

B2B Google Ads: die Setup-Checkliste

Der Kurz-Leitfaden zum Beitrag: So setzt du eine Google-Ads-Kampagne für Geschäftskunden auf, die qualifizierte Leads bringt statt Budget an falschen Klicks zu verbrennen.

— IN FÜNF SCHRITTEN ZUR B2B-KAMPAGNE

1 Ziel und Lead-Definition festlegen

Kläre mit dem **Vertrieb**, was ein guter Lead ist: konkrete Anfrage, Angebot oder Datenblatt-Download. Ohne diese Definition optimierst du ins Blaue.

2 Conversion-Tracking und CRM-Rückkopplung einrichten

Bevor der erste Euro fließt, muss die Messung stehen. Ideal: die **Lead-Qualität** aus dem CRM fließt zurück in Google Ads.

3 Keywords eng und fachspezifisch wählen

Fachbegriffe, Typenbezeichnungen und **Long-Tail** statt breiter Oberbegriffe. Lieber zwanzig präzise Suchbegriffe als fünf generische.

4 Negativliste von Anfang an aufbauen

Consumer, Jobsuchende, Bastler und Gratis-Sucher ausschließen, bevor sie klicken. Die Negativliste gehört ins Setup, nicht auf später.

5 Geduldig auswerten, dann nachschärfen

Der lange B2B-Zyklus braucht Zeit. Lies den **Suchbegriffsbericht**, ergänze Ausschlüsse und optimiere auf die Leads, die dein Vertrieb als gut bewertet.

— Deine B2B-Negativ-Starter

- ☐ **Jobsuchende:** stellenangebote, gehalt, ausbildung, praktikum, jobs, karriere.
- ☐ **Gratis-Sucher:** kostenlos, gratis, umsonst, vorlage, muster, free.
- ☐ **Bastler und DIY:** selber machen, selbst bauen, diy, anleitung, reparieren.
- ☐ **Consumer und Info:** privat, für zuhause, gebraucht, was ist, definition, erfahrungen.

Diese Checkliste dient der Orientierung und bündelt Erfahrungswerte aus der Agenturpraxis. Suchbegriffe und Budgets hängen von Branche und Wettbewerb ab und ersetzen keine individuelle Kampagnen-Analyse.