

CASE STUDY 02

Neustart mit messbaren Terminbuchungen

Google Ads · Lokaler Dienstleister · 11. bis 18.10.2026

Unter der vorherigen Betreuung wurde keine einzige Conversion erfasst. In der ersten Woche nach dem Neustart: 6 Terminbuchungen bei 108,08 € Werbebudget.

ERGEBNIS DER ERSTEN WOCHES

6

gebuchte Termine als Conversion

GOOGLE ADS

18,01 €

Werbekosten pro Terminbuchung

BERECHNET

13,0 %

Terminbuchungen je Klick

BERECHNET

GOOGLE ADS KENNZAHLEN

108,08 €	46	8,27 %	2,35 €
Kosten	Klicks	Klickrate (CTR)	Ø Kosten pro Klick

Alle Werte laut Google Ads Konto für 11. bis 18.10.2026. Als Conversion zählt ausschließlich eine abgeschlossene Terminbuchung. Berechnete Werte basieren auf diesen Kontodaten.

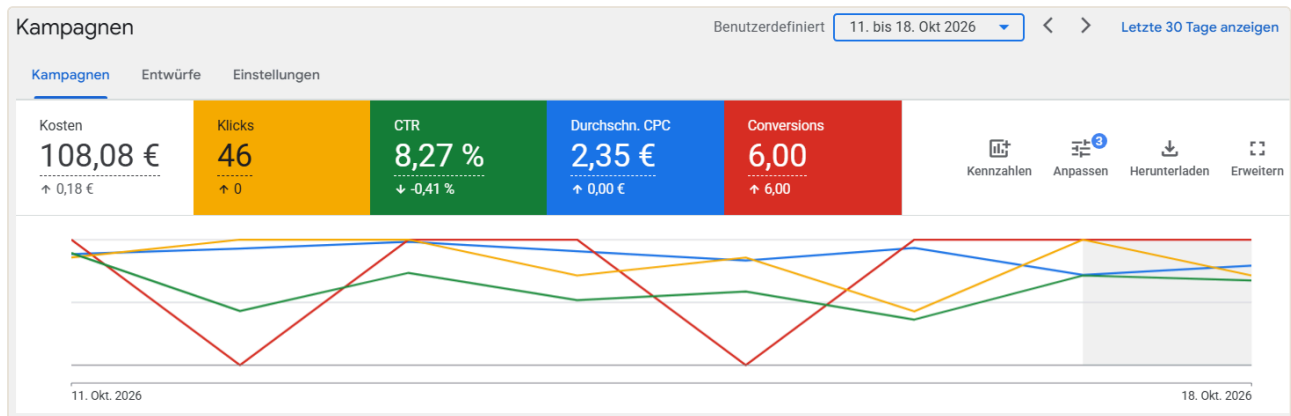
AUSGANGSSITUATION & ZIEL

Die Kampagne eines lokalen Dienstleisters wurde zuvor anderweitig betreut, ohne dass eine einzige Conversion erfasst wurde. Ziel des Neustarts: Werbebudget messbar in gebuchte Termine umsetzen.

STRATEGIE

Die Kampagne ist konsequent auf das eigentliche Geschäftsziel ausgerichtet. Eine Conversion wird erst gezählt, wenn eine Kundin oder ein Kunde tatsächlich einen Termin bucht. Seitenaufrufe oder Klicks gelten nicht als Erfolg.

ORIGINALAUSWERTUNG AUS GOOGLE ADS



Kampagnenübersicht mit Kosten, Klicks, CTR, Ø CPC und Conversions, 11. bis 18.10.2026. Unveränderter Ausschnitt aus dem Google Ads Konto.

MASSNAHMEN & UMSETZUNG

- Neustart der Kampagne nach erfolgloser Vorbetreuung
- Conversion-Messung auf die abgeschlossene Terminbuchung ausgerichtet
- Ausrichtung auf Interessentinnen und Interessenten im lokalen Einzugsgebiet

ERGEBNISSE & ERKENNTNISSE

In den ersten acht Tagen führten 46 Klicks zu 6 Terminbuchungen. Das entspricht 18,01 € Werbekosten pro gebuchtem Termin. Die Klickrate von 8,27 % zeigt, dass die Anzeigen bei der Zielgruppe relevant ankommen.

Messen, was dem Geschäft nützt

Weil nur echte Terminbuchungen als Conversion zählen, bilden die Zahlen im Konto direkt den geschäftlichen Erfolg ab. Das ist die Grundlage für jede weitere Optimierung.

Von null auf messbare Buchungen

Vorher keine einzige erfasste Conversion, nach dem Neustart sechs Terminbuchungen in der ersten Woche.

EINORDNUNG

Die Zahlen stammen aus der ersten Woche nach dem Start. Für belastbare Aussagen zu Kosten pro Buchung braucht es einen längeren Zeitraum. Die kommenden Wochen zeigen, wie stabil die Werte bleiben.