahrer

Spartipps

Bis zu 30% sparen.

11 Tipps für niedrigere Beiträge.

Telematik Plus

Sicher fahren, mehr sparen:

Bis zu 30% Rabatt sichern.

CHATGPT IM DAILY BUSINESS



Monitoring & Optimierung mit Hilfe von
ChatGPT

QUALITÄTSFAKTOR



Mit ChatGPT & Advanced Data Analysis schnell tiefgehende Analysen durchführen & Reports erstellen

 EXPORT DER KW-DATEN AUS GOOGLE ADS ANHÄNGEN



Du

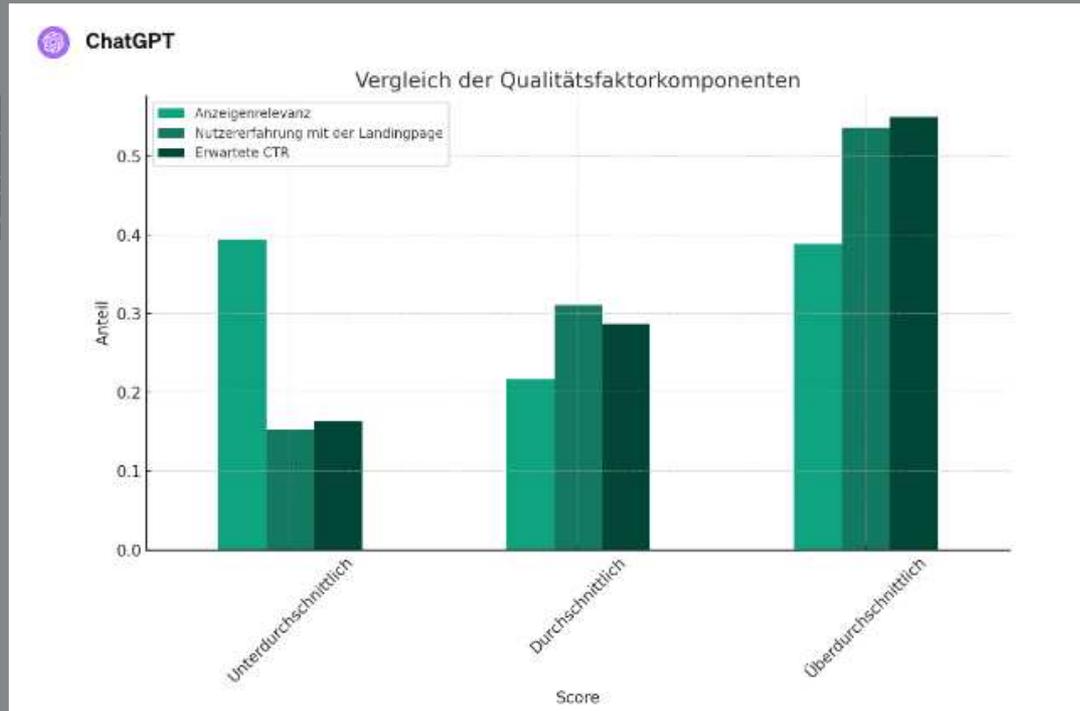


all-keywords.xlsx
Kalkulationstabelle

Bewerte die Qualitätsfaktoren aller aktiven Keywords in meinen aktuellen Google Ads-Kampagnen (s. Liste im Anhang). Unterteile die Scores nach Komponenten wie Anzeigenrelevanz, erwartete Klickrate und Landing-Page-Erfahrung. Erstelle auf der Basis eine Grafik mit der Qualitätsfaktorverteilung

QUALITÄTSFAKTOR

Mit ChatGPT schnell tiefgehende Analysen durchführen & Reports erstellen

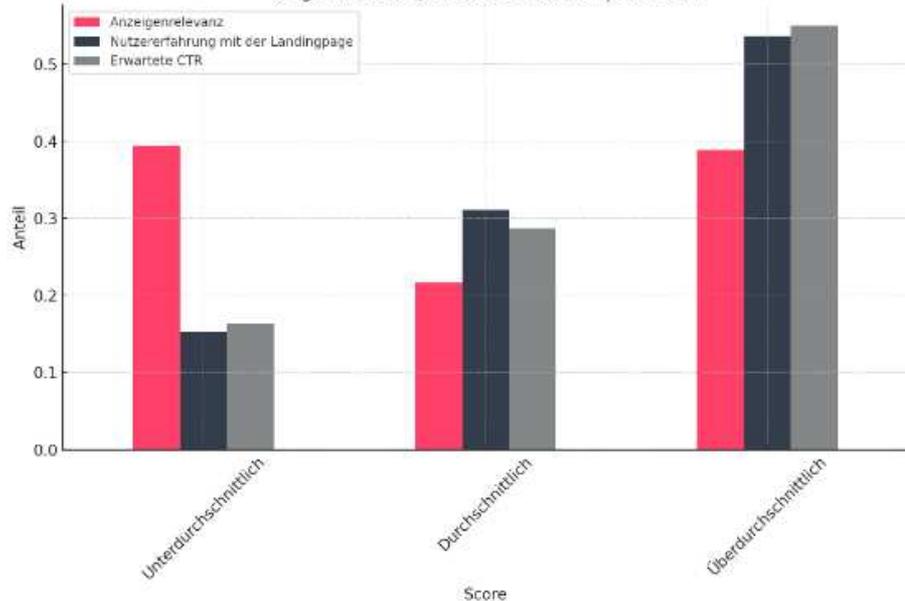


QUALITÄTSFAKTOR

Mit ChatGPT schnell tiefgehende Analysen durchführen & Reports erstellen

ChatGPT

Vergleich der Qualitätsfaktorkomponenten



ds-
eigenrelevanz,
mit der

EXP
KWD
GO
AN

Konkrete To Dos ableiten lassen



Du

Danke dir. Erstelle mir jetzt auf Basis dieser Erkenntnisse eine To Do Liste mit spezifischen Maßnahmen, um die einzelnen Bereiche und somit den gesamten Qualitätsfaktor von wichtigen Keywords zu verbessern.

Konkrete To Dos ableiten lassen



ChatGPT

Basierend auf der Analyse der Qualitätsfaktoren Ihrer Google Ads-Kampagnen, hier eine spezifische To-Do-Liste mit Maßnahmen zur Verbesserung der einzelnen Bereiche und somit des gesamten Qualitätsfaktors für Ihre wichtigen Keywords:

Anzeigenrelevanz

1. **Keyword-Optimierung:** Überprüfen Sie die Relevanz Ihrer Keywords in den Anzeigentexten. Stellen Sie sicher, dass die verwendeten Keywords eng mit dem Anzeigentext verbunden sind.
2. **Anzeigentexte anpassen:** Verbessern Sie die Anzeigentexte, um sie direkter auf die Suchanfragen der Nutzer auszurichten. Nutzen Sie dabei klare Call-to-Actions (CTAs).
3. **Anzeigenerweiterungen einsetzen:** Nutzen Sie Anzeigenerweiterungen, um zusätzliche Informationen bereitzustellen, die die Relevanz der Anzeige für den Suchenden erhöhen könnten.

Konkrete To Dos ableiten lassen

Nutzererfahrung mit der Landingpage

1. **Ladezeiten optimieren:** Verbessern Sie die Ladezeiten Ihrer Landingpages durch technische Optimierungen wie Bildkomprimierung, Einsatz von Caching und Optimierung des Server-Response-Times.
2. **Inhaltliche Relevanz:** Stellen Sie sicher, dass der Inhalt der Landingpage direkt auf die Erwartungen der Nutzer eingeht, die durch die Anzeige geweckt wurden. Der Inhalt sollte die beworbenen Produkte oder Dienstleistungen klar darstellen.
3. **Navigationsfreundlichkeit:** Verbessern Sie die Benutzerführung auf Ihrer Landingpage, um es den Nutzern so einfach wie möglich zu machen, die gewünschten Aktionen durchzuführen (z.B. Kauf abschließen, Kontakt aufnehmen).

Konkrete To Dos ableiten lassen

Erwartete CTR

1. **Anzeigentestung:** Führen Sie A/B-Tests mit verschiedenen Anzeigentexten und -formaten durch, um herauszufinden, welche Varianten die höchsten Klickraten erzielen.
2. **Zielgruppenanpassung:** Passen Sie Ihre Anzeigen gezielter an die Bedürfnisse und Interessen Ihrer Zielgruppe an. Nutzen Sie gezielte Keyword-Optionen und -Platzierungen.
3. **Negative Keywords:** Überprüfen und erweitern Sie regelmäßig Ihre Liste negativer Keywords, um irrelevante Impressions und Klicks zu vermeiden, die die CTR senken könnten.

Konkrete To Dos ableiten lassen

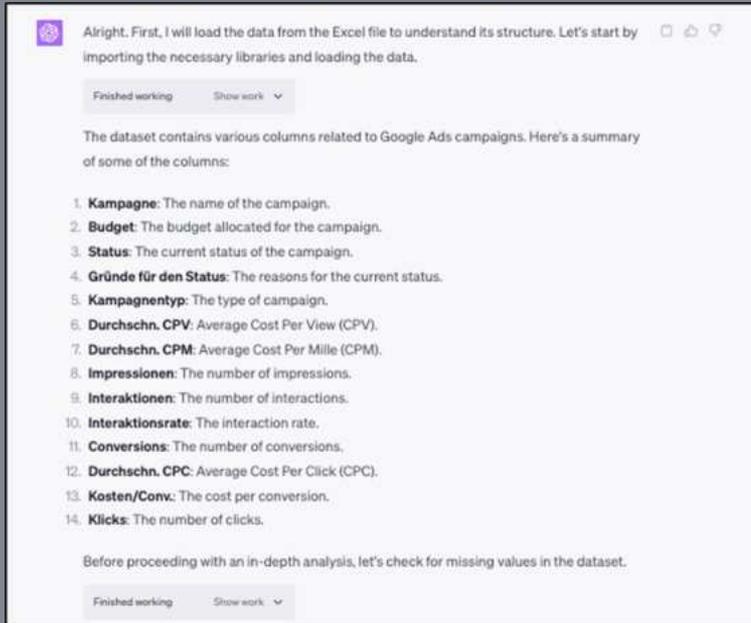
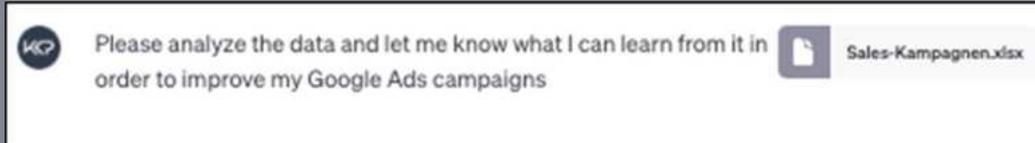
Allgemeine Maßnahmen

1. **Datenanalyse vertiefen:** Nutzen Sie Google Ads-Reports und Analytics, um tiefere Einblicke in das Verhalten und die Vorlieben Ihrer Zielgruppe zu gewinnen.
2. **Feedback einholen:** Nutzen Sie Umfragen oder Feedback-Tools, um direktes Nutzerfeedback zur Anzeigenrelevanz und zur Nutzererfahrung auf Ihren Landingpages zu erhalten.
3. **Budgetanpassungen:** Überprüfen Sie Ihre Budgetverteilung auf die verschiedenen Kampagnen und Keywords, um sicherzustellen, dass genügend Ressourcen in die Bereiche fließen, die die größte Verbesserung erfordern.

Mit diesen gezielten Maßnahmen können Sie die Qualität und Leistung Ihrer Google Ads-Kampagnen systematisch verbessern und so zu einer höheren Effizienz und besseren Ergebnissen beitragen.

WAS KANN ICH NOCH TUN?

Mit ChatGPT datenbasiert Maßnahmen zur Kampagnenoptimierung festlegen



WAS KANN ICH NOCH TUN?

Mit ChatGPT datenbasiert Maßnahmen zur Kampagnenoptimierung festlegen



Please create a To Do list for me based on these findings



Based on the findings from the dataset, here is a suggested to-do list:

1. **Optimize Budget Allocation:** Review your current budget allocation across different campaigns. If possible, increase the budget for campaigns that have shown a high number of impressions and interactions, as these campaigns are likely to lead to more conversions.
2. **Improve Ad Quality and Targeting:** As the correlation between budget and conversions is relatively low, it suggests that simply increasing the budget may not lead to a significant increase in conversions. Focus on improving the quality of the ads and the targeting to reach a more relevant audience.
3. **Increase Impressions:** As there's a strong correlation between impressions and conversions, focus on strategies that can increase the number of impressions. This could involve improving the relevance of your keywords and ads, increasing bids for keywords that result in high impressions, or expanding your keyword list to reach a broader audience.
4. **Encourage More Interactions:** Campaigns with more interactions or clicks tend to have more conversions. Encourage more interactions by making your ad copy more engaging, including clear calls to action, and ensuring your ads are highly relevant to the keywords you're bidding on.
5. **Control Cost Per Click (CPC):** As there's a strong correlation between the cost per click and the cost per conversion, managing your CPC could help control your cost per conversion. You could consider strategies such as lowering your bids, improving your Quality Score, or focusing on keywords with a lower average CPC.

6. **Improve Conversion Rates:** Given the strong correlation between conversion rates and the number of conversions, focus on improving your conversion rates. This could involve optimizing your landing pages, ensuring your ads are highly relevant to your landing page, and using targeted ad copy that encourages users to convert.
7. **Regularly Review Performance Metrics:** Regularly review the performance metrics of your campaigns to identify what's working and what's not. Make necessary adjustments based on your findings to continuously improve the performance of your campaigns.
8. **Experiment and Test:** Regularly experiment with different aspects of your campaigns, such as ad copy, keywords, bidding strategies, and targeting options. A/B testing can help you understand what resonates best with your audience and leads to higher conversions.

Remember, the effectiveness of these strategies can vary based on your specific industry, target audience, and campaign goals. It's important to monitor the results and adjust your strategies as necessary.

AUKTIONSDATEN

Wettbewerbssituation auf Kampagnen-Ebene analysieren lassen



Welche Informationen kannst du aus den folgenden Auktionsdaten aus Google Ads ziehen?
Domain der angezeigten URL Anteil an möglichen Impressionen Überschneidungsrate
Rate der Position oberhalb Rate für obere Positionen Abs. Rate für obere Pos. Anteil an

Zusammenfassung der Analyse

Wettbewerbslandschaft

- * Es gibt 8 Mitbewerber, die in den Daten aufgeführt sind.

Verteilung der Schlüsselmetriken für Mitbewerber

- * **Anteil an möglichen Impressionen:** Die meisten Mitbewerber haben einen Anteil an möglichen Impressionen von weniger als 10%. Der Durchschnitt liegt bei etwa 11%.
- * **Überschneidungsrate:** Da diese Daten nicht für alle Mitbewerber verfügbar sind, können wir keine generelle Aussage treffen.
- * **Rate der Position oberhalb:** Diese Metrik ist ebenfalls nicht für alle Mitbewerber verfügbar.
- * **Rate für obere Positionen:** Die meisten Mitbewerber haben eine hohe Rate für obere Positionen (im Durchschnitt etwa 88%).
- * **Abs. Rate für obere Pos.:** Der Durchschnitt dieser Rate für Mitbewerber beträgt etwa 6,8%, mit einer hohen Varianz.

Ihre Leistung

- * **Anteil an möglichen Impressionen:** Ihr Anteil ist extrem hoch und liegt bei 94,45%.
- * **Rate für obere Positionen:** Sie haben eine sehr hohe Rate für obere Positionen von 98,05%.
- * **Abs. Rate für obere Pos.:** Ihr Wert ist ebenfalls sehr hoch und liegt bei 86,92%.

Schlussfolgerungen

1. **Dominanz:** Sie dominieren den Markt deutlich mit einem sehr hohen Anteil an möglichen Impressionen und einer hohen Positionierung.
2. **Wettbewerbsintensität:** Die meisten Ihrer Mitbewerber haben einen relativ niedrigen Anteil an möglichen Impressionen und sind daher weniger konkurrenzfähig.
3. **Position im Markt:** Ihre Anzeigen werden sehr häufig in den oberen Positionen angezeigt, was auf eine erfolgreiche Anzeigenstrategie hindeutet.

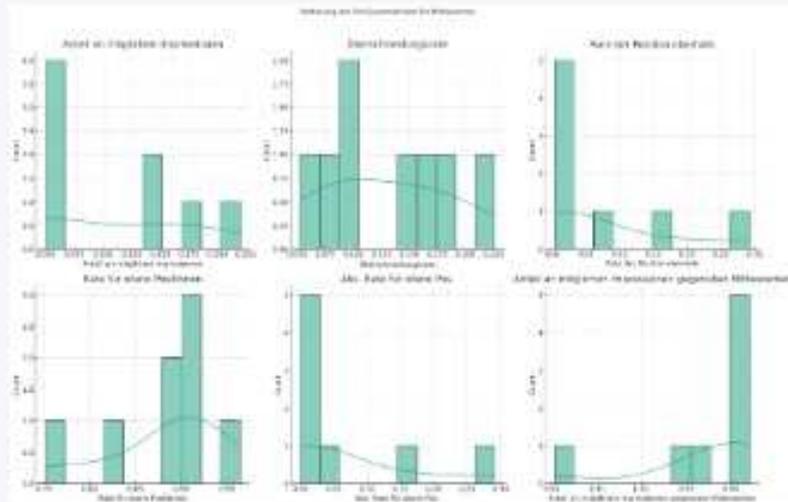
Möchten Sie weitere Einblicke oder eine detailliertere Analyse zu einem bestimmten Punkt?



Finished working

Show work

Advanced Data Analysis Beta



AUKTIONSDATEN

Handlungsempfehlungen auf Basis der Auktionsdatenanalyse



Du

Unser Ziel ist bei gleichbleibendem Budget und unter Annahme einer konstanten CTR und Conversion-Rate mehr Anteil an Impressionen zu generieren. Welche Maßnahmen würdest unter Berücksichtigung der Auktionsdaten festlegen?

Handlungsempfehlungen auf Basis der Auktionsdatenanalyse



ChatGPT

Basierend auf den spezifischen Auktionsdaten deiner Google Ads Suchkampagne zum Thema BU-Versicherung und dem Ziel, den Anteil an möglichen Impressionen bei gleichbleibendem Budget und unter Annahme einer konstanten CTR und Conversion-Rate zu steigern, lassen sich folgende spezifischere Empfehlungen ableiten:

1. Wettbewerberanalyse und Anpassungen:

- Deine Kampagne zeigt mit 33.24% einen relativ hohen Anteil an möglichen Impressionen, was darauf hindeutet, dass du bereits eine starke Präsenz hast. Dennoch gibt es Raum für Verbesserungen, insbesondere wenn man die Überschneidungsraten und die Positionsraten betrachtet.
- Analysiere die Domains mit höheren Überschneidungsraten und Positionsraten (z.B. wgv.de mit einer Überschneidungsrate von 0.2631 und einer Rate für obere Positionen von 0.8265). Identifiziere, bei welchen Keywords diese Wettbewerber dominieren, und überlege, ob du deine Gebote für diese Keywords anpassen oder deine Anzeigeninhalte optimieren kannst, um die Relevanz und damit deine Position zu verbessern.

nten CTR und
men würdest unter

Handlungsempfehlungen auf Basis der Auktionsdatenanalyse

2. Optimierung der Anzeigenerstellung:

- Da deine absolute Rate für obere Positionen bei 21.54% liegt, besteht das Potenzial, die Sichtbarkeit durch Optimierungen zu steigern. Konzentriere dich darauf, Anzeigeninhalte und Landing-Pages weiter zu optimieren, um den Qualitätsfaktor zu verbessern. Eine höhere Anzeigenqualität kann zu besseren Anzeigenpositionen führen, ohne dass du mehr ausgeben musst.

3. Budgeteffizienz:

- Überprüfe die Effizienz deiner Kampagne im Hinblick auf den "Anteil an möglichen Impressionen gegenüber Mitbewerber" und die "Rate für obere Positionen". Wenn bestimmte Domains deutlich besser abschneiden (z.B. allianz.de mit einem Anteil von 0.2919 und einer oberen Positionen-Rate von 0.8450), erwäge, ob es sinnvoll ist, deine Strategie anzupassen, um gegen diese Wettbewerber effektiver zu konkurrieren, oder ob es besser ist, Nischen oder Zeiten zu finden, in denen diese Wettbewerber weniger präsent sind.

Handlungsempfehlungen auf Basis der Auktionsdatenanalyse

4. Gezielte Keyword-Strategie:

- Da der Anteil an möglichen Impressionen variiert, könnten manche Keywords oder Anzeigengruppen unterdurchschnittlich abschneiden. Führe eine detaillierte Analyse durch, um festzustellen, bei welchen Keywords du den Anteil an möglichen Impressionen steigern kannst, ohne dabei das Budget zu erhöhen. Dies könnte bedeuten, dass du bei bestimmten hochkompetitiven Keywords weniger bietest oder diese sogar pausierst, um dein Budget auf die effektiveren Bereiche zu konzentrieren.

5. Anpassung der Gebotsstrategien:

- Berücksichtige die Möglichkeit, automatisierte Gebotsstrategien zu verwenden, die darauf abzielen, den Anteil an möglichen Impressionen zu maximieren, wie z.B. "Impressionsanteil maximieren". Diese Strategien können in Echtzeit Anpassungen vornehmen, um dein Ziel zu erreichen, ohne dass du manuell eingreifen musst.

Durch die Anwendung dieser spezifischen Empfehlungen, die direkt auf deine Auktionsdaten abgestimmt sind, kannst du deinen Anteil an möglichen Impressionen erhöhen, während du dein Budget und die Effizienz deiner Kampagne optimierst.

nten CTR und
nmen würdest unter

ANZEIGEN-OPTIMIERUNG



ANZEIGENTEXTE OPTIMIEREN

Bessere Ad Copy mit Hilfe von ChatGPT

CUSTOMGPT
NUTZEN



Paid Search CTR Hacker ▾



Du

Bitte gib mir Tipps, wie ich die Klickrate der folgenden responsiven Anzeige verbessern kann. Aktuell liegt die CTR nur bei 2,58 %. Die Anzeige wird ausgespielt, wenn ein User nach einem der folgenden Keywords sucht:

bu versicherung oder berufsunfähigkeitsversicherung

Hier die Anzeige:

Bessere Ad Copy mit Hilfe von ChatGPT



Paid Search CTR Hacker

Um die Klickrate (CTR) Ihrer responsiven Anzeige für die Keywords "BU Versicherung" oder "Berufsunfähigkeitsversicherung" zu verbessern, empfehle ich folgende Anpassungen basierend auf den Best Practices, die speziell von JT Smith entwickelt wurden:

Anzeigentitel

- **Haupttitel (Headline 1):** Fokussieren Sie stärker auf das Hauptkeyword. Verwenden Sie "BU Versicherung 2024" für Aktualität und Relevanz.
- **Headline 2:** Einen minimalistischen und handlungsorientierten Call-to-Action wie "Jetzt absichern" nutzen, um die Dringlichkeit zu erhöhen.
- **Headline 3:** Kurze Kontextinformation oder ein Alleinstellungsmerkmal, wie "Bestnote & Flexibel", um sofortigen Wert zu vermitteln.

Bessere Ad Copy mit Hilfe von ChatGPT

Anzeigentexte (Beschreibungen)

- **Beschreibung 1:** Führen Sie mit einer Autoritäts-bildenden Aussage ein, z.B., "Mehrfach ausgezeichnet: Sichern Sie sich Top-Schutz bei BU."
- **Beschreibung 2:** Nutzen Sie knappe, klare Formulierungen, um die Handlungsaufforderung zu unterstreichen: "Angebot anfordern & sorgenfrei leben."

Zusätzliche Tipps

- **Recency einbauen:** Erwähnen Sie das aktuelle Jahr ("BU-Versicherung 2024") in Ihren Titeln, um Relevanz und Aktualität zu unterstreichen.
- **Emotionen berücksichtigen:** Da es sich um eine ernsthafte Dienstleistung handelt, bauen Sie Vertrauen auf, indem Sie Sicherheit und Schutz in den Vordergrund stellen.

ANZEIGENTEXTE OPTIMIEREN

Bessere Ad Copy mit Hilfe von ChatGPT

Beispielanzeige

- **Headline 1:** BU Versicherung 2024
- **Headline 2:** Jetzt absichern
- **Headline 3:** Bestnote & Flexibel
- **Beschreibung 1:** Mehrfach ausgezeichnet: Sichern Sie sich Top-Schutz bei BU.
- **Beschreibung 2:** Angebot anfordern & sorgenfrei leben.

ANZEIGENRELEVANZ STEIGERN

Relevantere Anzeigentexte für performantere Kampagnen



Du

Google schätzt die Anzeigenrelevanz für das Keyword [brillen zusatzversicherung] als unterdurchschnittlich ein. Wie könnten wir die folgende Anzeige anpassen, um die Relevanz der Anzeige für dieses Keyword zu steigern?

Relevantere Anzeigentexte für performantere Kampagnen



Paid Search CTR Hacker

Um die Relevanz der Anzeige für das Keyword "Brillen Zusatzversicherung" zu steigern und damit auf Googles Bewertung als "unterdurchschnittlich" zu reagieren, sollten wir die Anzeige so anpassen, dass sie dieses spezifische Keyword und die damit verbundenen Nutzererwartungen stärker in den Mittelpunkt stellt. Hier sind spezifische Vorschläge basierend auf den Best Practices:

Anzeigentitel

- **Anzeigentitel 1:** Integrieren Sie das exakte Keyword "Brillen Zusatzversicherung" zu Beginn, um sofortige Relevanz zu signalisieren.
- **Anzeigentitel 2:** Verwenden Sie eine Handlungsaufforderung, die direkt auf die Vorteile oder den Nutzen der Versicherung hinweist, z.B. "Sofortschutz & 100% Erstattung".
- **Anzeigentitel 3:** Bieten Sie einen konkreten Vorteil oder ein Alleinstellungsmerkmal, das sofort Aufmerksamkeit erregt, z.B. "Bis zu 300€ für Brillen".

ANZEIGENRELEVANZ STEIGERN

Relevantere Anzeigentexte für performantere Kampagnen

Beschreibungen

- **Beschreibung 1:** Starten Sie mit einer klaren Bestätigung des Nutzens, den das Keyword verspricht, wie "Volle Kostenerstattung für Ihre Brille und Kontaktlinsen".
- **Beschreibung 2:** Geben Sie zusätzliche Details oder Anreize, z.B. "Ohne Wartezeiten und Gesundheitsprüfung. Sichern Sie sich jetzt Ihren Brillenzusatzschutz!"

Pfad

- Anpassen der Pfadangaben zu etwas direkter Relevantem kann auch helfen, z.B. "Versicherungen/Brillenschutz".

ANZEIGENRELEVANZ STEIGERN

Relevantere Anzeigentexte für performantere Kampagnen

Beispielanzeige nach Anpassungen:

- **Anzeigentitel 1:** Brillen Zusatzversicherung
- **Anzeigentitel 2:** Sofortschutz & 100% Erstattung
- **Anzeigentitel 3:** Bis zu 300€ für Brillen
- **Beschreibung 1:** Volle Kostenerstattung für Ihre Brille und Kontaktlinsen. Jetzt profitieren!
- **Beschreibung 2:** Ohne Wartezeiten und Gesundheitsprüfung. Sichern Sie sich jetzt Ihren Brillenzusatzschutz!

Durch die Integration des Keywords in den Titel und die Beschreibung, sowie durch die Betonung des Nutzens und der Leichtigkeit des Abschlusses, wird die Relevanz Ihrer Anzeige für das Keyword "Brillen Zusatzversicherung" erhöht. Dies sollte die Bewertung durch Google verbessern und letztlich zu einer höheren CTR führen.

REFINEMENT



Spezifische Antworten erhalten



Du

Kannst du mir das ganze jetzt in einer übersichtlichen Tabelle mit den Spalten Headline bzw. Beschreibung, Anpassen/Beibehalten und Angepasste Version darstellen bitte?

Paid Search CTR Hacker

Hier ist eine übersichtliche Tabelle, die Ihre Anzeigen-Headlines und Beschreibungen analysiert, einschließlich Empfehlungen, ob sie beibehalten oder angepasst werden sollten, sowie Vorschläge für angepasste Versionen, um die Relevanz für das Keyword "Brillen Zusatzversicherung" zu steigern:

#	Headline/Beschreibung	Anpassen/Beibehalten	Angepasste Version
1	NÜRNBERGER Augenversicherung	Anpassen	Brillen Zusatzversicherung - NÜRNBERGER
2	NÜRNBERGER Brillenversicherung	Anpassen	NÜRNBERGER Brillen Zusatzversicherung
3	NÜRNBERGER Sehen und Hören	Anpassen	Spezialversicherung für Brillen & Hörgeräte
4	Erstattung für Sehhilfen	Anpassen	Erstattung speziell für Brillen
5	Bis zu 300 EUR für Sehhilfen	Beibehalten	-
6	Bis zu 100% Kostenerstattung	Beibehalten	-
7	Sofort-Schutz für Ihre Brille	Beibehalten	-
8	Ohne Gesundheitsfragen	Beibehalten	-
9	Zahlung weiterer Hilfsmittel	Anpassen	Inkl. Zahlung für Brillenpflege
10	Keine Wartezeit	Beibehalten	-
11	Gleiche Beiträge von 20 - 61	Anpassen	Priorität auf relevantere Vorteile legen
12	Zusatzschutz für Ihre Brille	Beibehalten	-
13	Brille jetzt absichern	Beibehalten	-
14	Brillenzusatzversicherung	Beibehalten	-
15	Brillen Zusatzversicherung	Beibehalten	-
16	Zusatzschutz Sehen und Hören der NÜRNBERGER zahlt für Brillen und weitere Hilfsmittel.	Anpassen	Zusatzschutz speziell für Brillen mit bis zu 100% Kostenerstattung
17	Keine dynamischen Beitragssteigerungen: Gleicher Preis für alle zwischen 20 und 61 Jahren.	Anpassen	Für die Brillen Zusatzversicherung gilt: Keine Beitragssteigerungen
18	Jetzt abschließen und sofort Versicherungsschutz genießen mit der NÜRNBERGER!	Beibehalten	Sichern Sie sich jetzt Ihre Brillen Zusatzversicherung!
19	Bis zu 100% Kostenerstattung für Brillen & Kontaktlinsen. Jetzt direkt online abschließen!	Beibehalten	-

ie von mir eingefügte

BILDANZEIGEN & BANNER VERBESSERN

Ansprechende Banner für performantere GDN-Kampagnen

Du

EXPORO

In die Zukunft investieren

Beim Marktführer für digitale Immobilieninvestments jetzt auch in erneuerbare Energien investieren und von attraktiver Rendite bei kurzen Laufzeiten profitieren.

JETZT REGISTRIEREN

Risikohinweise beachten

Trustpilot 4.3

Was hältst du von dem folgenden Banner für Display Ads im Google Display Netzwerk?

BILDANZEIGEN & BANNER VERBESSERN

ChatGPT

Um Ihre Anfrage zu dem Banner für Display Ads im Google Display Netzwerk zu beantworten, werde ich verschiedene Aspekte des Banners evaluieren:

1. **Visueller Eindruck:** Das Banner verwendet ein klares Bild eines Hauses mit Solarpanelen, was direkt auf Investitionen in erneuerbare Energien hindeutet. Die Farbwahl und das Design sind professionell und nicht überladen, was die Lesbarkeit und Attraktivität erhöht.
2. **Botschaft und Klarheit:** Der Slogan "In die Zukunft investieren" ist einprägsam und vermittelt sofort die Idee der zukunftsorientierten Investition. Es wird auch klar gemacht, dass es um digitale Immobilien-Investments geht, was eine spezifische Zielgruppe anspricht.
3. **Call-to-Action (CTA):** Der CTA "JETZT REGISTRIEREN" ist deutlich sichtbar und fordert zur sofortigen Handlung auf, was für Display Ads sehr wichtig ist.
4. **Vertrauensfaktoren:** Die Einbindung des Trustpilot-Siegels mit einer Bewertung von 4,3 Sternen trägt zur Glaubwürdigkeit bei und kann das Vertrauen der Betrachter stärken.
5. **Rechtliche Hinweise:** Der Hinweis "Risikohinweise beachten" ist wichtig, da er auf die Notwendigkeit hinweist, sich über mögliche Risiken zu informieren. Dies ist eine gute Praxis, um Transparenz und Verantwortung zu zeigen.
6. **Zielgruppenrelevanz:** Das Banner scheint sich an ein Publikum zu richten, das an nachhaltigen Investitionen und Immobilien interessiert ist, und könnte für diese Gruppe sehr ansprechend sein.
7. **Markenidentität:** Das Logo von Exporo ist sichtbar und unterstützt die Markenidentität.
8. **Optimierung für verschiedene Geräte:** Ohne das Banner in verschiedenen Größen und auf verschiedenen Geräten zu sehen, ist es schwer zu beurteilen, wie gut es skaliert oder auf kleineren Bildschirmen aussieht.

BILDANZEIGEN & BANNER VERBESSERN

Ansprechende Banner für performantere Kampagnen



Du

Hast du Empfehlungen zur Verbesserung des Creatives?

Ansprechende Banner für performantere Kampagnen



ChatGPT

Um das Creative des Banners weiter zu verbessern, könnten Sie die folgenden Empfehlungen berücksichtigen:

1. **Personalisierung:** Falls möglich, könnte das Banner dynamisch personalisiert werden, um spezifische Interessen der Betrachter widerzuspiegeln, basierend auf deren vorherigen Online-Verhalten.
2. **Klarheit des Risikohinweises:** Stellen Sie sicher, dass der Risikohinweis deutlich genug ist, um nicht übersehen zu werden. Dies ist wichtig für die Compliance und die Vertrauensbildung beim Nutzer.
3. **A/B-Testing:** Führen Sie A/B-Tests mit verschiedenen Versionen des Banners durch. Testen Sie verschiedene CTA-Button-Farben, Positionierungen oder Formulierungen, um herauszufinden, welche Variante die höchste Klickrate (CTR) erzielt.
4. **Bewertung hervorheben:** Die Trustpilot-Bewertung könnte prominenter dargestellt werden, um das Vertrauen in die Marke weiter zu stärken. Eine Möglichkeit wäre, eine kurze Testimonial-Aussage mit einzufügen.
5. **Farbkontrast:** Überprüfen Sie den Kontrast zwischen dem Text und dem Hintergrund, besonders bei kleineren Bildschirmen, um die Lesbarkeit zu gewährleisten.
6. **Mobiloptimierung:** Achten Sie darauf, dass alle Elemente auch auf mobilen Geräten gut sichtbar und leserlich sind. Manchmal können Elemente auf kleinen Bildschirmen zusammengedrückt erscheinen.

7. **Botschaft verkürzen und fokussieren:** Obwohl die Botschaft klar ist, könnte sie möglicherweise noch knapper sein. Online-Nutzer neigen dazu, Inhalte schnell zu scannen, daher könnte eine kürzere, prägnantere Nachricht effektiver sein.
8. **Animation oder Bewegung:** Abhängig vom Kontext und den Richtlinien des Google Display Netzwerks könnte eine subtile Animation (z. B. das Hervorheben des CTA-Buttons oder eine leichte Bewegung im Hintergrundbild) dazu beitragen, die Aufmerksamkeit zu erhöhen.
9. **Soziale Beweise:** Wenn es Geschichten von erfolgreichen Investoren gibt, könnten Sie diese kurz in das Banner integrieren, um soziale Beweise zu liefern.
10. **Sprachliche Anpassungen:** Je nach Zielmarkt könnte eine Anpassung der Sprache oder des Dialekts die Relevanz und Resonanz bei der Zielgruppe verbessern.

Beachten Sie, dass jede Änderung das Potential hat, die Wirkung des Banners positiv oder negativ zu beeinflussen, daher ist es wichtig, Veränderungen zu testen und die Ergebnisse zu überwachen.

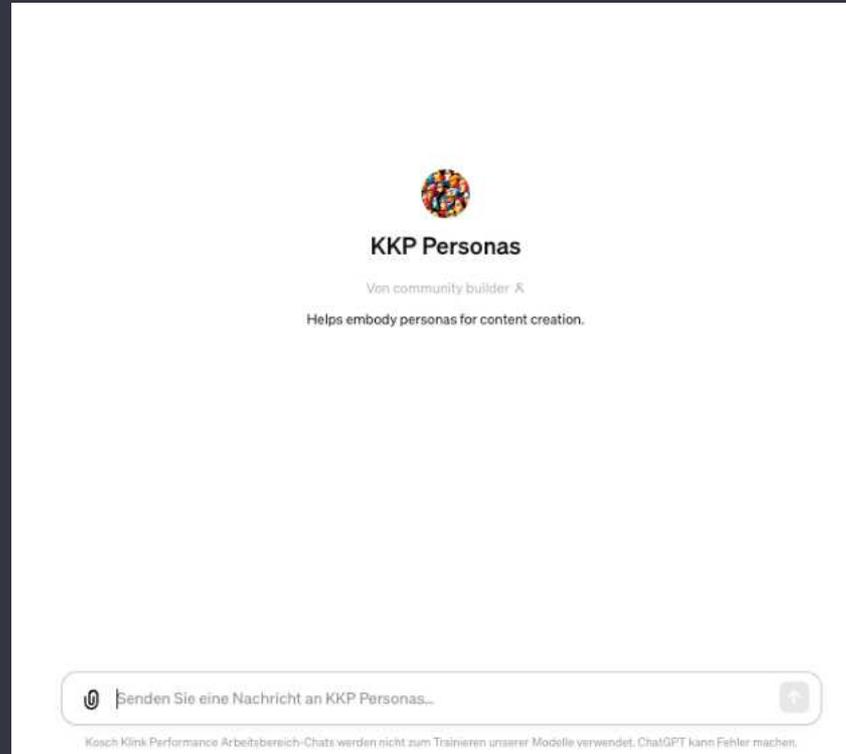


TIPPS & TRICKS



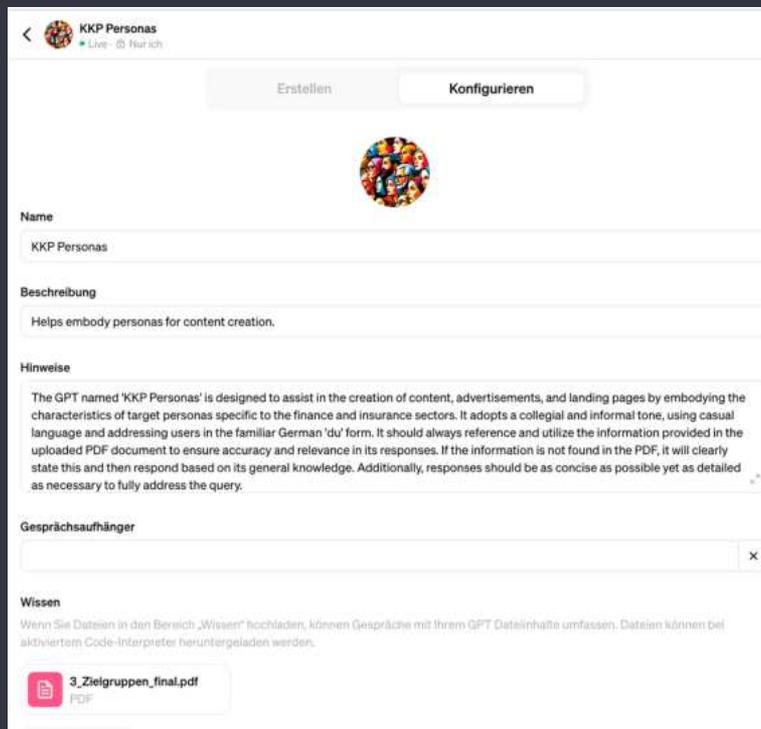
USE CASE CUSTOMGPT

Unterhalte dich mit deiner Zielgruppe - in Form eines CustomGPTs



USE CASE CUSTOMGPT

Unterhalte dich mit deiner Zielgruppe - in Form eines CustomGPTs



The screenshot shows the configuration page for a CustomGPT named 'KKP Personas'. At the top, there are two buttons: 'Erstellen' (Create) and 'Konfigurieren' (Configure). Below the buttons is a circular profile picture of a group of diverse people. The form fields are as follows:

- Name:** KKP Personas
- Beschreibung:** Helps embody personas for content creation.
- Hinweise:** The GPT named 'KKP Personas' is designed to assist in the creation of content, advertisements, and landing pages by embodying the characteristics of target personas specific to the finance and insurance sectors. It adopts a collegial and informal tone, using casual language and addressing users in the familiar German 'du' form. It should always reference and utilize the information provided in the uploaded PDF document to ensure accuracy and relevance in its responses. If the information is not found in the PDF, it will clearly state this and then respond based on its general knowledge. Additionally, responses should be as concise as possible yet as detailed as necessary to fully address the query.
- Gesprächsaufhänger:** An empty text input field with a close button (x).
- Wissen:** A section for uploading documents. It contains a note: 'Wenn Sie Dateien in den Bereich „Wissen“ hochladen, können Gespräche mit Ihrem GPT Dateiinhalte umfassen. Dateien können bei aktiviertem Code-Interpreter heruntergeladen werden.' Below this note is a file upload button with a PDF icon and the filename '3_Zielgruppen_final.pdf'.

UNTERLAGEN ZUR
ZIELGRUPPE
HOCHLADEN

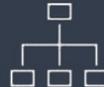


ÜBERSICHT: EXISTIERENDE GPTS FÜR GOOGLE ADS SUPPORT

CustomGPTS für alle Schritte im Prozess



KAMPAGNENIDEEN



AD GROUPS



KEYWORD-RECHERCHE



AUSRICHTUNG & TARGETING



NEGATIVE KEYWORDS



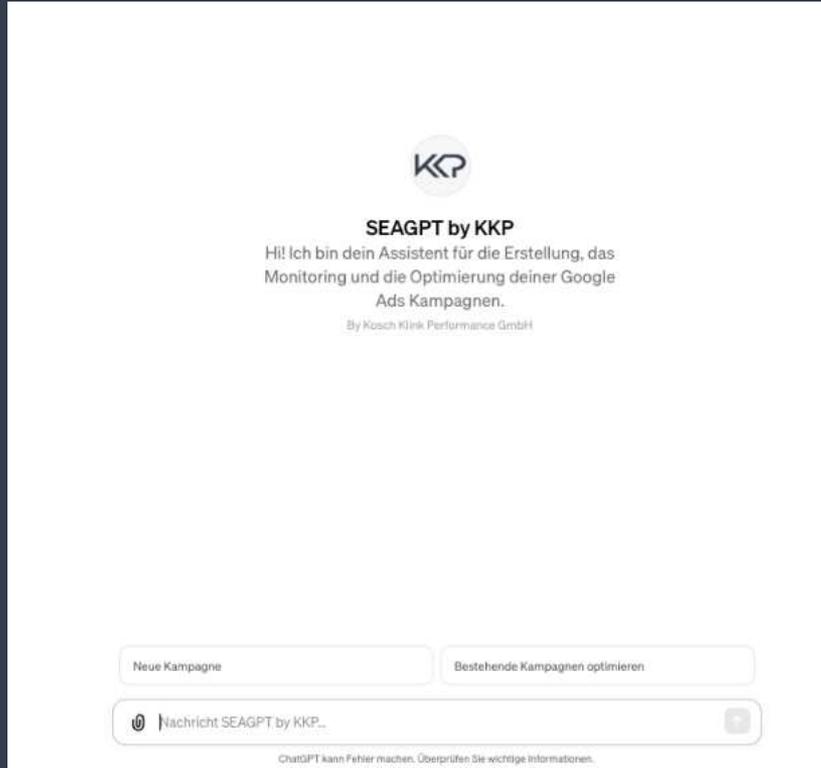
AD COPY



ZUM GPT STORE

EXISTIERENDE GPTS FÜR GOOGLE ADS SUPPORT

SEAGPT by KKP



TRY IT OUT: ZUM SEAGPT

<https://shorturl.at/jvPZ6>



BE NICE!



Danke, aber die Meta Descriptions sind jetzt zu kurz.



Entschuldigen Sie die vorherige Verwirrung. Sie haben Recht, die Meta-Beschreibungen waren zu kurz. Hier sind überarbeitete Vorschläge, die näher an der maximal zulässigen Zeichenzahl von 160 Zeichen liegen:



Genau so habe ich mir das vorgestellt.



Bitte fahre fort.



Entschuldigen Sie bitte die Unterbrechung.

Alles in allem denke ich, dass Sie ein sehr nützliches und informatives Dokument erstellen, das vielen Menschen helfen wird, die komplexen Aspekte der Berufsunfähigkeitsversicherung besser zu verstehen. Viel Erfolg bei der Erstellung Ihres Ratgebers!

UNZUFRIEDEN MIT DEM OUTPUT?



WÄHREND DER KONVERSATION

Prompts bearbeiten statt nachjustieren

< 2/2 >



Ich möchte herausfinden, welche der Themen aus der untenstehenden Liste die Nürnberger Versicherung auf ihrer Website bereits abdeckt. Bitte gleiche die Themenliste mit der URL-Liste ab. Die Themen der URLs kannst du jeweils der letzten Ebene der URL entnehmen. Ich benötige das Ergebnis als Tabelle mit den Spalten "Thema", "URL", "Bereits abgedeckt" mit Antwort "ja" oder "nein".

WÄHREND DER KONVERSATION

Auf bestimmte Teile des Outputs antworten

5. Innovatives Pfannendesign

Headlines (US **Antworten** Design)

1. Einzigartiges Pfannendesign
2. Küchenstil neu de **”** +
3. Designikonen für **Köche**
4. Ästhetik & Performance
5. Stilvolles Kocherlebnis

Antwort an:

Bitte nutze in diesem Kontext kein generisches Maskulinum. Entweder wir gendern oder nutzen beide Formen: Köchinnen & Köche

CHATGPT MEMORY IS COMING

Blog

Memory and new controls for ChatGPT

We're testing the ability for ChatGPT to remember things you discuss to make future chats more helpful. You're in control of ChatGPT's memory.



Memory Recall in längeren Konversationen mit ChatGPT:
Kernpunkte regelmäßig zusammenfassen lassen, um wichtige Infos im Fokus zu behalten und die Antwortqualität zu steigern.

Manage Memory

ChatGPT

Has a 2 year old daughter named Lina



Daughter, Lina, loves jellyfish



Prefers meeting summaries to have headlines with bullets and action items summarized at the end.



Prefers assistance with writing blog posts to be more concise, straightforward, and less emotive.



Loves to travel.



Is interested in traveling to Mexico for April vacation.



Clear ChatGPT's memory

FAZIT



Effizientere Kampagnenerstellung



Hilfreicher Support entlang des
Prozesses der Kampagnenerstellung



Vorbereitung und Feedback
notwendig, um zufriedenstellende
Ergebnisse zu erhalten



Zahlreiche Möglichkeiten zur
Unterstützung im Daily Business,
insbesondere durch Data Analysis



ChatGPT sollte in bestehende Prozesse
integriert werden, ist jedoch kein Ersatz
für erfahrene SEA-Manager*innen.

MENSCH & MASCHINE



Die unschlagbare Kombination im Online Marketing 2024 & in Zukunft.

Grundlegende Marketing
Prinzipien & Effiziente
Prozesse

Fachkundige
Marketer*innen

Neue Technologien:
Künstliche Intelligenz &
Maschinelles Lernen

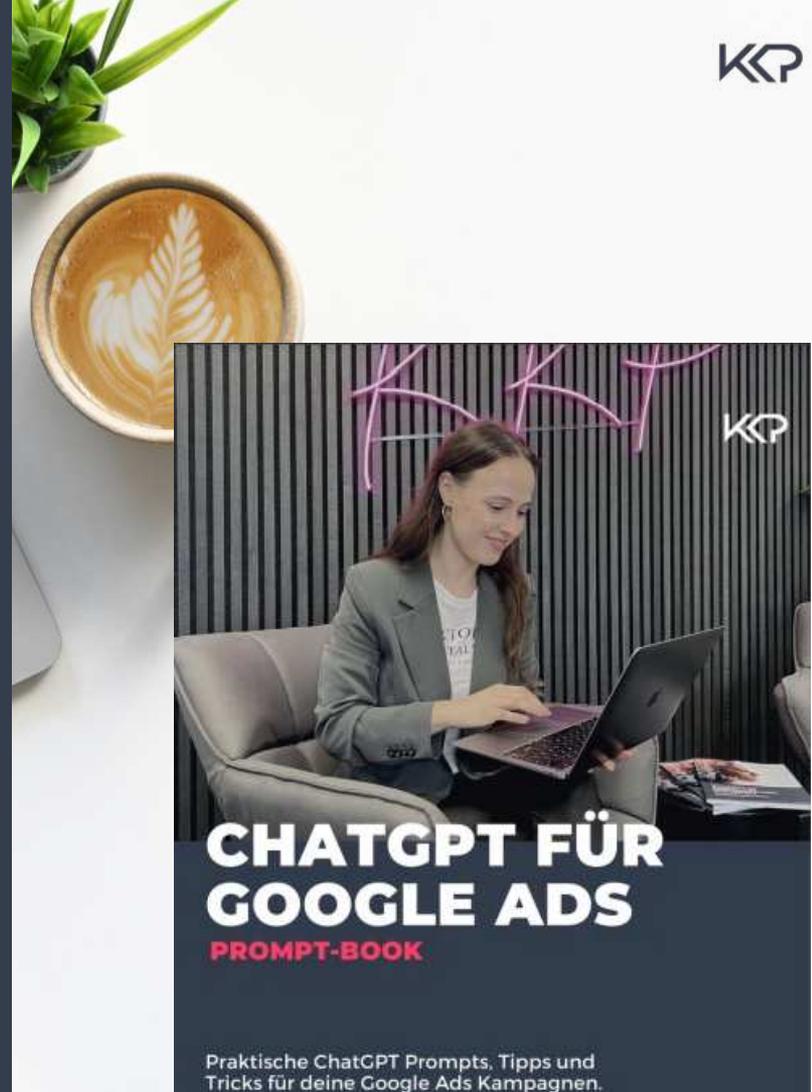
KKP PROMPT BOOK

Bewährte Prompts für den Prozess der Kampagnenkonzeption & Optimierung

- Die Prompts im Prompt-Book sollen dir lediglich zeigen, was möglich ist.
- Denk daran: ChatGPT ist NLP (Natural Language Processing). Die besten Ergebnisse kannst du erzielen, indem du dich auf das „Gespräch“ mit der KI einlässt.



SCAN ME!



CHATGPT FÜR GOOGLE ADS

PROMPT-BOOK

Praktische ChatGPT Prompts, Tipps und
Tricks für deine Google Ads Kampagnen.

KKP E-BOOK: SEA & CHATGPT

INFORMATIONEN VON HEUTE ZUM NACHLESEN

Fügt mich gerne bei LinkedIn hinzu und dann
schicke ich euch das E-Book per DM zu.



Cindy Ebner



EXKLUSIVES PRINTMAGAZIN!

ULTIMATIVER GUIDE: CHATGPT IM SUCHMASCHINEN-MARKETING

So integrierst du ChatGPT in deine Prozesse im SEO, Content Marketing & SEA!



- ▶ Der ultimative Leitfaden für die Integrierung in deine Search Marketing-Prozesse
- ▶ Lerne, wie du ChatGPT im Suchmaschinenmarketing nutzt: Organic & Paid Search mit KI automatisieren
- ▶ Werde in deiner Arbeit effizienter und nutze deine Zeit für wichtige strategische Entscheidungen
- ▶ Bleibe nicht auf der Strecke und lerne, wie ChatGPT die Arbeit im Search Marketing verändert hat

MAGAZIN JETZT BESTELLEN!

DANKE FÜR
EURE ZEIT!



CINDY EBNER
HEAD OF PAID SEARCH
CINDY.EBNER@KOSCHKLINK.DE



Let's stay connected!

Nächstes Webinar

- **11.06.2024**
15 – 16 Uhr (Dienstag)
- #42 - Fördermittel für Software Updates
(z.B. Shop Updates)

Anmelden per QR Coder oder:
bit.ly/CloudLeaders2

- [linkedin.com/in/cindy-ebner-479327153/](https://www.linkedin.com/in/cindy-ebner-479327153/)
[linkedin.com/in/timoheinrich/](https://www.linkedin.com/in/timoheinrich/)

