

Neuigkeiten bei der Auswertung des Qualitätsfaktors in Google Ads

Neue Funktion bei Google Ads:

Der Qualitätsfaktor ist einer der wichtigsten Faktoren im Google Ads-Konto. Verspricht er doch bei einem hohen Wert geringere Kosten pro Klick und damit mehr Klicks fürs gleiche Geld (oder gleich viele Klicks für weniger Geld, oder mehr Klicks für mehr Geld, aber nicht so viel ...).

Ab jetzt widmet Google Ads dem Qualitätsfaktor bei der Spaltenanpassung einen eigenen Bereich und viele interessante Werte für die Auswertung auf Keyword-Ebene.

Spalten anpassen

Messwerte auswählen

Leistung	>>	Alle Spalten entfernen	
Conversions	>>	Qual.-Faktor	<input type="checkbox"/>
Attribute	>>	Anzeigenrelevanz	<input type="checkbox"/>
Attribution	>>	Nutzererfahrung mit der Zielseite	<input type="checkbox"/>
Qualitätsfaktor	>>	Erwartete Klickrate (CTR)	<input type="checkbox"/>
Gebotssimulator	>>	Qual.-Faktor (Verlauf)	<input type="checkbox"/>
Google Analytics	>>	Anzeigenrelevanz (Verlauf)	<input type="checkbox"/>
Wettbewerbsmesswerte	>>	Nutzererfahrung mit der Zielseite (Verlauf)	<input type="checkbox"/>
		Erwartete CTR (Verlauf)	<input type="checkbox"/>

Spaltenauswahl Qualitätsfaktor

So kann jetzt nicht nur für jedes Keyword in den Spalten der Qualitätsfaktor angezeigt werden, sondern auch:

- die Anzeigenrelevanz
- Nutzererfahrung mit der Zielseite
- Erwartete Klickrate (CTR)

- Qual.-Faktor (Verlauf)
- Anzeigenrelevanz (Verlauf)
- Nutzererfahrung mit der Zielseite (Verlauf)
- Erwartete CTR (Verlauf)

Qual.-Faktor <small>?</small>	Anzeigenrelevanz <small>?</small>	Nutzererfahrung mit der Zielseite <small>?</small>	Erwartete Klickrate (CTR) <small>?</small>	Qual.-Faktor (Verlauf) <small>?</small>	Anzeigenrelevanz (Verlauf) <small>?</small>	Nutzererfahrung mit der Zielseite (Verlauf) <small>?</small>	Erwartete CTR (Verlauf) <small>?</small>
8/10	Überdurchschnittlich	Überdurchschnittlich	Durchschnitt	8/10	Überdurchschnittlich	Überdurchschnittlich	Durchschnitt
--	--	--	--	--	--	--	--
--	--	--	--	--	--	--	--

Ausgabe der Werte

Damit stehen auf einen Blick Informationen zur Verfügung, die zuvor mit Skripten ausgelesen wurden oder die nach längerer Positionierung der Maus auf dem Hinweisfeld neben dem Keyword erschienen sind und nicht mehr verschwinden wollten. ? Außerdem stehen mit den Daten zum Verlauf auch Informationen aus der Vergangenheit zur Verfügung, die eine einfache Überprüfung des Verlaufs möglich machen.

Für die Ansicht vergangener Werte müsst ihr nach Tagen, Wochen, Monaten oder Jahren segmentieren. Es stehen jedoch je nach Zeitraumauswahl nur bestimmte Segmente zur Verfügung.

Überdurchschnittlich	Überdurchschnittlich	Durchschnitt	8/10	Überdurchschnittlich	Überdurchschnittlich	Durchschnitt
			--	--	--	--
			4/10	Durchschnitt	Unterdurchschnittlich	Durchschnitt
			7/10	Überdurchschnittlich	Durchschnitt	Durchschnitt
Überdurchschnittlich	Überdurchschnittlich	Durchschnitt	8/10	Überdurchschnittlich	Überdurchschnittlich	Durchschnitt
			--	--	--	--
			4/10	Durchschnitt	Unterdurchschnittlich	Durchschnitt
			6/10	Durchschnitt	Durchschnitt	Durchschnitt

Entwicklung über Jahre hinweg

Bei der Untersuchung der Entwicklung des Qualitätsfaktors in den letzten Jahren bei diesen beiden Keywords zeigt sich eine gute Steigerung: 2016 lag er noch bei 4/10. 2017 stieg er auf 7/10 und liegt heute bei 8/10. Und auch die anderen Werte konnten sich über den Zeitverlauf gut steigern.

Mit den neuen Möglichkeiten stehen wieder mehr Daten für eine bessere Auswertung direkt im Google Ads-Konto zur Verfügung. Damit sollte es noch leichter möglich sein, einen hohen Qualitätsfaktor zu erreichen.

Titelbild © bilalulker / Fotolia