

Keyword-Recherche-Vorlage

Vom Brainstorming zur sortierten Keyword-Liste mit Match-Types und Ausschlüssen.

Schritt 1: Keywords sammeln

- ☐ Kernbegriffe des Produkts/der Dienstleistung notiert
- ☐ Google Keyword Planner: Ideen aus Seed-Keywords generiert
- ☐ Wettbewerber-Anzeigen analysiert (Auction Insights, Semrush)
- ☐ Google Suggest und „Ähnliche Suchanfragen“ abgefragt
- ☐ Kundenfragen gesammelt (Support, Vertrieb, Bewertungen)

Schritt 2: Bewerten & filtern

- ☐ Suchvolumen notiert (Google Keyword Planner)
- ☐ Wettbewerb / Top-of-Page-Gebot geprüft
- ☐ Suchintention bestimmt: Kaufabsicht vs. Informationssuche
Nur Keywords mit Kaufabsicht für Ads verwenden
- ☐ Irrelevante Keywords aussortiert
- ☐ Max. 5 Keywords mit höchstem Volumen + bestem Intent ausgewählt

Schritt 3: Match-Type zuordnen

- ☐ Exact Match [keyword] für Kern-Keywords mit klarer Intention
- ☐ Phrase Match "keyword" für Varianten mit gleicher Intention
- ☐ Broad Match keyword NUR mit Smart Bidding
Nie Broad Match + Manual CPC — die #1-Ursache für Budgetverschwendung

Schritt 4: Negative Keywords planen

- ☐ Offensichtlich irrelevante Begriffe vorab ausgeschlossen
Begriffe wie kostenlos, gratis, DIY, Erfahrungen, Job, Gehalt prüfen
- ☐ Wettbewerber-Namen als Negatives geprüft (wenn nicht gewünscht)
- ☐ Negative-Keyword-Liste angelegt (wiederverwendbar über Kampagnen)
- ☐ Plan für wöchentliche Suchbegriff-Analyse erstellt

Quelle: Ostend Academy Google Ads Kurs, Lektion 2.2 · ostend.digital/google-ads-kurs