

## Checkliste

### Nutzen von Google Ads im Personalmarketing: Für wen sich diese Werbeform eignet und welche Voraussetzungen nötig sind

#### Google Ads bieten mir...

- einen zusätzlichen Online-Kanal für Stellenanzeigen.
- zusätzlichen Traffic auf unserer Karriereseite (Lead-2-Web).
- eine aktive, zielgruppenspezifische Bewerberansprache.
- geringe Streuverluste, da die Anzeige nur dann angezeigt wird, wenn ein Suchender nach dem gebuchten Schlagwort sucht.

#### Funktionsweise

##### Ich kann profitieren...

- von der Schaltung fokussierter Ads direkt auf den Suchergebnis-Seiten von Google, die über die Google-Suche via Suchbegriffen bzw. Keywords initialisiert wird.
- von der Möglichkeit, genau den Personen meine Stellenanzeige zu zeigen, die sich für das Thema interessieren, bzw. deren Fachkenntnisse ich suche.
- vom Google Content-Werbenetzwerk, auf dessen Seiten Google die Anzeigen schaltet.
- von Placements, die Google in von uns ausgewählten Webseiten schaltet.

#### Ihr Beitrag:

#### Voraussetzungen

##### Ich kann bereitstellen...

- Keywords, die sich als Suchwörter eignen und für die entsprechende Zielgruppe/die Stellenausschreibung relevant sind.
- Griffige Botschaften mit Handlungsaufforderung, aufgeteilt in Überschrift, zwei Anzeigenzeilen und Link, die neugierig machen, den Link anzuklicken.
- Eine Auswahl an Zielwebseiten für Placements wie Fachforen, Wikis, Fachzeitschriften oder Blogs.
- Eine Landing Page mit den zentralen Keywords im Fließtext und Link zur Stellenbeschreibung bzw. zum Bewerbungsformular.

#### Budget

##### Ich definiere...

- die gewünschten Anzeigenformate,
- die gewünschte regionale und tageszeitliche Einschränkung,
- die Anzahl der Keywords, die ich buchen möchte,
- ein fixes Tagesbudget für die Google Ads,
- den Mindestpreis pro Klick (CPC), der für die einzelnen Keywords investiert werden kann/soll,
- einen Zeitraum und Rhythmus, in dem ich den Erfolg der Anzeigen kontrolliere und die Schaltung eventuell anpasse und/oder variiere.
- Ob ich mit meiner Webseite als AdSense-Partner im Google-Content-Netzwerk in Frage komme, also ob ich Platz bereitstellen möchte, der von anderen Unternehmen für deren Adwords genutzt werden kann, die thematisch passen.