

## Kampagnenreporting - Musterhotel

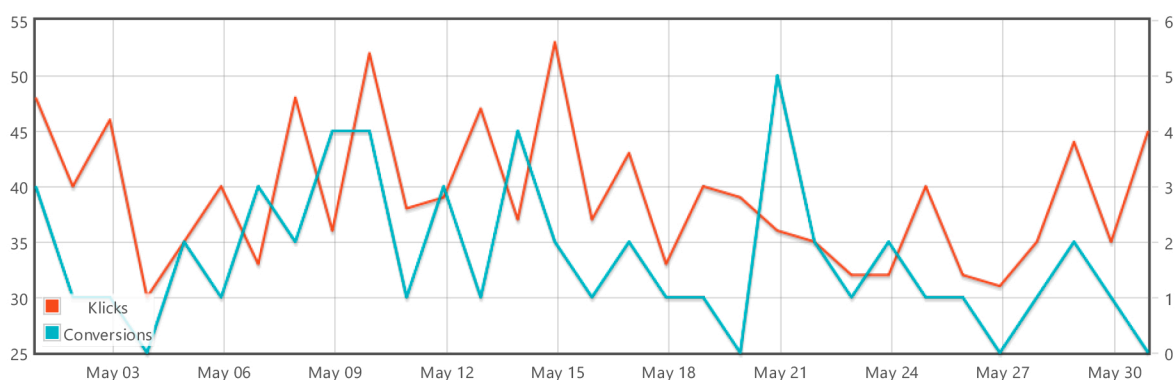
Sehr geehrte Damen und Herren,

wir schicken Ihnen auf den folgenden Seiten den ausführlichen Report der laufenden Google AdWords Kampagnen vom Vormonat zu. Bei Fragen melden Sie sich bitte jederzeit bei uns.

Mit freundlichen Grüßen,  
Max Mustermann

Analysezeitraum: **01.05.2018 - 31.05.2018**

### Grafische Darstellung



Impressions	Klicks	CTR	ØCPC	Kosten	Conv.	Kosten/Conv.	Conv. Rate	ØPos.
20.911	1.211	5,79%	€ 0,94	€ 1.140,35	53	€ 21,52	4,38%	3,1

Top-Keywords <small>sortierung nach Conversions</small>	Top-Kampagnen <small>sortierung nach Conversions</small>	Top-Anzeigengruppen <small>sortierung nach Conversions</small>
1. + [redacted] +brand 2. Brand Hotel 3. Brandnertal Hotel 4. Brand Last Minute 5. Brandnertal 4 Sterne Hotel	1. So Region 18 AT 2. So Region 18 CH 3. So Region 18 DE	1. Brand Hotel #e337e 2. Brand Hotel #dd8df 3. Brandnertal Hotel #592c9 4. Brand Last Minute #dd8df 5. Brandnertal 4 Sterne Hotel #e337e

Kampagnenvergleich	Kosten	CTR	Klicks
1. So Region 18 AT	██████████ € 416,08	██████████ 14,10%	██████████ 583
2. So Region 18 CH	██████████ € 359,05	██████ 3,42%	██████████ 358
3. So Region 18 DE	██████████ € 365,22	██████ 4,27%	██████████ 270

# Kampagnenreporting - Musterhotel

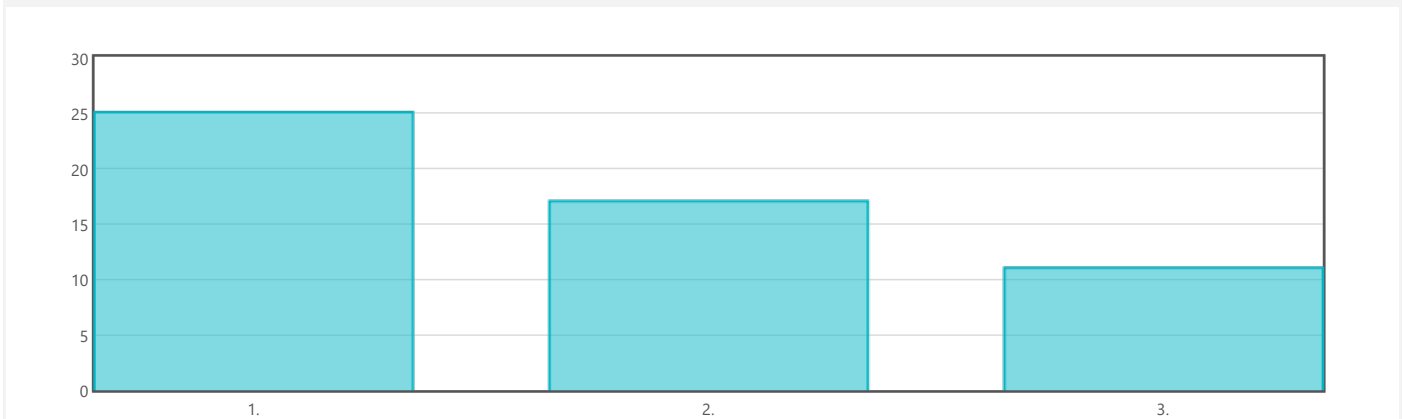
Analysezeitraum: 01.05.2018 - 31.05.2018

## Top-15-Kampagnen

sortierung nach Conversions

	Impr.	Klicks	dCpc	Conv.	Conv.-Rate
1. So Region 18 AT	4.136	583	0,71	25	4,29%
2. So Region 18 CH	10.456	358	1,00	17	4,75%
3. So Region 18 DE	6.319	270	1,35	11	4,07%

## Conversions

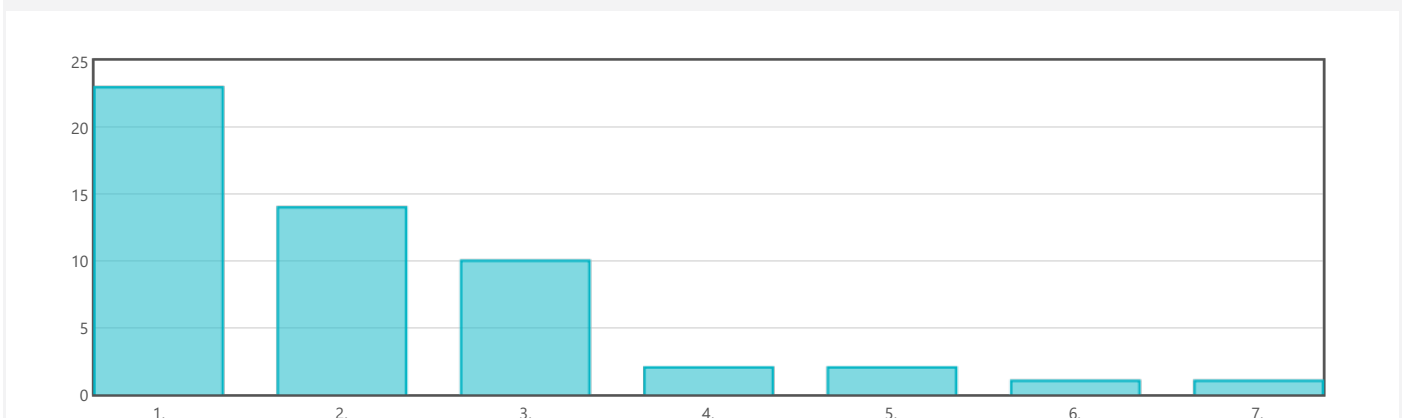


## Top-15-Keywords

sortierung nach Conversions

	Impr.	Klicks	dCpc	Conv.	Conv.-Rate
1. + [redacted] +brand	1.379	376	0,43	23	6,12%
2. Brand Hotel	8.986	253	0,89	14	5,53%
3. Brandnertal Hotel	5.366	215	1,36	10	4,65%
4. Brand Last Minute	185	7	1,37	2	28,57%
5. Brandnertal 4 Sterne Hotel	1.259	99	1,21	2	2,02%
6. Brand Familienhotel	372	30	1,70	1	3,33%
7. "Brand Hotel"	539	26	1,12	1	3,85%

## Conversions



# Kampagnenreporting - Musterhotel

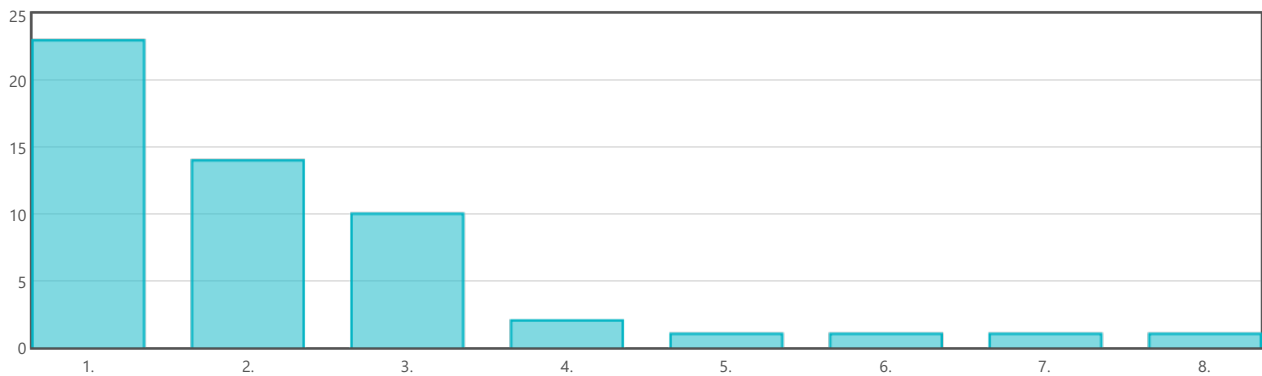
Analysezeitraum: 01.05.2018 - 31.05.2018

## Auflistung der Top-10-Anzeigen

sortierung nach Conversions

	Impr.	Klicks	dCpc	Conv.	Conv.-Rate
1. <b>Brand Hotel - 4*S Luxus in Vorarlberg</b> Günstige Sommerangebote Brandnertal. Entdecken Sie das neu renovierte [REDACTED] angebote [REDACTED]at/brand/hotel	2.053	421	0,50	23	5,46%
2. <b>Brand Hotel - Günstige Angebote Brandnertal</b> Entdecken Sie das neu gestaltete [REDACTED] 4*S Luxus im neuen Design angebote [REDACTED]at/brand/hotel	9.098	261	0,88	14	5,36%
3. <b>Brandnertal Hotel - Günstige Angebote Brandnertal</b> Besuchen Sie unser neu renoviertes Hotel. 4*S Luxus und Wohlfühlen angebote [REDACTED]at/brandnertal/hotel	5.299	213	1,36	10	4,69%
4. <b>Brand Last Minute - 4*S Luxus im neuen Design</b> Besuchen Sie unser neu renoviertes Hotel. Günstige Sommerangebote Brandnertal! angebote [REDACTED]at/brand/last-minute	33	3	1,86	2	66,67%
5. <b>Brand Familienhotel - Günstige Angebote Brandnertal</b> Besuchen Sie unser neu renoviertes Hotel. 4*S Luxus im neuen Design angebote [REDACTED]at/brand/familienhotel	109	13	1,78	1	7,69%
6. <b>Brand Hotel - 4*S Luxus zu Eröffnungspreisen</b> Günstige Sommerangebote Brandnertal. Sommerurlaub im Brandnertal. angebote [REDACTED]at/brand/hotel	144	5	1,11	1	20,00%
7. <b>Brandnertal 4 Sterne Hotel - 4*S Luxus in Vorarlberg</b> Besuchen Sie unser neu renoviertes Hotel. Günstige Sommerangebote Brandnertal! angebote [REDACTED]at/brandnertal/4-sterne-hotel	395	35	1,23	1	2,86%
8. <b>Brandnertal 4 Sterne Hotel - 4*S Luxus in Vorarlberg</b> Entdecken Sie das neu renovierte [REDACTED] Günstige Sommerangebote Brandnertal! angebote [REDACTED]at/brandnertal/4-sterne-hotel	361	37	1,15	1	2,70%

## Conversions

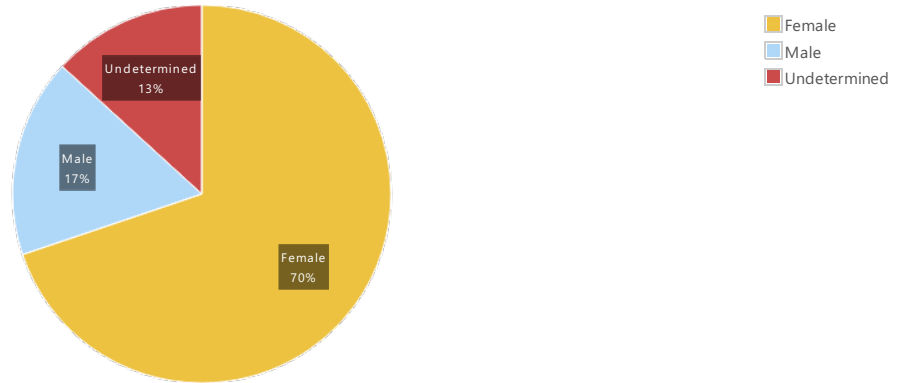


# Kampagnenreporting - Musterhotel

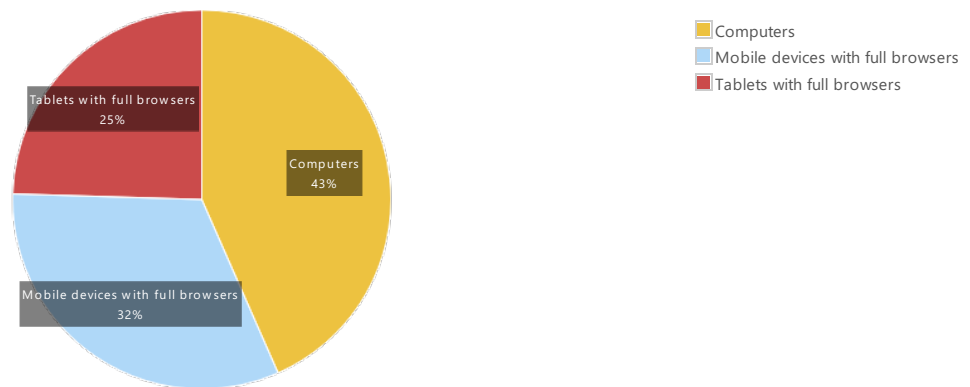
Analysezeitraum: 01.05.2018 - 31.05.2018

## Demografische Merkmale

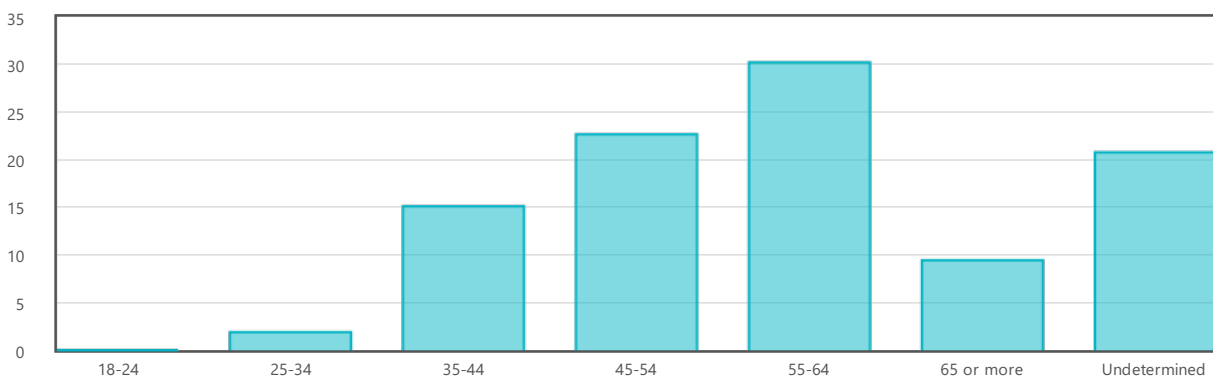
### Geschlecht



### Geräte



### Alter



# Glossar

## **Conversion (Conv.)**

Eine Conversion wird generiert, wenn ein Nutzer auf Ihre Anzeige klickt und anschließend eine Aktion durchführt, die vorab als relevant definiert wurde. Zu diesen relevanten Aktionen zählen bspw.: Buchungen (Buchungen von Zimmern, Pauschalen oder Gutscheinen) und das Abschicken von Formularen, wie z.B. Hotelanfrage, Callback und Kataloganforderung.

## **Conversion Rate**

Der Wert "Conv.-Rate" gibt an, wie oft der Klick auf eine Anzeige im Durchschnitt zu einer Conversion führt.

Die Conversion-Rate wird ermittelt, indem die Zahl der Conversions durch die Zahl der Interaktionen geteilt wird, die zu Conversions führen können (z. B. Klicks auf Textanzeigen oder Aufrufe von Videoanzeigen).

## **dCPC – durchschnittliche Kosten per Klick (Cost per Click)**

Durchschnittlicher Preis, der für einen Klick auf die AdWords Anzeige bezahlt wird.

## **Impressions**

Die Anzahl von Impressions entspricht der Häufigkeit mit der eine Anzeige bei Google oder auf Websites im Google Werbenetz erscheint. Z.B. wenn 1000 Impressions angegeben sind, bedeutet dies, dass Ihre Anzeige 1000 Mal für Besucher eingeblendet wurde.

## **Klickrate (Click-Through-Rate)**

Mit der Klickrate (Click-Through-Rate, CTR) wird angegeben, wie oft Nutzer auf Ihre Anzeige geklickt haben, nachdem sie sie gesehen haben. Die Effektivität einer Anzeige kann unter anderem an der Klickrate abgelesen werden.

## **Kosten pro Conversion**

Der Wert "Kosten/Conv." gibt an, wie viel eine Conversion durchschnittlich kostet.

Die Kosten pro Conversion werden ermittelt, indem die Gesamtkosten durch die Gesamtzahl der Conversions geteilt werden. Zu den Kosten zählen die Kosten für Interaktionen, die zu einer Conversion führen können.

## **Keyword Optionen**

- Weitgehend passend: Keyword
- Weitgehend passend modifiziert: +Keyword1 +Keyword2
- Passende Wortgruppe: „Keyword“
- Genau passend: [Keyword]