

Metrici importante in Google Adwords

In lumea promovarii de tip PPC sunt multe metrice de care trebuie sa ti cont cand rulezi o campanie in Google Adwords. Un motiv principal pentru care promovarea de tip PPC a avut un impact atat de mare a fost faptul ca rezultatele sunt masurabile. Sunt diverse metrice de care sa tinem cont cand vine vremea sa masuram impactul campaniilor noastre de promovare de tip PPC.

Cu diverse aplicari ale acestor date – marketingul PPC este o oportunitate mare pentru multe afaceri prin care sa poata atraga oameni pe site. Marketingul digital ofera sales funnel precise si adte pe care marketingul traditional nu ne ofera.

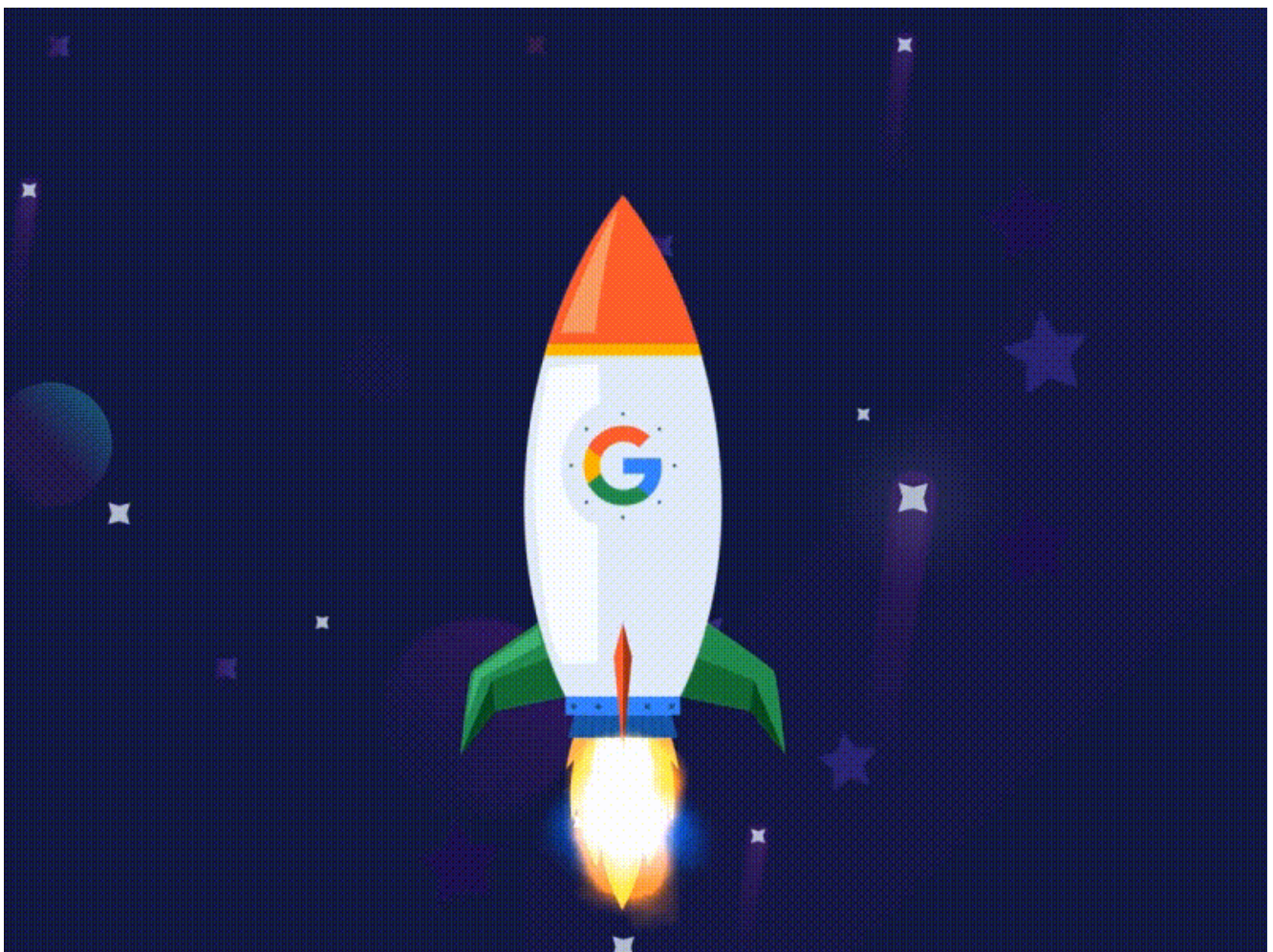
Putem vedea foarte usor numarul de views, click, bounce, conversii si alte multe metrice care ne permit sa facem tracking la actiunile anunturilor noastre.

In mare, lumea PPC se bazeaza foarte mult pe date. Dar unele date sunt mai importante decat altele. De indata ce incepi sa faci A/B testing si sa optimizezi campania pentru conversii, poti sa separi foarte usor metricile importante de cele neimportante.

Inainte de a incepe – trebuie sa

iti stii obiectivele

Daca esti nou in promovarea de tip PPC trebuie sa stii ca metricile de care sa ti cont trebuie sa fie in concordanta cu obiectivele de business. Pentru ca tu sa atingi succesul in online, trebuie sa stii ce indicatori de performanta sau KPI sa urmaresti si care sunt importanti pentru campania de Adwords.



Cum ne dam seama de metricile importante?

Hai sa nu ne gandim prea mult – metricile cele mai importante pentru campania de PPC sunt cele care afecteaza direct

compania ta si cash-flow-ul.

Promovarea de tip PPC produce rezultate tangibile pentru clienti – dar urmarirea unor numere pe desktop nu iti va aduce bani dar iti da o imagine reala a ceea ce se intampla cu campania ta.

Este foarte des intalnit faptul ca multe campanii de PPC irosesc bani uitanduse la metrici care nu au impact mare asupra veniturilor finale.

PE de alta parte, daca vrei sa stabilesti cele mai mai bune KPI si sa iti prioritizezi metricile pentru a face tracking trebuie sa depui efort.

Mai jos sunt 5 metrici foarte importante de care sa ti cont cand dezvolti o campanie de tip PPC.

1. ROI sau ROAS

Cea mai importanta metrica in Google Adwords este aceea care arata cati bani iti iasa din aceasta campanie. Faci bani din Adwords sau ii irosesti? Suna destul de simplu si este – pe buna dreptate. Sunt multe metode prin care poti realiza un audit de Adwords – noi chiar am scris un ghid complet pe aceasta tema. Daca de exemplu anunturile tale aduc oameni pe site dar nu genereaza vanzari – atunci inseamna ca ai o problema fie cu mesajul fie cu site-ul.

Similar, Return On Ad Spend sau ROAS – face tracking al rata dintre cat cheltui si veniturile generate de Adwords pentru diverse campanii -este foarte utilizata in ecommerce. Daca iti cresti veniturile din Adwords – de obicei prin CRO – poti creste si ROAS si sa te asiguri ca ai costuri mai mici decat veniturile.

Cand ROAS se focuseaza pe rate specifice de cheltuit asupra venitului, ROI calculeaza rata de return a investitiei pentru campania ta.

1. Cost pe sale / achizitie

O metrica foarte importanta de urmarit in Adwords este costul pe lead. Acesta este costul mediu pe care il platesti pentru o conversie, lead. Sunt multi factori care intra in componenta acestui cost precum – average keyword bid rate, scorul de calitate, CTR-ul.

Daca vrei sa stii cat cheltui per lead trebuie sa ai o suma maxima de care esti dispus sa te scapi pentru a genera un lead.

Asteptarile tale trebuie sa depinda de buget, de audienta, de site, si de oferta.

Cum sa reducem costul per achizitie – poti sa scapi de cuvintele cheie non performante, sa adaugi cuvinte cheie negative dupa care campania ta sa nu afiseze anunturile tale, si mai poti scadea suma maxima de licitat.

Tine minte ca ROI si CPA sunt metrice foarte importante in Google Adwords care trebuie sa fie urmarite constant. Ele sunt importante pentru ca vor afecta in mod direct venitul si bugetul de promovare.



1. Numarul de conversii

Este un numar care arata cate persoane au devenit clientii tai din numarul total de oameni care au ajuns pe site-ul tau. Daca acest numar este mare atunci campania ta de PPC are succes.

Chiar si o crestere modesta de volum de conversii poate sa aiba un impact major asupra rezultatelor campaniilor tale. Daca iti vei creste rata de conversie, cu siguranta va creste si ROI si in ultimul rand ROAS. Poti sa cresti numarul de conversii daca mentii o rata de CPA mica, daca generezi mai multe venituri si vei cheltui mai putin.

1. Costul per click

Precum volum de conversii, Costul Per Click este o metrica foarte importanta de care sa ti cont cand analizezi starea campaniei tale. Daca vei scadea costul per click cu siguranta poti atrage mai multi oameni pe site si sa creezi oportunitati pentru cresterea conversiilor. Cea mai buna metoda prin care sa controlezi modul in care Adwords cheltuie sumele de bani disponibile pentru click este sa controlezi sumele licitate la nivel de cuvinte cheie. Cuvintele cheie promoveaza produsele/serviciile tale.

1. Average order value

Este similara cu costul per vanzare- arata care este suma de bani pe care oamenii sunt dispusi sa o cheltuie pe site-ul tau.

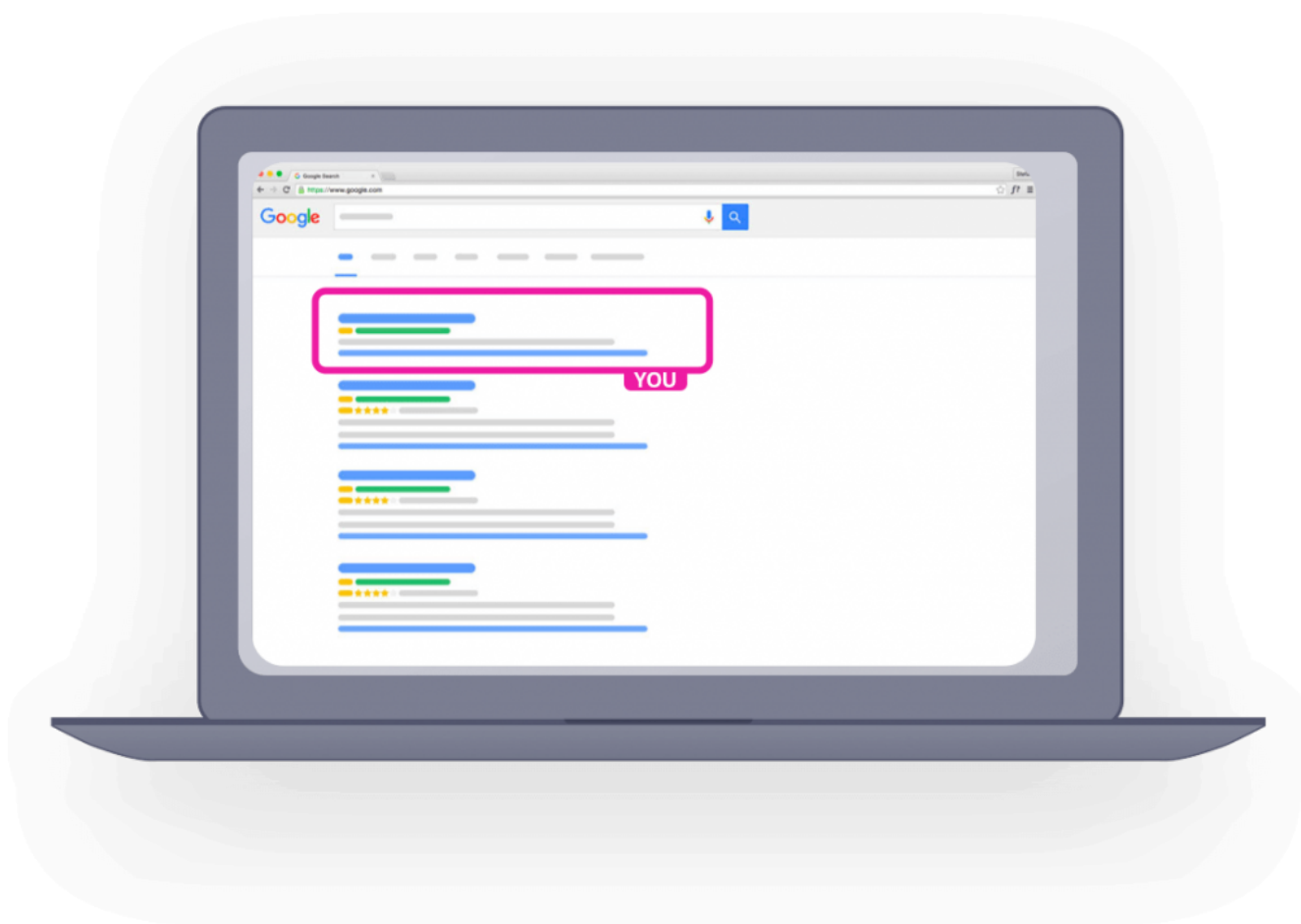
Daca un magazin vinde intr-o luna produse de 5000 ron, in 50 tranzactii – atunci AOV este de 100.

Este important sa monitorizezi aceasta metrica o data la 2 saptamani pentru ca iti da date despre cum cheltuie clientii tai. Pentru ca Average Order Value este legata direct de veniturile tale, este o metrica importanta de urmarit in campania ta de PPC si in monitorizarea performantei generale.

Este mult mai important sa cresti comanda medie decat sa cresti traficul pe site – pentru ca asa vei vedea o crestere de venituri si profit.

1. Scorul de calitate – este o metrica importanta la nivel de cuvinte cheie si anunturi si arata cat de bine se pliaza acestea pe site-ul tau.

Vezi in articolul alaturat cum poti creste scorul de calitate in Google Adwords pentru succesul campaniei tale.



CONCLUZIE METRICI DE URMARIT IN ADWORDS

In final, monitorizarea metricilor de tip PPC este importanta pentru ca iti arata care este starea actuala a campaniei tale si poti sa schimbi tehnicile si tacticile pentru a creste performanta anunturilor tale.

Citeste si articolul despre [Scorul de calitate in Adwords.](#)