

Alexander Beck

LEICHTER ARBEITEN MIT DEM GOOGLE ADS EDITOR

Der Google Ads Editor ist ein kostenloses Google-Tool, welches das Offline-Bearbeiten von Google-Ads-Kampagnen erlaubt. Trotz vieler Gemeinsamkeiten mit dem Web-Account gibt es einige hilfreiche Features, die vom Web-Interface abweichen oder dort erst gar nicht verfügbar sind. Auf diese Weise stellt der Editor eine mögliche Alternative, auf jeden Fall aber eine wertvolle Ergänzung für das Erstellen und Verwalten von Kampagnen dar. Lesen Sie eine Einführung und einen Überblick über besonders nützliche Funktionen.

Der Google Ads Editor ist einigen Werbetreibenden von früher her sicherlich noch als AdWords Editor geläufig. Er ist nicht mehr im Account selbst erhältlich, kann dafür in der aktuellen Version 12.6. für Windows und Mac unter <https://ads.google.com/home/tools/ads-editor/> heruntergeladen werden. Sobald der Download abgeschlossen ist, starten Sie per Doppelklick den Installationsvorgang. Nach erfolgreicher Installation öffnen Sie den Editor. Um den Ads Editor zu verwenden, müssen Sie zunächst mindestens ein Konto herunterladen.

Übersicht

Der Aufbau des Google Ads Editors weist zahlreiche Parallelen zum aktuellen Web-Interface auf.

Im oberen Bereich gibt es die sogenannte Toolbar (1) mit zahlreichen Funktionen wie dem Öffnen, Herunterladen und Hochladen von Konten.

Mit der Baumansicht (2) wählen Sie die Elemente, die Sie aufrufen wollen: Konto, Kampagnen, Anzeigengruppen. Über das Trichtersymbol oberhalb können Sie Filter und Gruppierungen setzen.

Die Typliste (3) gibt vor, welche Inhalte Sie sich ansehen: Kampagnen, Anzeigengruppen, Keywords, Anzeigen oder Anzeigengruppen. Ebenfalls in diesem Bereich sind die gemeinsam genutzte Bibliothek sowie die benutzerdefinierten Regeln.

In der Datenansicht (4) sehen Sie nun das, was Sie in Baumansicht und Typliste eingestellt haben. Sobald Sie hier einzelne oder mehrere Elemente markieren, können Sie diese im darunterliegenden Bearbeitungsfeld ändern und neu einstellen.

Grundsätzliche Funktionsweise

Wichtig ist es, die Funktionsweise des Editors zu verstehen. So lassen sich unangenehme Überraschungen beim Verwalten der Konten vermeiden.

Mit dem Editor laden Sie Ihr Google-Ads-Konto oder einzelne Kampagnen auf Ihren Desktop herunter, nehmen die Bearbeitungen offline vor und laden die Änderungen wieder hoch. Sie vollführen den Download und Upload wahlweise über die Buttons in der Toolbar oder unter dem Dropdown Konto, das Sie noch oberhalb der Toolbar finden: mit Letzte Änderungen herunterladen bzw. (Änderungen) Hochladen.

Unbedingt sicherstellen sollten Sie hierbei, dass Sie immer mit der aktuellen Version Ihres Google-Ads-Kontos arbeiten. Stimmen Google-Ads-Konto und -Editor nicht überein, so überschreiben Sie beim Upload die zwischenzeitlich online getätigten Bearbeitungen wieder.

Änderungen an einem Element im Konto, das dort mittlerweile gelöscht wurde, können Sie nicht einspielen. Vielmehr müssen Sie zuvor die letzten Änderungen herunterladen.

DER AUTOR



Alexander Beck ist Geschäftsführer der Online-Marketing-Agentur traffic3 GmbH und Autor des Standardwerkes „Google AdWords“. www.traffic3.net

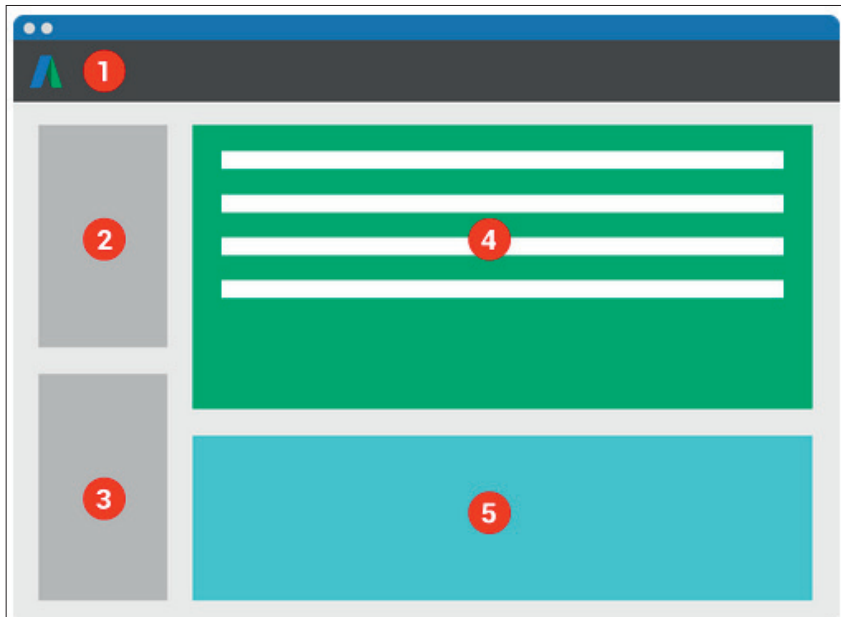


Abb. 1: Navigation Google Ads Editor (Quelle: <https://support.google.com/adwords/editor/answer/30535>)

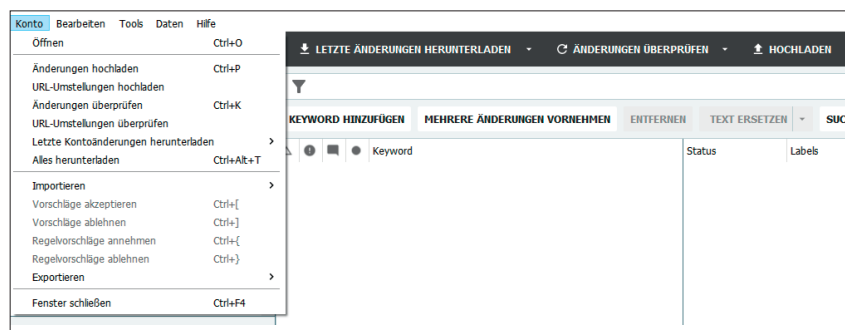


Abb. 2: Download- und Upload-Funktionen im Editor

Haben Sie im Editor beispielsweise eine Kampagne angelegt, die es im Konto noch nicht gibt, so wird diese mit der Funktion Letzte Änderungen heruntergeladen nicht gelöscht. Während die übereinstimmenden Elemente geändert werden, bleibt sie im Editor weiterhin vorhanden. Möchten Sie den tatsächlichen Ist-Stand des Kontos im Web-Interface vorfinden, so müssen Sie den Download über Konto > Alles heruntergeladen durchführen.

Probleme mit unterschiedlichen Versionen im Konto und im Editor können natürlich erst recht auftreten, wenn mehrere Zugriffsberechtigte im gleichen Konto arbeiten. Für eine bessere Absprache und gelungene Zusammenarbeit stehen Ihnen im Editor Möglichkeiten zur Verfügung, um die Daten zu

exportieren und Kollegen zuzusenden. Diese können Ihre Änderungen dann prüfen, freigeben oder ablehnen und sogar kommentieren.

Auch die Funktion Exportieren finden Sie unter dem Dropdown Konto. Exportiert werden können das gesamte Konto, ausgewählte Kampagnen und Anzeigengruppen, die aktuelle Ansicht sowie benutzerdefinierte Regeln. Verfügbare Formate sind:

- » CSV (für Tabellen)
- » ZIP (für Tabellen mit Bildern)
- » AEA (die Google-Ads-Editor-Archivdatei als Back-up inklusive Kommentare, Entwürfe und noch nicht hochgeladener Änderungen)
- » AES (die Ads-Editor-Share-Datei speziell zum Teilen mit anderen Nutzern)

Ebenfalls unter Konto haben Sie die Möglichkeit, exportierte und gegebenenfalls bearbeitete Editor- oder CSV-Dateien als Bulk-Upload zu importieren.

Verwalten der Kampagnen

Im Editor können Sie mehrere Konten herunterladen. Zum Bearbeiten können Sie einfach zwischen ihnen wechseln.

Copy & Paste

Ein großer Vorteil des Editors gegenüber dem Web-Interface ist dabei das einfache Kopieren ganzer Kampagnen, Anzeigengruppen, Keyword-/Placementlisten, Ausrichtungen sowie Anzeigen und Anzeigenerweiterungen – innerhalb eines Kontos, aber auch zwischen allen heruntergeladenen Konten. Dies funktioniert einfach mit Copy & Paste. Beim Kopieren von Kampagnen sollten Sie jedoch unbedingt prüfen, ob tatsächlich alle Einstellungen korrekt übernommen wurden.

Beachten Sie zudem, dass die Zuordnung mit Copy & Paste nicht immer erhalten bleibt – etwa wenn Sie alle Keywords oder alle Anzeigen eines Kontos auf diese Weise kopieren. So werden die Keywords bzw. Anzeigen nicht nur in der originalen Anzeigengruppe dupliziert. Vielmehr werden alle Keywords bzw. alle Anzeigen in jede einzelne Anzeigengruppe des Kontos kopiert – was selten tatsächlich so gewünscht ist.

Um die Zuordnung sicherzustellen, müssen entweder die Elemente jeder einzelnen Anzeigengruppe separat kopiert werden oder Sie setzen die Funktion Text ersetzen ein.

Dropdown Text ersetzen

Möchten Sie etwa alle Anzeigen eines Kontos kopieren, so wählen Sie das gesamte Konto in der Baumansicht, öffnen in der Typliste den entsprechenden Anzeigentyp und markieren die Anzeigen in der Datenansicht. Rufen Sie nun das über der Anzeigenliste befind-

liche Dropdown Text ersetzen auf. Hier finden Sie zahlreiche Bearbeitungsmöglichkeiten von Text ersetzen und anfügen, Großschreibungen ändern bis zu URLs ändern. Eine 1:1-Kopie ist beispielsweise möglich, indem Sie Leerzeichen durch Leerzeichen ersetzen.

Klicken Sie unbedingt die Checkbox Änderungen an doppelten Elementen vornehmen und auch Neu erstellte Elemente auswählen an. Nur so werden Ihre Anzeigen kopiert, ansonsten ergänzen Sie nur die bestehenden. Zudem bleiben die Kopien für eine weitere Bearbeitung gleich markiert.

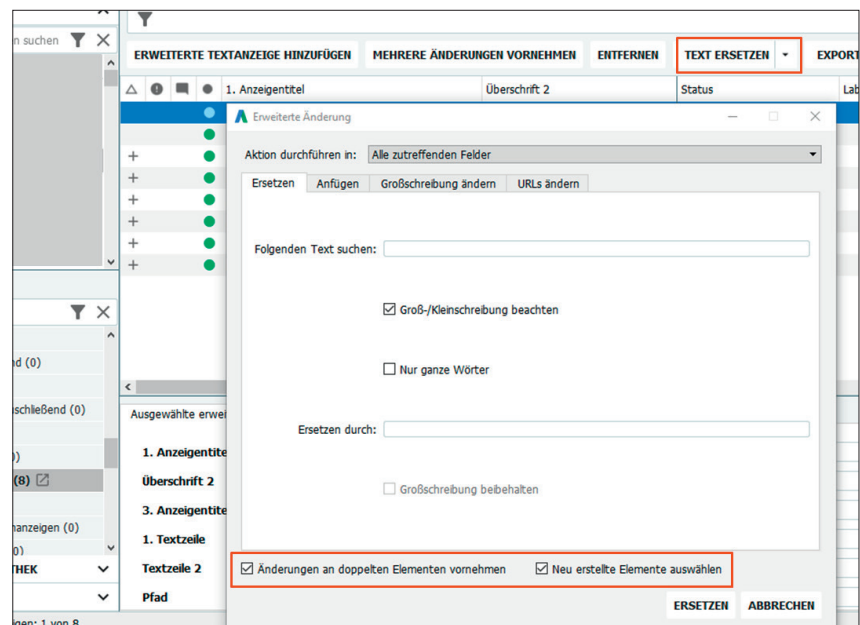


Abb. 3: Dropdown Text ersetzen

Keyword-Optionen bearbeiten

Auch Keyword-Optionen können einfach umgestellt oder ergänzt werden. Als Beispiel haben Sie in einem übernommenen Konto oder im Rahmen eines Set-ups bislang nur eine Liste mit Broad-Match-Keywords vorliegen. Diese sollen nunmehr in Broad Modifier und Exact Match geändert werden. Sie gehen vor wie folgt:

Wiederum markieren Sie die gewünschten Elemente in der Bauman sicht, klicken Keywords in der Typliste und wählen diese dann in der Datenansicht aus.

Im ersten Schritt stellen Sie nun die aktuellen Broad-Match-Keywords auf Exact Match um. Dies geht einfach über das Dropdown Keyword-Option im Bearbeitungsfeld unterhalb der Keyword-Liste.

Für die Broad-Modifier-Option soll in diesem Beispiel vor jedes einzelne Wort ein Pluszeichen gesetzt werden. Hierfür rufen Sie wiederum das über der Liste befindliche Dropdown Text ersetzen auf.

Zuerst fügen Sie mit der Option Text anhängen ein Pluszeichen vor bestehendem Text ein. Vergessen Sie auch hier nicht, die Checkboxes Änderungen an doppelten Elementen vornehmen und Neu erstellte Elemente auswählen zu aktivieren.

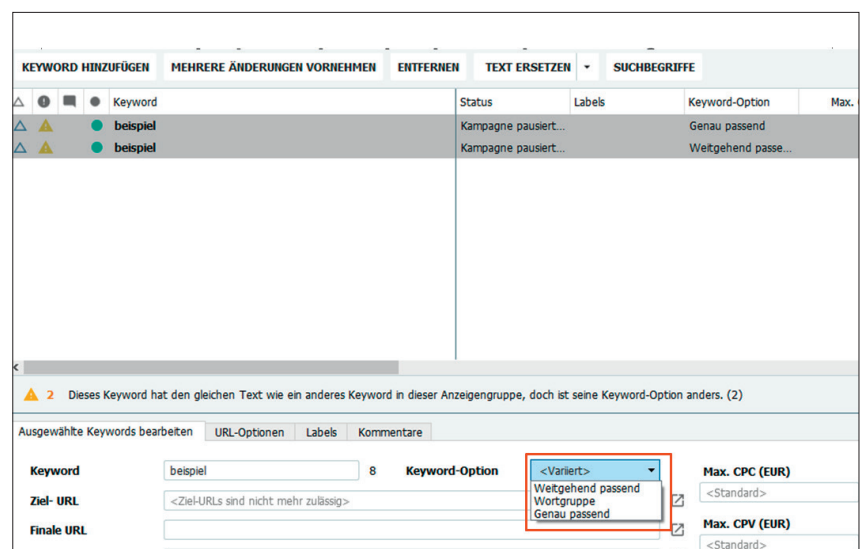


Abb. 4: Keyword-Option umstellen

Bislang haben Sie das Pluszeichen nur vor das jeweils erste Wort der Keywords gesetzt. Da typischerweise aber nicht alle Keywords aus Ein-Wort-Begriffen bestehen, so muss auch den folgenden Worten noch ein Pluszeichen vorangestellt werden.

Rufen Sie deshalb nochmals Text ersetzen auf, bleiben Sie auf dem Tab Text Ersetzen und machen Sie folgende Eingaben: unter Folgenden Text suchen ein Leerzeichen, unter Ersetzen durch ein Leerzeichen gefolgt von einem Pluszeichen.

Was passiert? Sie ersetzen die Leerzeichen vor dem zweiten, dritten,

vierten ... Wort eines Keywords durch die Kombination aus Leerzeichen und Pluszeichen – was eben genau ein Pluszeichen voranstellt. Das erste Wort wird nicht angesprochen, da diesem kein Leerzeichen vorangestellt.

Deaktivieren Sie diesmal die beiden Checkboxes Änderungen an doppelten Elementen vornehmen und Neu erstellte Elemente auswählen, da Sie nunmehr ja keine weiteren Kopien benötigen.

Stellen Sie abschließend die Broad-Modifier-Keywords im Dropdown Keyword-Optionen von Exact Match auf Broad Match um.

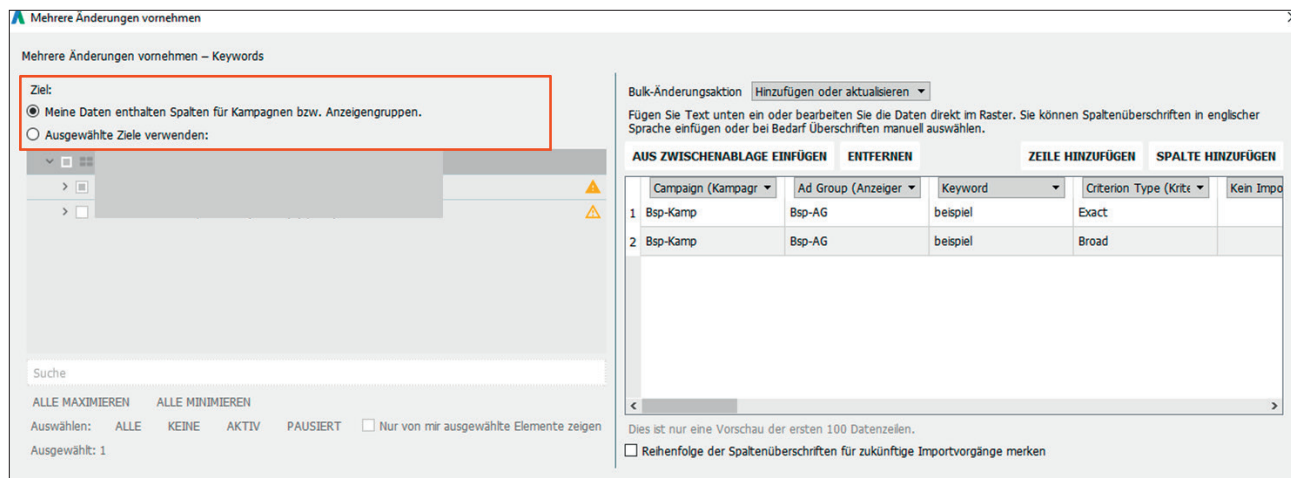


Abb. 5: Bulk-Upload von Keywords

Sehr geschickt ist zudem das Ändern von Einstellungen über mehrere Elemente hinweg – beispielsweise Status, Bietpreise oder auch Pfade der Anzeigen-URL und finale URLs. Gerade Letzteres kann bei einem umfangreichen Konto im Web-Interface zur echten Fleißaufgabe werden. Im Editor öffnen Sie hierfür den Bereich Anzeigen, markieren die zu bearbeitenden Anzeigen und geben die neue URL im entsprechenden Textfeld unterhalb der Tabelle ein. Diese wird für alle markierten Anzeigen übernommen.

Im Google-Ads-Konto sollten keine doppelten Keywords hinterlegt sein, so sie sich denn gegenseitig Konkurrenz machen können. Im Web-Interface ist eine entsprechende Prüfung jedoch ziemlich umständlich. Im Editor gibt es dafür eine spezielle Funktion: Sie finden sie unter Tools, klicken Identische Keywords suchen an und starten die Abfrage nach Ihren eingestellten Kriterien.

Mehrere Änderungen vornehmen

Der Editor lässt sich insbesondere gut in Kombination mit Excel einsetzen. Dies erkennen Sie bereits an den verfügbaren Formaten beim Export. Noch einfacher kann die jeweilige Datenansicht mit Copy & Paste in ein geöffnetes Excelsheet übertragen werden.

So stehen dort zum einen gleich die korrekten Spaltenüberschriften, die zum Import nötig sind. Zum anderen können

natürlich alle Vereinfachungen und Formeln von Excel genutzt werden.

Haben Sie Ihre Erweiterungen, Änderungen oder gar ein komplettes Set-up in Excel durchgeführt, so können Sie Ihre Kampagnen und Elemente in den Editor spielen. Nutzen sie für umfassende Bulk-Aktionen die Funktion Mehrere Änderungen vornehmen oberhalb der Datenansicht und kopieren Sie Ihr Excel einfach in die Tabelle.

Dabei muss immer die eindeutige Zuordnung der Elemente sichergestellt sein. In Abbildung 05 sehen Sie am Beispiel Bulk-Upload für Keywords beide Möglichkeiten: Entweder geben Sie bei jedem Keyword eindeutig Anzeigengruppe und Kampagne mit an und können so auch das gesamte Konto einspielen. Oder Sie nehmen den Import in mehreren Schritten vor und hangeln sich von Anzeigengruppe zu Anzeigengruppe.

Prüfen von Änderungen

Laden Sie Ihre bearbeiteten Kampagnen aus dem Editor ins Konto hoch, so kann es vorkommen, dass sie gegen Richtlinien verstoßen und daher als Fehler- oder Warnmeldung angezeigt werden. Die korrekten Änderungen werden trotzdem verarbeitet.

Prüfungen sind auch vor dem Upload möglich. Klicken Sie in der Symbolleiste auf Änderungen überprüfen, so zeigt Ihnen Google alle Problemfälle an, die das System erkennt. Mit den benutzerdefinierten Regeln können Sie sich selbst

Benachrichtigungen erstellen, um eigene Best Practices sicherzustellen oder häufige Fehlerquellen zu umgehen.

Sonstige sinnvolle Funktionen

Mehrere Daten können zusätzlich in den Editor heruntergeladen werden. Wählen Sie in der Typliste etwa Keywords aus, so erhalten Sie über den Button Suchbegriffe oberhalb der Datenansicht die tatsächlichen Suchanfragen mit Statistiken angezeigt.

Auch die Leistungsdaten Ihrer Keywords werden standardmäßig nicht angezeigt. Wollen Sie sie auch im Editor sehen, so öffnen Sie den Button Statistiken anzeigen in der schwarzen Navigationszeile, wählen den Abfragezeitraum aus und laden die Werte nach. In der Praxis bleiben Auswertungen wahrscheinlich aber trotzdem eher im Web-Interface angesiedelt.

Fazit

Der Google Ads Editor ist ein kostenloses Tool, mit dem viel Zeit gespart werden kann. Seine Stärke liegt insbesondere beim Set-up von Kampagnen oder bei großen Änderungen im Konto, da hier zahlreiche Bearbeitungen leichter und schneller als im Web-Interface und insbesondere offline durchgeführt werden können. So stellt es für alle Kontobetreuer ein hilfreiches Tool dar, das extrem wertvolle Dienste leistet. Hilfeseiten dazu gibt es unter <https://support.google.com/adwords/editor>. ¶