

## Neuste Entwicklungen bei Google Ads und Analytics

In der großen weiten Google Ads Welt hat sich wieder einiges getan. Es ist noch gar nicht lange her, dass die [Google Ads Anzeigen](#) auf der rechten Spalte gestrichen wurden. Da ging es bereits schon mit den ersten Veränderungen los und es geht Stück für Stück weiter ...

Hauptgrund für die neuen Entwicklungen ist, dass es vermehrt Google Suchanfragen über mobile Endgeräte gibt. Aufgrund dessen standen die Entwickler in der Pflicht, diverse Anpassungen vorzunehmen, so Sridhar Ramaswamy, Senior Vice President, Ads and Commerce. Diese Entwicklungen werden allerdings erst in ein paar Monaten ausgerollt und befinden sich zum Teil noch in der Testphase.

Einen Ausschnitt der wichtigsten Änderungen bei Google Ads und Analytics möchte ich euch kurz zusammenfassen:

### 1. Platzerweiterung für Headlines

Advertiser erhalten zukünftig mehr Platz für Anzeigeninformationen indem 2 Headlines mit je 30 Zeichen zur Verfügung stehen. Aktuell gibt es 1 Headline mit 25 Zeichen. Vorteil liegt zum einen darin, dass die Anzeigenüberschrift präsenter wird, die Zielgruppen genauer informiert werden und somit effektiver erreicht werden können.

### 2. Platzerweiterung für Anzeigenbeschreibung

Google Ads Anzeigen mit knapper Informationsbeschreibung führen dazu, dass der Kunde nicht aussagekräftig über ein bestimmtes Produkt informiert wird. Der Beschreibungstext wird zukünftig von 35 auf 80 Zeichen hochgesetzt. Aufgrund der Erweiterung der Zeichen haben die Advertiser die Möglichkeit ausführlicher das Produkt zu beschreiben. Die Nutzer können sich nun innerhalb der Serps der Google Ads besser vorab informieren und erfahren was „hinter“ der Anzeige steckt.

### 3. Display URL

Die Nutzer sehen in der Anzeige die URL, die für den User innerhalb der Anzeige sichtbar ist. Beim Klick darauf findet eine Weiterleitung zur Zielseite statt. Bei Tipp- bzw. Rechtschreibfehlern in der URL wird

zukünftig eine automatische Korrektur durchgeführt und korrekt weitergeleitet.

## 4. Display Ad

In den Display Ads sollen zukünftig individuell angepasste Formate eingebunden werden, d.h., dass Advertiser nur noch allgemeine Informationen wie Headline, Description, Bild und die entsprechende URL angeben müssen und Google übernimmt den Rest! ? Google erstellt im Anschluss responsive – für alle Geräte optimierte Werbeanzeigen.

## 5. Bidding

Auch das Bidding „Biet-Prozess“ wird zukünftig angepasst und flexibler gestaltet. Die Gebote können individuell angepasst werden, d.h. wo die Performance Daten wie Klickrate, Conversion Rate oder CPO auf Smartphones, Tablets oder Desktop-Computern besser sind, können dann dort Gebote erhöht werden.

## 6. Local Search Ads

Sogar auf Google Maps sollen zukünftig Anzeigen platziert werden. Bisher gab es die Möglichkeit, dass alle Unternehmen, die sich bei [Google My Business für Local SEO](#) angemeldet haben, auch kostenfrei bei Google Maps ausgelesen wurden. Damit sich die Wettbewerber voneinander abheben können, können diese zukünftig kostenpflichtige Anzeigen schalten. Integriert sind dabei auch Promoted Pins.

## 7. Neue Google Ads Benutzeroberfläche

Eine neue Benutzeroberfläche mit verschiedenen neuen Features wie z.B. die individuelle Suchfunktion bei Google Ads sind in Planung.

## 8. Analytics Suit

Eine vereinfachte Report-Erstellung für Analytics Suit ist bereits jetzt schon in der Testphase. Wann der tatsächliche Roll-out Prozess stattfindet, ist noch nicht bekannt.

Wie wir sehen können, wird es nie langweilig in der großen weiten Welt von Google Ads und Analytics!