

Checklista Analiza i raportowanie wyników kampanii Google Ads

(Skorzystaj z naszej checklisty, aby nic nie przeoczyć.

Wydrukuj, sprawdź i odhacz każdy punkt, który masz wdrożony.)

Cel: Sprawdzić skuteczność kampanii, zidentyfikować elementy wymagające poprawy i wyciągnąć wnioski pozwalające zoptymalizować wydatki reklamowe oraz zwiększyć zwrot z inwestycji (ROI).

1. Sprawdzenie liczby kliknięć, wyświetleń i CTR

Status ☒ : ☐

Pytania:

- ✔ Ile razy reklama została wyświetlona i ile razy użytkownicy w nią kliknęli?
- ✔ Czy CTR (Click-Through Rate) jest zgodny z oczekiwaniami dla danej branży?

Sugestie:

- ✔ Porównuj CTR dla różnych grup reklam i typów reklam.
- ✔ Zidentyfikuj reklamy z niskim CTR i rozważ zmianę nagłówków, opisów lub CTA.

Notatki:

2. Analiza współczynnika konwersji i ROI

Status  : ☐

Pytania:

- ✔ Jaka część użytkowników wykonuje pożądaną akcję (zakup, zapis, kontakt)?
- ✔ Czy ROI kampanii jest dodatni?

Sugestie:

- ✔ Skoncentruj się na reklamach i słowach kluczowych, które generują najwięcej konwersji.
- ✔ Rozważ zmianę strategii licytacji, jeśli ROI jest niski.

Notatki:

3. Ocena kosztu pozyskania klienta (CAC)

Status  : ☐

Pytania:

- ✓ Ile kosztuje pozyskanie jednego klienta w danej kampanii?
- ✓ Czy CAC mieści się w założonym budżecie i prognozach rentowności?

Sugestie:

- ✓ Zwiększ skuteczność kampanii poprzez optymalizację słów kluczowych, reklam i stron docelowych.
- ✓ Usuń słowa kluczowe i reklamy generujące wysokie koszty bez konwersji.

Notatki:

4. Porównanie wyników między grupami reklam i kampaniami

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Które grupy reklam lub kampanie przynoszą najlepsze wyniki?
- ✔ Czy są grupy, które systematycznie osiągają gorsze efekty?

Sugestie:

- ✔ Przekieruj budżet z kampanii mniej skutecznych na te bardziej efektywne.
- ✔ Testuj różne komunikaty reklamowe w grupach o niskiej skuteczności.

Notatki:

5. Analiza skuteczności słów kluczowych i wykluczających

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Które słowa kluczowe generują konwersje, a które kliknięcia bez efektów?
- ✔ Czy lista słów wykluczających jest aktualna i wystarczająco szeroka?

Sugestie:

- ✔ Dodaj nowe słowa wykluczające, aby zmniejszyć koszt kliknięć nieprzynoszących efektów.
- ✔ Zwiększ stawki dla słów generujących największą liczbę konwersji.

Notatki:

6. Monitorowanie harmonogramu i lokalizacji wyświetleń

Status : ☐

Pytania:

- ✔ W jakich godzinach i lokalizacjach reklamy przynoszą najlepsze efekty?
- ✔ Czy budżet jest wydawany w nieefektywnych godzinach lub miejscach?

Sugestie:

- ✔ Dostosuj harmonogram wyświetleń reklam i geotargetowanie pod najbardziej skuteczne segmenty.
- ✔ Wyłącz wyświetlanie reklam w godzinach lub miejscach, które nie przynoszą konwersji.

Notatki:

7. Sprawdzenie wyników remarketingu i kampanii dynamicznych

Status : ☐

Pytania:

- ✓ Czy kampanie remarketingowe przypominają ofertę użytkownikom, którzy już odwiedzili stronę?
- ✓ Czy kampanie dynamiczne poprawiają sprzedaż lub konwersje w określonych produktach?

Sugestie:

- ✓ Segmentuj listy remarketingowe w zależności od działań użytkowników na stronie.
- ✓ Optymalizuj reklamy dynamiczne pod kątem najlepiej sprzedających się produktów.

Notatki:

8. Wnioski i rekomendacje do dalszej optymalizacji kampanii

Status : ☐

Pytania:

- ✓ Jakie zmiany przyniosłyby największy wzrost skuteczności?
- ✓ Jak zoptymalizować budżet i strategie licytacji w kolejnych miesiącach?

Sugestie:

- ✓ Sporządź raport z rekomendacjami dla kampanii, grup reklam i słów kluczowych.
- ✓ Wdrażaj zmiany etapami i monitoruj ich wpływ na wyniki.

Notatki: