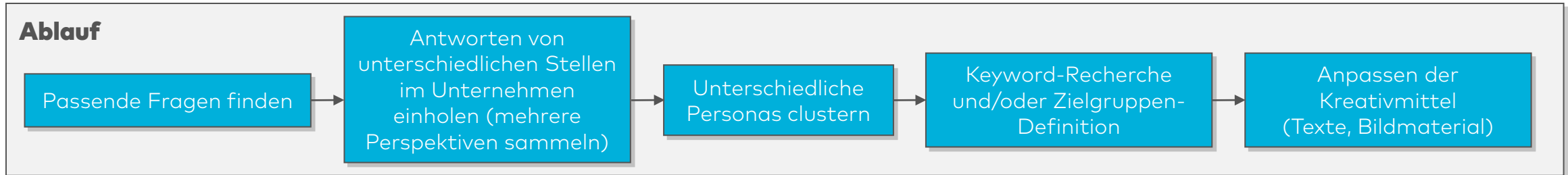


# Cheat Sheet A: Personas im SEA nutzen.



Einsatzmöglichkeiten	
<b>Zielgruppen</b>	Custom Intent Zielgruppendefinition: Keywords, Placements, Apps
<b>Keyword-Recherche</b>	Neue Perspektive auf Suchanfragen vom ersten Informationsbedürfnis bis hin zur Conversion
<b>Texte</b>	Stärkste Argumente und USPs für betreffende Personas formulieren - RSAs - ETAs - RDAs - Sitelinks - Call-outs - Landingpages
<b>Bild- &amp; Videokreation</b>	Überzeugende Argumente? Aufmerksamkeit erzeugen? Werte, Emotionen und Stimmung? Alternativ: Bestehendes Bildmaterial daraufhin untersuchen
<b>Placements</b>	Welche Kanäle schaut sich meine Persona an (YouTube)? Welche Websites im GDN besucht die Persona?

## Die richtigen Fragen stellen

**Grundlagen:**

- ❖ 10 Sekunden überlegen – Beschreibe den/die Standardkund\*innen.
- ❖ Wie alt? Wo wohnt er/sie? Wie lebt er/sie? Welche Charaktereigenschaften? Mit welchen Attributen würdest du die Person sonst noch beschreiben?
- ❖ Was sind die Benefits des Unternehmens? Was differenziert euch vom Wettbewerb?

**Umfassendes Bild erzeugen:**

- ❖ Zu welchem Zeitpunkt begibt sich eine Person auf die Suche nach dem Unternehmen/den Produkten?
- ❖ Stell dir vor, du bist gerade selbst an diesem Punkt.
  1. Was stört dich an deiner aktuellen Situation?
  2. Was erhoffst du dir für die Zukunft?
  3. Was sind Informationen, die du benötigst?
- ❖ Was kann das Unternehmen/Produkt bieten, damit
  1. Die aktuelle Situation der Kund\*innen vereinfacht wird?
  2. Die Zukunft der Kund\*innen so wird, wie sie es sich wünschen?
  3. Sich die Kund\*innen umfassend informiert fühlen?
- ❖ Welche Kontaktpunkte hat eine solche Person mit dem Internet? Wie/Wo/Wie lang ist sie online? Welche Blogs oder Kanäle benutzt sie am häufigsten?

# Cheat Sheet B: Personas im SEA nutzen.

## Daten aus dem Google Ads Konto

<b>Alter</b>	Welche Themen & Kategorien (je nach Kampagnenstruktur) konvertieren in welcher Altersstufe am besten?
<b>Region</b>	Gibt es regionale Best-Performer? Falls ja, was könnte zu diesen regionalen Unterschieden führen?
<b>Geschlecht</b>	Gibt es ein stärker vertretenes Geschlecht? Welchen Grund gibt es dafür? Ist dies relevant für die Persona-Formulierung?
<b>Elternstatus</b> (außer Search & Shopping)	Sind Kinderlose oder Haushalte mit Kindern die relevante Zielgruppe? Spielt dies überhaupt eine Rolle?

## Ausrichtungsmöglichkeiten der Zielgruppen

Custom Intent	Keywords	
	URLs	
	Apps	
	Alter	Geschlecht
Demografische Merkmale (Ad Group Ebene)	Region	Elternstatus

## Aufgepasst! Stolpersteine bei der Anwendung.

### Zielgruppendefinition ohne externe Sichtweise:

Achtet darauf, dass ihr unterschiedliche Perspektiven auf eure Personas einholt. In Kooperation zwischen Agentur & Unternehmen bspw. oder sogar durch weiteres externes Feedback (Geschäftspartner\*innen) könnt ihr eure Annahmen validieren.

### Test-Set-Up ohne Kontrollgruppe:

Nutzt für Tests als Kontrollgruppe Google Best Practice Zielgruppen oder euer bisheriges Standard-Setup.

### Auf die Optimierung des Algorithmus bauen:

Manchmal legt der Kampagnenstart einen kleinen Schluckauf hin. Beobachtet die Kampagnen vor allem im Vergleich zu eurem Best Practice bzw. Standard-Setup. Lasst ihr alles in einer gemeinsamen Kampagne starten, gehen die Persona-Zielgruppen zunächst evtl. unter. Gebt ihnen den „Freiraum“, den die Kampagnen benötigen, um gut loszulaufen. Dabei hilft es auch, erst einmal mit manuellen Gebotsstrategien und höheren CPCs die ersten Klickdaten abzuwarten, bevor ihr dann auf automatisierte Gebotsstrategien umstellt.

### Custom Intent Zielgruppen für Search anlegen:

Achtung: Im Search ist der Einsatz von Custom Intent Zielgruppen weder zur Ausrichtung noch zur Beobachtung möglich. Nutzt Personas im Search vor allem für Anzeigentexte.

# Für weiteren Austausch:



**Laura Nelle**

Specialist Performance  
Marketing

[laura@projecter.de](mailto:laura@projecter.de)

[linkedin.com/in/laura-nelle](https://www.linkedin.com/in/laura-nelle)



**Pia Hasenbein**

Specialist Performance Marketing &  
Nachhaltigkeitsmanagement

[pia@projecter.de](mailto:pia@projecter.de)

[linkedin.com/in/pia-hasenbein](https://www.linkedin.com/in/pia-hasenbein)



Projecter GmbH  
Ritterstraße 9-13  
04109 Leipzig

[www.projecter.de](http://www.projecter.de)