



Google Ads - Подготовка к запуску поисковой кампании - 1й этап

Сбор семантики

- Собраны все возможные варианты общей семантики
люди, интересующиеся вашими товарами или услугами
- проработана семантика на конкурентов
Если это целесообразно с точки зрения цены клика и т.д.
- Проработана семантика по собственному бренду
Если в этом есть потребность
- Проработана семантика по косвенному спросу

Группировка ключевых слов

- Каждая группа содержит только те ключи, которые логично вести на одну и ту же посадочную
Если в этом есть потребность
- Каждая группа содержит только те ключи, для которых актуален один и тот же посыл в объявлениях

Простановка типов соответствия

- Задаем себе вопрос - какие нерелевантные запросы могут подтянуться,

если я поставлю данный ключ в широком/фразовом?

- Оцениваем объем минус-слов, необходимый для качественной работы ключа при условии выбора данного типа соответствия.

Если видно, что предстоит слишком много работы (много минус-слов нужно подобрать) или же тематика конкурентная и нецелевые клики будут дорого стоить - то сужаем тип соответствия.

- Добавляем в каждую группу несколько типов соответствия (широкий, фразовый, точный)

Далее будем наблюдать за релевантностью объявления и ценой клика по разным ключам

Выстроение структуры кампаний

- Если после группировки видно, что категории семантики требуют отдельного наблюдения и/или бюджетирования, тогда выносим их в отдельную кампанию.

Написание объявлений

- Пишем объявления для каждой группы, основываясь на болях и потребностях человека, который вводит запрос.
- Создаем дополнительные ссылки
- Создаем уточнения
- Создаем номер телефона
- Создаем адрес
- Создаем Цены

Создаем структурированные описания

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?