

# Kontrolný zoznam pre kampane vo Vyhľadávacej sieti

Vyvarujte sa častým chybám pri nastavovaní reklám vo vyhľadávaní a prekontrolujte svoje kampane s našim postupom. Veríme, že vám pomôže a pripomenie všetky podstatné nastavenia.

## Ako postupovať pri nastavení reklám vo vyhľadávaní:

1. Stanovte si cieľ, očakávania, spôsob merania výsledkov a rozpočet kampane. Nastavte si udržateľný rozpočet, ktorý budete používať minimálne jeden mesiac. Na základe výsledkov ho môžete upraviť. Platí pravidlo, že kampane majú tendenciu sa postupne učiť a zlepšovať.



2. Premyslite si štruktúru kampane, zamerajte sa na vaše kľúčové produkty alebo služby. Segmentujte reklamné skupiny podľa kľúčových slov, cieľom je mať čo najrelevantnejšiu reklamu pre výber kľúčových slov.



3. Vytvorte si zoznam kľúčových slov.



4. Spíšte si slová, ktoré vás napadnú a myslíte si, že ich vaši zákazníci môžu vyhľadávať. Prezrite si nápovede slov, ktoré vám ponúka Google vo vyhľadávaní. Využite nástroje ako Google keyword planer, collabim, trello, ahrefs (niektoré sú spojatné).



- Zoznam, ktorý ste si vytvorili segmentujte podľa podobností slov, zoradte ich do skupín a následne vložte do kampane. Snažte sa zoskupiť slová tak, aby boli príbuzné.



- Testujte rôzne zhody slov, a podľa výsledkov pozastavujte neefektívne.

5. Použite vylučujúce kľúčové slová - zabráňte nerelevantnému zobrazeniu vašej reklamy, pravidelne si prechádzajte vyhľadávané slová a vylučujte nevhodné.



6. Napíšte text pre svoje reklamy – Text je jediné, čo vaši potencionálni zákazníci vidia, preto sa uistite, že ich vaše texty zaujmú. Prípadne oslovte copywrittera, aby vám vytvoril text obsahujúci všetky zaručené postupy na oslovenie potencionálneho zákazníka.



- Použite vo svojich reklamách značku na vkladanie kľúčových slov

- Pre každú reklamnú skupinu použite konkrétne vstupné stránky - Prepojte svoje reklamy s najkonkrétnejšími vstupnými stránkami na svojom webe. V prípade potreby zvážte vytvorenie nových vstupných stránok.



- Nastavte štruktúru testovania reklám - Testovaním a optimalizáciou znenia reklamy môžete zistiť, ktoré znenie reklamy je pre ktorú reklamnú skupinu najlepšie. Začnite pridaním aspoň 2 kópií reklamy na reklamnú skupinu, aby ste mohli ihneď začať testovať



7. Upravte nastavenia kampane - Bohužiaľ, štandardné nastavenia Google Ads nie sú vždy najvhodnejšie na použitie vo vašich kampaniach. Pred spustením svojich kampaní ich skontrolujte

- Typ kampane nastavený iba na Vyhľadávacia sieť
- Zakázať google search partners – poskytujú nižší konverzný pomer, na začiatok kampane odporúčame vypnúť.
- Nastavte jazykové zacielenie – na jazyk svojich rekláma webových stránok
- Nastavte geografické zacielenie - Uistite sa, že nezacielujete na príliš malú oblasť, pretože objem vyhľadávania sa zníži. Ak chcete, aby sa vaša reklama zobrazovala vyššie na relevantnejších miestach, môžete nastaviť úpravy cenových ponúk podľa polohy.



8. Pridajte rozšírenia reklamy – zväčšite tak svoj priestor vo vyhľadávači, čo zvyšuje šancu zaujať. Využite napríklad rozšírenia o odkazy na podstránky, popisy užitočné pre vašu firmu. Rozšírenia majú pozitívny vplyv na skóre kvality vašich kampaní.



9. Nastavte sledovanie konverzií - Skvelá vec na PPC je, že môžete sledovať všetky svoje výsledky. Môžete vidieť, koľko zobrazení získavate, koľko kliknutí, aké sú vaše výdavky a koľko potenciálnych zákazníkov alebo predajov ste získali. Väčšina týchto údajov sa automaticky načítava do hlavného panela pri spustení kampaní. Sledovanie konverzií (potenciálnych zákazníkov/predaja atď.) je však niečo, čo si musíte nastaviť sami.

- Kód sledovania konverzií meria výsledok kampane Google Ads. Kód sledovania konverzií možno umiestniť na stránku s poďakovaním, ktorá sa zobrazí po dokončení konverzie.
- Google Analytics je bezplatný softvér od spoločnosti Google, ktorý meria štatistiky celej webovej stránky (teda nielen návštevníkov z AdWords).



10. Vyšperkujte publiká – na základe dát z Google Analytics môžete vytvárať špecifické publiká.



11. Remarketing – umiestite tag na webstránku, a zbierajte dáta o publiku, na ktoré môžete potom cieľiť relevantnú reklamu



## Tipy a triky Google Ads na záver:

- Priebežne optimalizujte
- Pozastavte kľúčové slová s vysokými nákladmi a bez konverzií
- Pozastavte kľúčové slová s nízkym skóre kvality
- Pozastavte kľúčové slová s nízkou mierou prekliknutia
- Pridajte ďalšie kľúčové slová
- Otestujte svoje texty reklám
- Používajte stratégie automatického ponúkania cien
- Sledujte svoje vyhľadávacie dopyty
- Inzerujte pod názvom svojej značky
- Používajte remarketingové zoznamov pre reklamy vo vyhľadávaní
- Vytvárajte a testujte vstupné stránky s vysokým počtom konverzií
- Prepojte svoj záznam v službe Moja firma na Googli so službou Google Ads