



Google Adwords Optimalisering Sjekkliste

- 1) Undersøk og formuler nummer et uløst behov i markedet ditt.
- 2) Grupper søkeord i smale siloer, basert på søkeordsmatch, ikke bare emnespesifikk, men kanskje også entall vs. flertall, kurs vs. opplæring osv. (Iterér)
- 3) Sett av 20 % tid på å utvide på områder, du ikke har prøvd deg på, men fokuser alltid 80 % av tiden på de beste 20 % av søkeordene. (Iterér)
- 4) Splitt-test annonsetekster, uten hensyn. Fjern de dårligste og prøv med kombinasjoner av de som virker. Prøv gjerne inkrementelle endringer for å øke med mer enn bare et par prosentpoeng. (Iterér)
- 5) Fortsett å sjekke søkeordsdetaljer for å legge til negative søkeord og gode søkeord. Finn gjerne på flere negative søkeord og legg dem i biblioteket konstant. - iterasjon
- 6) Gjør hva du kan får å holde en høy kvalitetscore. Kvalitetspoeng under 5 bør alltid legges i nye grupper - eller slettes. (Iterér)
- 7) Lag flere målrettede landingssider som rettes mot både annonser og søkeord.
- 8) Del opp dine kampanjer i enda mindre geografiske målområder. Benytt lokale uttrykk og termer sammen med stedsnavn i søkeord, annonsetekster og på landingssider. (Iterér)
- 9) Skill søk fra display annonsering og lag tilpassede kampanjer og annonsegrupper bare for displaynettverket. (ved lav etterspørsel og når visningsandelen i søk er på 100 %). Display kan skape etterspørsel og bygge merkevare.
- 10) Sørg for å sette opp og kontrollere konverteringssporing på alle typer av mål.

Opprett rapport og følg med på <https://ppc.wordstream.com/grader>