JORDIGITAL.

צ'קליסט להדפסה

צ'קליסט לקמפיין הראשון בגוגל אדס

ההגדרות שבודקים לפני שקמפיין החיפוש הראשון עולה ובשבועיים שאחריו.

לפני שפותחים חשבון

- [ ] דף נחיתה שמדבר על השירות שחיפשו, עם טלפון וטופס קצר
- [ ] הוחלט מה נחשב המרה: טופס, שיחה, רכישה או הודעת וואטסאפ
- [ ] החשבון ואמצעי התשלום רשומים על שם העסק
- [ ] נבחרו ישראל, שעון ישראל ושקלים, כי את המטבע אי אפשר לשנות
- [ ] אימות המפרסם הושלם ו GA4 ו SEARCH CONSOLE מקושרים

מעקב המרות

- [ ] לכל פעולת המרה יש שם ברור בחשבון
- [ ] תג GOOGLE מותקן או שההמרות מיובאות מ GA4
- [ ] TAG ASSISTANT מראה שהאירוע נשלח כשממלאים את הטופס
- [ ] פנייה אמיתית נשלחה ונרשמה בחשבון
- [ ] בלידים נספרת המרה אחת לכל קליק ובחנות נשלח סכום ההזמנה

הגדרות הקמפיין

- [ ] קמפיין חיפוש עם רשת התצוגה כבויה
- [ ] מיקום: אנשים שנמצאים באזור או נמצאים בו בקביעות
- [ ] עברית ואנגלית מסומנות בהגדרת השפה
- [ ] כל קבוצת מודעות סביב שירות אחד, עם 5 עד 15 ביטויים
- [ ] התאמת ביטוי ומדויקת, עם רשימת מילות מפתח שליליות מוכנה
- [ ] אסטרטגיה ראשונה: הגדלת קליקים עם תקרה או הצעות ידניות

מודעות ונכסים

- [ ] עד 15 כותרות של 30 תווים ועד 4 תיאורים של 90 תווים
- [ ] כותרות עם השירות והאזור כמו שאנשים מחפשים
- [ ] כותרות עם יתרון אמיתי: זמן הגעה, אחריות או שעות פעילות
- [ ] קישורי אתר, נכס שיחה ונכס מיקום אם לקוחות מגיעים אליכם

בשבועיים הראשונים

- [ ] בודקים את דוח מונחי החיפוש ומוסיפים שליליות מהיום הראשון
- [ ] טופס ניסיון מופיע בחשבון כהמרה
- [ ] אין שינויים גדולים באסטרטגיה או בתקציב לפני שבועיים
- [ ] מסתכלים על עלות להמרה ולא רק על מחיר לקליק

אחרי שמצטברות כמה עשרות המרות אפשר לעבור לאסטרטגיה שמכוונת להמרות.