

## Mit Google Ads durch die Corona-Krise – Best Practices

### Unsere Tipps für die Anzeigen-Strategie während der Coronakrise

Die gegenwärtige Situation und derzeitigen Einschränkungen stellen viele Unternehmen und Firmen vor große Herausforderungen.

Daher haben wir einen kleinen Leitfaden zur Unterstützung erstellt, da auch Google durch die derzeitigen Einschränkungen nur verzögerte oder eingeschränkte Supportoptionen anbietet.

Mit diesen Tipps kann man abgelehnte Anzeigen gut vermeiden und seine laufenden Kampagnen optimieren.

#### Tipp 1: Keine Werbung bei gesundheitlichen Notlagen

Der wichtigste Fakt ist das Werbeverbot für gesundheitliche Notlagen. Werbetreibende dürfen aus der Corona-Krise keinen Profit schlagen. Auch Wörter mit doppelter Bedeutung wie „Schutz“, „Check-up“, „Prävention“ oder „Virus“ sollte derzeit vermieden werden.

Weiterhin sollte die Werbebotschaft genauer geprüft werden. Aktuell ist es wichtig zu wissen, ob es die Möglichkeit zur Lieferung oder Abholung gibt. Auch die voraussichtliche Lieferzeit, geänderte Geschäftszeiten, Kapazitäten, Verfügbarkeiten und Erreichbarkeit sind für die Nutzer relevante Informationen.

#### Tipp 2: Bilder prüfen

In Bezug auf Display- oder Videowerbung solltet Ihr Eure Banner, Bilder und Videos überprüfen. Bilder und Videos mit Zusammenkünften oder menschlichen Interaktionen sind derzeit eher unangebracht.

#### Tipp 3: Google Trends nutzen

Um sich einen Überblick über die Marktbedingungen zu verschaffen, empfiehlt es sich, sich auf der Google Trends Website zu informieren. Diese gibt einen Einblick in die Gemütslage eurer Kunden und dem erwarteten verfügbaren Traffic.

Passt die Gebote und Ziele Eurer Werbekampagnen an und scheut Euch nicht, Kampagnen zu pausieren. Dies gilt besonders für Dienstleistungen oder Produkte, welche derzeit nicht oder nur stark eingeschränkt angeboten werden können.

## **Richtig auf die veränderte Nachfrage und Lage reagieren**

Orientiert Ihr Euch an diesen Empfehlungen, wird Eure Werbebotschaft für den Kunden interessant und abgelehnte Anzeigen können vermieden werden.

Wenn Ihr den Nutzer aufgrund der aktuellen Beschränkungen nicht zufrieden stellen könnt, vermeidet Ihr mit einer Pausierung eventuelle negative Nutzererfahrungen.

Könnt Ihr Eure Produkte oder Dienstleistungen derzeit nur eingeschränkt oder gar nicht anbieten, ist es wichtig, dass Kunden auf der Website informiert werden. Hierfür solltet Ihr kein Werbebudget einsetzen. Optional gibt es andere Möglichkeiten, das Werbebudget zu nutzen. Gibt es aktuell vielleicht andere Bereiche, die jetzt stärker nachgefragt werden?

Es ist gerade nicht einfach die Nutzer vertrauenswürdig und zielgerichtet anzusprechen. So groß das Kaufinteresse bei den Einen ist, desto mehr müssen die aktiv Betroffenen sparen. Anpassung und Rücksicht sind nun sehr wichtig. Entweder gönnt Ihr Eurer Werbung eine Pause oder passen Eure Texte mit diesen kleinen Tipps an. Außerdem kann es gerade jetzt sinnvoll sein, an anderen Aspekten der eigenen Website zu arbeiten, um in der Zukunft besser aufgestellt zu sein.

Titelbild © dennizn / stock.adobe.com

Beitragsbild © dennizn / stock.adobe.com