

AdWords Anzeigen jetzt mit lokalen Öffnungszeiten

 Die Google AdWords Anzeigen können jetzt auch die Öffnungszeiten von lokalen Geschäften beinhalten. Mit dieser neuen Anzeigenerweiterung verknüpfen Sie Ihr Online- und Offline-Angebot weiter miteinander und machen auf die Erreichbarkeit Ihres Ladengeschäfts aufmerksam.

Google nimmt kontinuierlich weitere Möglichkeiten hinzu, um die AdWords Anzeigen optisch mehr hervorzuheben. Bekannte **Anzeigenerweiterungen** sind Sitelinks, Telefonerweiterung oder Verkäuferbewertung.

Öffnungszeiten in “My Business” pflegen

Manche Anzeigenerweiterungen können manuell im Konto hinzugefügt werden. Andere funktionieren **automatisch**, d.h. hier greift AdWords auf Verknüpfungen zu anderen Datenquellen zurück. Im Fall der Öffnungszeiten liegt die Datenbasis in “My Business”, der Google Anlaufstelle für lokales Marketing. Falls Sie für Ihr lokales Geschäft den Standort dort noch nicht verwalten, sollte das für Sie der nächste Schritt sein.

In Ihrem My Business Account tragen Sie verschiedene Informationen zu Ihrem Unternehmen zusammen, so auch die Öffnungszeiten.



Sie finden die Einstellungen in Ihrem Konto unter “Informationen bearbeiten” und dort beim Punkt “Öffnungszeiten”.

In der Anzeige sieht der Suchende die Informationen zum aktuellen Tag. Sehr prominent eingeblendet ist auch, ob der Standort **aktuell geöffnet** hat. Die weiteren Zeiten sind per Drop-Down einsehbar.



Standorterweiterung rundet lokale Ausrichtung ab

Zur optimalen Ergänzung sollten Sie auch die Standorterweiterung hinzunehmen. Da dies eine manuelle Anzeigenerweiterung ist, stellen Sie diese im AdWords Konto ein. Unter dem Reiter “Anzeigenerweiterungen” wählen Sie “Standorterweiterung” im Drop-Down-Menü aus und klicken anschließend auf den roten Button “neue Erweiterung”.

Besonders für die mobile Nutzung ist es wichtig, dass Sie auf Ihre lokalen Standorte hinweisen und damit unterwegs Suchende in Ihr Geschäft einladen.