



# SEA & GOOGLE ADS - FUNDAMENTALS

## Learning Journey

### Woche #1

#### Kick Off & Google Universum

1. Willkommen in der OMR Academy
2. Warum SEA und Google Ads?
3. Vor- und Nachteile
4. Das Grundkonzept von Google Ads
5. Das Auktionsverfahren
6. Das Google Universum
7. Dein Google Mindset

Start Fr, 22.04.

### Woche #2

#### Technische Basics

1. Einführung in Google Ads
2. Das technische Setup
3. Einrichtung des Accounts
4. Der Aufbau von Google Ads auf einen Blick
5. Die Abrechnung bei Google Ads
6. Tracking mit Google Ads
7. Tracking mit Google Analytics
8. Der Google Tag Manager

Start Fr, 29.04.

### Woche #3

#### Strategie & Vorbereitung

1. Marketing-Funnel
2. Das AIDA-Modell
3. See-Think-Do-Care
4. Einführung in Conversions
5. Attribution
6. Conversion-Tracking in Google Ads
7. Unterschiede in den Daten

Start Fr, 06.05.



Live Session  
Di, 10.05.  
17 Uhr

### Woche #4

#### Keywords & Zielgruppen

1. Zielgruppenschärfung
2. Buyer Personas
3. Keywords in der Theorie
4. Keyword-Optionen
5. Keywords in der Praxis
6. Tools für die Keywordrecherche

Start Fr, 13.05.

### Woche #5

#### Kampagnenstruktur & -setup

1. Aufbau und Struktur einer Kampagne
2. Schritt-für-Schritt Setup einer Kampagne (Suchnetzwerk)
  - Allgemeine Einstellungen
  - Ausrichtung und Zielgruppen
  - Budget- und Gebotseinstellungen
3. Best Practices

Start Fr, 20.05.



Live Session  
Mi, 25.05.  
17 Uhr



# SEA & GOOGLE ADS - FUNDAMENTALS

## Learning Journey

### Woche #6

#### Anzeigensetup

1. Anzeigensetup
2. Texte für dein Zielvorhaben
3. Text im Zusammenhang mit Landingpages
4. Anzeigenhacks für spezielle Fälle
5. Anzeigenerweiterungen

Start Fr, 27.05.

### Woche #7

#### Optimierung & Automatisierung

1. Kampagnen analysieren
2. Wichtige KPIs
3. Kampagnen optimieren
4. Automatisierungen
5. Automatische Gebotseinstellungen
6. Dynamic Search Ads

Start Fr, 03.06.



Live Session  
Mi, 08.06.  
17 Uhr

### Woche #8

#### Remarketing & Zielgruppen

1. Zielgruppen-Daten in Google Ads analysieren
2. Kaufbereite Zielgruppen
3. Bid-Modifier Möglichkeiten
4. Zielgruppen auf Kampagnenebene
5. Remarketing Zielgruppen
6. Remarketing Kampagnen

Start Fr, 10.06.

### Woche #9

#### Google Tools

1. Google Ads Editor
2. Google Tag Assistant
3. Reporting & Visualisierung (Data Studio)
4. Google Toolbox (Verknüpfte Konten)

Start Fr, 17.06.



Empfehlung Fertigstellung  
Praxisanwendung  
Fr, 24.06.  
23 Uhr

### Woche #10

#### Big Picture & Trends

1. Google Ads im Daily Business
2. Externe Automatisierung
3. Blick über den Tellerrand
4. Trends, Walled Gardens & Black Holes
5. Take Aways für das gesamte Unternehmen

Start Fr, 24.06.



Live Session  
Mi, 29.06.  
13 Uhr



Deadline  
Abschlusstest  
So, 03.07.  
23 Uhr