Мини чек лист по оптимизации кампаний Гугл.

1. Проверять ROI по кампаниям, чтобы не работать в минус.
2. Использовать отслеживание конверсий и достигать увеличения числа и/или уменьшения стоимости конверсии.
3. Проверить поисковые запросы. Часть из них добавить в минус-слова, часть – в ключевые. Возможно, изменить тип соответствия отдельных ключей.
4. Выделять разноплановые ключи в отдельные группы объявлений.
5. С помощью анализа сайтов конкурента, своих продуктов и/или услуг, специальных сервисов добавлять новые ключевые слова.
6. Повышать показатели качества ключей с хорошим трафиком.
7. Проводить А/Б тестирование объявлений и выбирать лучшие.
8. Проводить эксперименты со ставками за клик.
9. Контролировать позиции ключей.
10. Оптимизировать кампании по географии: либо выделять на самые важные регионы отдельные кампании, либо вводить корректировки ставок в зависимости от региона.
11. Вводить корректировки в зависимости от дня недели и времени суток.
12. Контролировать возможную потерю трафика из-за ограничений бюджета.
13. Вводить корректировки в зависимости от типа устройства или делать отдельные кампании под мобильные устройства.
14. Анализировать эффективность расширений и изменять их при необходимости.
15. Рассматривать предложения центра оптимизации.
16. Устанавливать разумные ограничения бюджета для кампаний.