

Google Ads: neue nur-Anruf Anzeigen

Das ist eine interessante Information für alle Schlüsseldienste, Taxiunternehmen (ohne Uber), Pizzadienste, Abschleppdienste, Catering- und Partyveranstalter, Servicehotlines, Bestattungsinstitute oder Kundencenter jeglicher Art: Google bietet nun Call-Only Kampagnen für Google Ads an. Damit können Anzeigen direkt mit einem Anruf-Button ausgestattet werden, ohne auf die eigentliche Webseite umzuleiten.

Das Konzept ist zwar nicht gänzlich neu (siehe "[Bei Anruf Call Conversion](#)"), doch nun kann man weitaus spezialisiertere Anzeigen erstellen, die garantiert als Anrufanzeigen erscheinen:



Eine Nur-Anruf-Kampagne wird ausschließlich auf Geräten mit Telefonfunktion – also in der Regel Smartphones ausgeliefert. Es handelt sich somit um eine mobile Kampagne. Die Erstellung einer Nur-Anruf-Anzeige, ist denkbar einfach. Man erstellt eine neue Kampagne im Suchnetzwerk und wählt den neuen Punkt "Nur Anruf" aus. Für das Displaynetzwerk ist dieses Anzeigenformat derzeit nicht verfügbar.

🔍 Typ: **Nur Suchnetzwerk - Nur Anruf**

Kampagnenname

Typ

- Standard** - Keyword-bezogene Textanzeigen in den Google-Suchergebnissen [?](#)
- Alle Funktionen** - Alle Funktionen und Optionen, die für das Suchnetzwerk verfügbar sind [?](#)

- Anzeigen zur Installation mobiler Apps** - Anzeigen, über die Nutzer Ihre App herunterladen können [?](#)
- Anzeigen zur Interaktion mit mobilen Apps** - Anzeigen, mit denen die Nutzer zu Aktionen in Ihrer App angeregt werden [?](#)
- Dynamische Suchanzeigen** - Anzeigenausrichtung auf Grundlage Ihrer Website-Inhalte [?](#)
- Nur Anruf** - Anzeigen, die Nutzer veranlassen, bei Ihrem Unternehmen anzurufen [?](#)

[Weitere Informationen zu Kampagnentypen](#)

Richtet man die Anzeige im folgenden Fenster endgültig ein, ist eine Bestätigungsadresse zwar optional, sie empfiehlt sich aber wenn man sichergehen möchte, dass Konkurrenten nicht den eigenen Namen auf ihre Telefonnummer umleiten. Auf der Bestätigungsadresse muss die Telefonnummer stehen, die im obigen Fenster als Zielnummer angegeben wurde. Natürlich lassen sich auch bei diesem Anzeigenformat die Konversionen der Anrufe dokumentieren, allerdings nur, wenn eine Google Weiterleitungsnummer verwendet wird.

Anzeigengruppenname:


SEO | DE | Anruf

Anzeige erstellen

Unternehmensname

SEO-Küche Internet Marketing

Telefonnummer

Deutschland  0800/473288-33


Beispiel: 030 123456

Textzeile 1


Online Marketing für den Mittelstand

Textzeile 2


Wir beraten Sie gerne!

Angezeigte URL 

www.seo-kueche.de

Bestätigungs-URL 

www.seo-kueche.de

Anzeige schalten auf 

Google-Weiterleitungsrufnummer und Anruferberichte verwenden

Indem Sie diese Option auswählen, stimmen Sie [den Nutzungsbedingungen](#) und der [Datenschutzerklärung](#) für Google Voice zu.

Sobald eine Conversion erfasst wurde, wird eine neue Anruf-Conversion-Aktion mit der Bezeichnung "Anrufe von Anzeigen" hinzugefügt. Klicken Sie auf "Conversion-Aktionen verwalten" oder "erstellen Sie eine Anruf-Conversion-Aktion", um Ihre Aktionen zu verwalten. [Weitere Informationen](#)

Eigene Telefonnummer (keine Anruferberichte)

Conversions erfassen

Anrufe als Anruf-Conversions zählen

Conversion-Aktion

Anrufe von Anzeigen 



Wie üblich bietet auch dieses Anzeigenformat 2 Textzeilen zur individuellen Gestaltung der Anzeige. Obwohl nicht auf die Webseite geleitet wird, muss diese dennoch angegeben werden. Nachdem alle Angaben zur Anzeige gemacht wurden, folgt der Werbezeitplaner. Hier lassen sich nun die genauen Wochentage und Uhrzeiten für die Nur-Anruf-Anzeige festlegen. Das ist natürlich sinnvoll, da nicht jedes Unternehmen, das auf diese Form der Werbung setzt, auch rund um die Uhr erreichbar ist. Eine 24 Stunden Anzeigenschaltung würde für den Werbetreibenden unnötige Streuverluste und unzufriedene Kunden bedeuten.

Die neue Funktion „Nur-Anruf“, oder „Call-Only“ ist in Zeiten massiv steigender Smartphone-Nutzung besonders für die Branchen interessant, an die Kunden hauptsächlich über Telefonanrufe herantreten. Anstatt auf der Webseite nach einer Telefonnummer zu suchen, kann der Kunde jetzt direkt in der Google-Suche das betreffende Unternehmen anrufen.