64 PUNKTY KONTROLNE

GOOGLE ADS & E-COMMERCE

Checklista audytu Google Ads & E-commerce

731 233 462
biuro@beeontop.com
beeontop.com

#1

	Zakres	Punkt	Opis
1	KONWERSJE	Konfiguracja konwersji	Czy konfiguracja konwersji na koncie jest poprawna?
2		Wartość konwersji	Czy do konwersji jest przypisana odpowiednia wartość?
3	STRUKTURA KAMPANII	Podział kampanii	Czy kampanie są rozdzielone na podstawie typów i kategorii?
4		Nazewnictwo	Czy nazewnictwo kampanii jest klarowne i umożliwia łatwe sortowanie oraz filtrowanie danych?
5	KAMPANIE PRODUKTOWE	Google Merchant Center	Czy produkty na koncie Google Merchant Center są zaakceptowane?
6		Struktura kampanii	Czy kampania posiada odpowiedni podział na grupy reklam?
7		Wykluczające słowa kluczowe	Czy dodane są wykluczające słowa kluczowe?
8	USTAWIENIA	Sieci	Czy kierowanie reklam nie zostało rozszerzone na sieć reklamową?
9		Rotacja reklam	Czy reklamy wyświetlane są na podstawie skuteczności czy naprzemiennie?
10		Urządzenia	Czy reklamy są kierowane na urządzenia, na których strona jest poprawnie wyświetlana? Czy zostały ustawione odpowiednie dostosowania stawek?
11		Lokalizacje	Czy reklamy są kierowane do odpowiednich lokalizacji?
12		Języki	Czy oprócz głównego języka został dodany również język angielski?
13		Harmonogram reklam	Czy został ustawiony harmonogram wyświetlania reklam?
14		Określanie stawek	Czy strategia ustalania stawek jest odpowiednia dla celu kampanii?
15		Budżet dzienny	Czy budżet dzienny jest ograniczony?
16		Odbiorcy	Czy nasze reklamy docierają do potencjalnie najlepszych odbiorców?
17	SŁOWA KLUCZOWE	Treść słów kluczowych	Czy słowa kluczowe nie są zbyt ogólne i czy nie obejmują tematycznie nieodpowiednich zapytań?
18		Dopasowanie słów kluczowych	Jakie rodzaje dopasowania słów kluczowych są stosowane w kampanii?
19		Wykluczające słowa kluczowe	Czy dodawane są wykluczające słowa kluczowe?
20		Liczba słów kluczowych w grupie reklam	Ile słów kluczowych zawiera każda z grup reklam?
21		Konflikty słów kluczowych	Czy na koncie występują konflikty słów kluczowych?
22		Stan słów kluczowych	Jaki jest stan słów kluczowych? Czy są one ograniczone?

Checklista audytu Google Ads & E-commerce

731 233 462
biuro@beeontop.com
beeontop.com

#2

	Zakres	Punkt	Opis
23	REKLAMY	Jakość i dopasowanie reklamy	Czy treść reklamy jest odpowiednio dopasowana do strony docelowej i słów kluczowych?
24		Stan reklam	Jaki jest stan reklam? Czy któreś z nich zostały odrzucone lub mają ograniczenia?
25		Stare wersje reklam	Czy na koncie nadal są stosowane stare typy reklam, których edycja nie jest już możliwa?
26		Ad strength (skuteczność reklamy)	Jakie są wyniki skuteczności reklamy?
27		Strona docelowa	Czy strona docelowa odpowiada treściom reklam i słowom kluczowym?
28		Rozszerzenia reklam	Czy w kampaniach dodane są rozszerzenia reklam?
29	SIEĆ REKLAMOWA	Aplikacje mobilne	Czy wykluczone są kategorie aplikacji mobilnych?
30		Tematy: gry	Czy wykluczone są tematy: gry?
31		Miejsca docelowe	Czy wykluczone są nieefektywne miejsca docelowe?
32		Listy remarketingowe	Czy reklamy są kierowane do prawidłowych użytkowników?
33		Kierowanie zoptymalizowane	Czy w kampanii remarketingowej kierowanie zoptymalizowane jest wyłączone?
34		Wykluczenia treści	Czy wykluczone są treści drażliwe?
35	PERFORMANCE MAX	Struktura kampanii	Czy kampania posiada podział na grupy komponentów?
36		Zasoby	Czy w kampanii są dodane odpowiednie zasoby i czy są wysokiej jakości?
37		Odbiorcy	Czy są utworzone sygnały odbiorców do kampanii performance max?
38		Aplikacje mobilne	Czy wykluczone jest kierowanie na aplikacje mobilne?
39	GOOGLE ANALYTICS	Konfiguracja konta	Czy konto Google Analytics jest poprawnie skonfigurowane?
40		Śledzenie e-commerce	Czy na koncie zostało skonfigurowane śledzenie e-commerce?
41		Wykluczenie stron odsyłających	Czy na koncie Google Analytics są wykluczone strony odsyłające?
42		Połączenie z kontem Google Ads	Czy konto Google Ads połączone jest z kontem Google Analytics?
43	AUTOMATY-ZACJA	Automatyczne stosowanie rekomendacji	Czy wyłączone jest automatyczne stosowanie rekomendacji?

Dodatkowo BEZPŁATNIE

sprawdzimy Twoją stronę WWW

Checklista audytu Google Ads & E-commerce

731 233 462
biuro@beeontop.com
beeontop.com

#3

		Punkt	Opis
44	STRONY PRODUKTÓW	Opisy	Czy produkty posiadają ustandaryzowane odpowiednio atrakcyjne opisy?
45		Opinie	Czy widoczne są opinie o produktach?
46		Zdjęcia	Czy zdjęcia są odpowiednio wysokiej jakości? Czy są obecne zdjęcia użytkowe/lifestylowe?
47		Informacje o darmowej dostawie	Czy jest widoczna na stronie produktu?
48		Czas realizacji	Czy jest widoczny na stronie produktu?
49		Czas dostawy	Czy jest widoczny na stronie produktu?
50	PARAMETRY STRONY	Szybkość	Czy strona ładuje się w odpowiednim czasie?
51		Mobile friendly	Czy strona działa poprawnie na ekranach urządzeń przenośnych?
52		Obecność CTA	Czy strona posiada czytelne i wyraźne wezwania do działania?
53		Czytelność	Czy układ treści jest czytelny i łatwy do przyswojenia?
54		Łatwe formy kontaktu	Czy dostępnych jest wiele wygodnych form kontaktu dopasowanych do klientów?
55		Czytelne informacje o promocjach	Czy informacje o promocjach są widoczne, jednocześnie nie przytłaczając i nie utrudniają korzystania ze sklepu?
56		Czytelne informacje o dostawach, zwrotach, opłatach, regulaminie i polityce prywatności	Czy najważniejsze informacje są łatwo dostępne?
57		Obecność newslettera	Czy klienci mogą zapisać się do newslettera?
58		Jakość grafiki	Czy zdjęcia i grafika na stronie nie jest rozpikselowana, lub czy nie jest nazbyt ciężka?
59	FUNKCJONALNOŚCI SKLEPU	Struktury kategorii produktowych	Czy podział kategorii produktowych jest klarowny i przyjazny dla klientów?
60		Dobra wyszukiwarka	Czy wyszukiwarka pozwala łatwo znaleźć produkty?
61		Metody płatności	Czy dostępne są różne metody płatności dostosowane do potrzeb klientów?
62		Koszyk i strona zamówienia	Ile występuje etapów koszyka oraz checkoutu, jak czytelne są najważniejsze informacje o zamówieniu?
63		Wygodne filtry i sortowanie	Czy przeglądanie i filtrowanie produktów jest ułatwione dzięki dobrze działającym filtrom i opcjom sortowania?
64		Produkty pokrewne /dodatkowe	Czy proponowane są produkty dodatkowe?