

Checklista Przygotowanie kampanii Google Ads

(Skorzystaj z naszej checklisty, aby nic nie przeoczyć.

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

Cel: Idealna dla osób, które dopiero startują z reklamą

1. Wyznaczenie celu kampanii

Status ☒ : ☐

Pytania:

- ✔ Jaki jest główny cel kampanii? (sprzedaż, leady, ruch na stronie, świadomość marki)
- ✔ Jakie wskaźniki będą mierzyć sukces kampanii?

Sugestie:

- ✔ Ustal jeden główny cel na kampanię – łatwiej będzie ją optymalizować.
- ✔ Jeśli masz kilka celów, podziel kampanie na osobne grupy, np. jedna kampania na sprzedaż produktów, druga na pozyskiwanie leadów.

Notatki:

2. Określenie grupy docelowej

Status  : ☐

Pytania:

- ✔ Kto jest Twoim idealnym klientem?
(wiek, płeć, lokalizacja, zainteresowania)
- ✔ Czy Twoja oferta pasuje do potrzeb tej grupy?

Sugestie:

- ✔ Zdefiniuj grupy docelowe w Google Ads lub za pomocą list remarketingowych.
- ✔ Zastanów się, czy warto kierować reklamy lokalnie (miasto, region) czy globalnie.

Notatki:

3. Dobór słów kluczowych i fraz wykluczających

Status : ☐

Pytania:

- ✓ Jakie frazy najlepiej opisują Twój produkt/usługę?
- ✓ Czy istnieją słowa, które mogą przyciągać niechciany ruch?

Sugestie:

- ✓ Wybieraj słowa kluczowe zgodnie z intencją użytkownika – dopasowanie do wyrażenia lub dokładne jest zwykle skuteczniejsze.
- ✓ Stwórz listę słów wykluczających, aby nie płacić za kliknięcia osób, które nie są zainteresowane ofertą.

Notatki:

4. Stworzenie struktury kampanii i grup reklam

Status  : ☐

Pytania:

- ✓ Czy kampania jest podzielona na grupy reklam odpowiadające produktom, usługom lub lokalizacjom?
- ✓ Czy każda grupa reklam ma spójne słowa kluczowe i treści reklam?

Sugestie:

- ✓ Segmentacja kampanii ułatwia analizę i optymalizację.
- ✓ Unikaj mieszania różnych produktów/usług w jednej grupie reklam – utrudnia to śledzenie wyników.

Notatki:

5. Przygotowanie atrakcyjnych nagłówków i opisów reklam

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy nagłówki przyciągają uwagę i jasno komunikują ofertę?
- ✔ Czy treść reklamy zawiera wezwanie do działania (CTA)?

Sugestie:

- ✔ Testuj różne warianty nagłówków i opisów (A/B testing).
- ✔ Reklama powinna odpowiadać na pytania i potrzeby odbiorcy.

Notatki:

6. Dopasowanie reklam do strony docelowej (landing page)

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy strona docelowa odpowiada treści reklamy?
- ✔ Czy strona jest szybka, responsywna i zawiera jasne CTA?

Sugestie:

- ✔ Kieruj ruch na dedykowane landing page, a nie na stronę główną.
- ✔ Upewnij się, że formularze i przyciski działają poprawnie na urządzeniach mobilnych.

Notatki:

7. Ustawienie harmonogramu wyświetleń i budżetu dziennego

Status : ☐

Pytania:

- ✓ W jakich godzinach Twoi klienci są najbardziej aktywni?
- ✓ Jaki dzienny budżet możesz przeznaczyć na kampanię?

Sugestie:

- ✓ Skorzystaj z geotargetowania i harmonogramu wyświetleń, aby nie przepalać budżetu w godzinach i miejscach o niskiej efektywności.
- ✓ Ustal realny dzienny budżet, który pozwoli kampanii działać stabilnie przez cały miesiąc.

Notatki:

8. Wdrożenie narzędzi analitycznych

Status : ☐

Pytania:

- ✓ Czy masz włączone śledzenie konwersji w Google Ads?
- ✓ Czy Google Analytics jest poprawnie połączone z kampanią?

Sugestie:

- ✓ Skonfiguruj konwersje (zakupy, formularze, połączenia telefoniczne), aby mierzyć skuteczność kampanii.
- ✓ Regularnie sprawdzaj raporty i analizuj dane, aby wiedzieć, które reklamy działają najlepiej.

Notatki: