

ТЕОРИЯ

Тема: Анализ и оптимизация на Google Ads кампании

1. Анализ на ефективността на Google Ads кампании

– Анализът на кампанията позволява да се оцени ефективността на рекламите и тяхното въздействие върху целевата аудитория. Резултатите помагат за идентифициране на силни и слаби страни.

- Основни показатели – CPC, CTR, CPA, ROAS
- Анализ на ключови думи
- Качество на рекламите (Quality Score)
- Поведение на потребителите след клик

2. Оптимизация на структурата и настройките на кампаниите

– Оптимизацията включва подобряване на таргетирането, рекламните групи, бюджетите и ключовите думи с цел по-добри резултати.

- Оптимизация на ключови думи
- Подобряване на рекламните текстове
- Настройки на таргетиране и аудитории
- Усъвършенстване на бюджет и офериране

3. Тестове, мониторинг и дългосрочна оптимизация

– Непрекъснатото наблюдение и експериментиране водят до устойчиво подобрене на резултатите и адаптиране към динамиката на пазара.

- A/B тестване
- Автоматизирани правила
- Мониторинг на ключови показатели
- Постоянна оптимизация

Изготвил: Цветелин Борисов