



# **Ghidul Începătorului**

## **pentru Campanii Google Ads de Succes**

---

Întrebarea nu este dacă vă promovați sau nu business-ul folosind Google Ads, ci cât de bine o faceți.

# Să facem cunoștință!

FivePlus® Solutions este o companie privată, formată din specialiști cu o experiență de peste 15 ani în implementarea soluțiilor de Intranet/Internet, precum și în conturarea celor mai eficiente strategii de e-marketing / marketing online. Peste 7 ani de experiență în proiecte Google Ads.

Analizăm cerințele, înțelegem nevoile, generăm soluția optimă, acordăm suport tehnic și de business pentru a asigura o colaborare de succes, pe termen lung. Suntem în permanentă dezvoltare, inovare și testare. Ținem sub control procesele interne prin standardul ISO 9001:2008, fiind orientați către creșterea satisfacției clienților. Conturăm strategii de promovare eficiente care vor îmbunătăți nu doar site-ul, ci și ROI-ul oricărei afaceri online.

Dacă aveți nevoie de servicii web, FivePlus® Solutions vă poate oferi exact ceea ce aveți nevoie: profesionalism, promptitudine, servicii cu rezultate garantate, siguranță și exclusivitate.

Prin serviciul SEMSphere, FivePlus® Solutions, agenție de marketing online, are grijă de viitorul online al afacerilor dumneavoastră.

Experiența acumulată în domeniul e-marketing ne permite să lucrăm la standarde înalte de performanță.



# De ce acest e-book?

În ultimii ani, Internetul a câștigat tot mai mult teren în fața mediilor tradiționale de promovare precum radioul, presa scrisă sau televiziunea. Astfel, brandurile au trebuit să se adapteze și să migreze în mediul online. Cum platformele utilizate și strategiile online nu sunt întotdeauna intuitive, am decis să dăm naștere acestui e-book.

Ghidul Începătorului pentru Campanii Google Ads de Succes se adresează în special antreprenorilor, deținătorilor de afaceri mici și mijlocii care doresc să valorifice publicitatea online pentru a crește notorietatea și rentabilitatea afacerii pe care o administrează.

# Ce veți învăța?

Subiectele pe care le vom aborda în acest e-book sunt următoarele:

1. **Beneficiile Promovării prin Google Ads**
2. **Unde și Când vor apărea anunțurile promovate**
3. **Care sunt Costurile Publicității prin Google Ads**
4. **Stabilirea Obiectivelor Promovării Online**
5. **Cum să alegi Tipul Potrivit de Campanie**
6. **Structura unei Campanii Google Ads de Succes**
7. **Redactarea de Anunțuri care Convertesc**
8. **Măsurarea Metricilor Relevante**
9. **Concluzii**
10. **Glosar de termeni de specialitate**

# 1. Beneficiile Promovării prin Google Ads

## 1. Plățiți numai pentru rezultate

Cu Google Ads plățiți doar atunci când un utilizator dă click pe anunțul sau bannerul dumneavoastră. Dacă nu primiți vizite, nu veți fi taxat pentru anunțurile afișate.

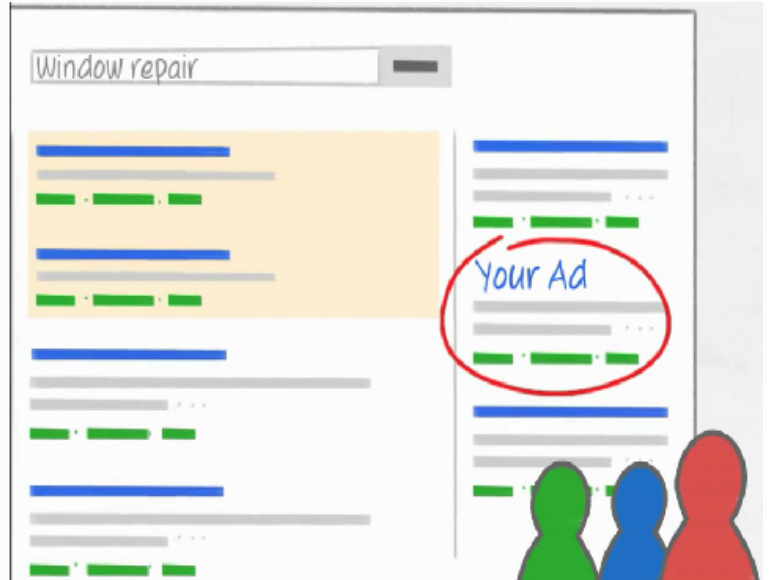
## 2. Atrageți mai mulți clienți

Google Ads vă permite să ajungeți la utilizatori indiferent de locul în care se află. Oricine este interesat de produsele sau serviciile pe care le comercializați poate fi targetat de campania dvs.

## 3. Utilizatorii potriviți la momentul potrivit

Afacerea dvs. este găsită de utilizatorii Google chiar atunci când aceștia caută produsele sau serviciile pe care le oferiți.





## 4. Ușor de Măsurat

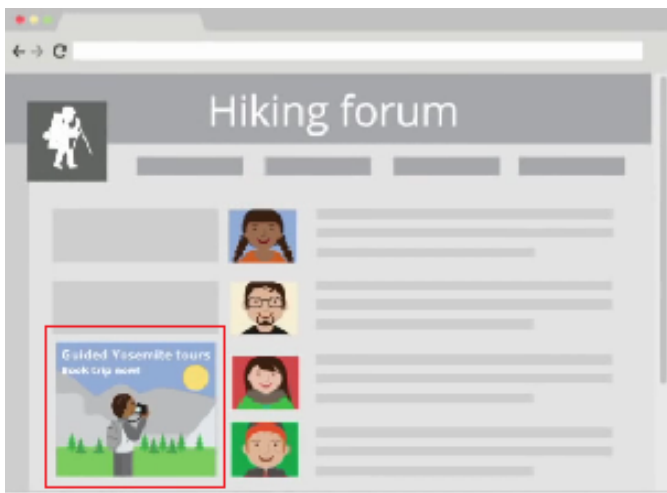
Beneficiul principal al publicității online este că puteți măsura orice rezultat. Puteți analiza câte persoane au văzut reclamele dumneavoastră, câte dintre ele au dat click și câte au întreprins o acțiune valoroasă pentru business-ul dumneavoastră, ca de exemplu o achiziție, completare de formular, etc.

## 2. Unde și când vor apărea anunțurile promovate

Cu ajutorul programului Google Ads, anunțurile dvs. se pot afișa fie în rețeaua de căutare Google, fie în rețeaua de display, fie în amândouă.

În rețeaua de căutare anunțurile text se vor afișa deasupra rezultatelor căutării Google. Rețeaua de căutare include și alte site-uri de căutare Google, cum este Google Maps, dar și sute de site-uri de căutare partenere non-Google care afișează anunțuri Google Ads care s-au potrivit rezultatelor căutării.

Rețeaua de display Google include un set de site-uri Google, de exemplu Youtube, site-uri partenere și aplicații mobile care afișează anunțuri Google Ads asociate conținutului unei anumite pagini.



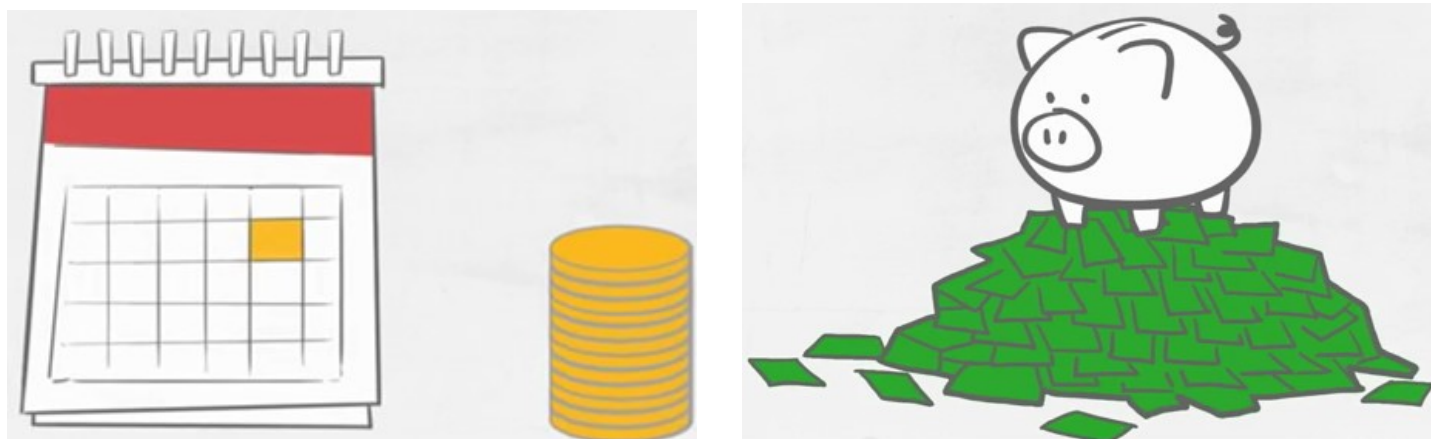
În rețeaua de căutare anunțurile se vor afișa de fiecare dată când un utilizator face o căutare relevantă pentru afacerea dumnevoastră.

De exemplu, dacă un internaut caută "mănuși de iarnă cu blăniță", iar magazinul online pe care îl dețineți vinde astfel de produse, atunci reclama se va afișa pentru respectiva căutare.

În rețeaua de display anunțurile pot apărea pe anumite site-uri ori în anumite destinații de plasare alese de dvs. în funcție de metodele de direcționare pe care le selectați, cum ar fi cuvinte cheie, segmente de public și tematica.



# 3. Costurile de Publicitate prin Google Ads



Google Ads oferă control sporit asupra costurilor publicitare. Nu există o sumă minimă care trebuie cheltuită. În schimb, este setat un buget zilnic mediu.

Pentru a obține maximum de rezultate pentru banii investiți este recomandat să externalizați serviciile către un specialist care va alege o strategie de licitare potrivită pentru obiectivele dumneavoastră și va optimiza constant campania după analiza datelor.

# 4. Stabilirea Obiectivelor Promovării Online

Google a clasificat obiectivele campaniilor Google Ads în 4 categorii principale:

1. Creșterea notorietății – mesajele ajung la utilizatori care nu au auzit de dvs. până acum sau care vă cunosc prea puțin.
2. Influențarea deciziei de cumpărare – atingeți oamenii care caută un anumit produs, dar nu au luat încă decizia finală.
3. Aducerea de acțiuni sau vânzări – dezvoltăți-vă afacerea și obțineți un profit mai mare prin atingerea cumpărătorilor interesați.
4. Creșterea loialității – fructifică relația cu clienții sau subscriberii deja existenți oferindu-le mai multe beneficii.

Astfel, înainte de a investi într-o campanie este necesar să stabiliți exact obiectivele, care uneori pot fi în contradicție: notorietate, trafic, conversii, etc. În acest mod, un specialist Google Ads va ști ce trebuie optimizat pentru a atinge respectivele obiective.

# 5. Cum să alegi tipul potrivit de campanie

Tipul de campanie determină locurile unde sunt afișate reclame și în ce format: text, bannere, video, etc.

## 1. Campaniile în motorul de căutare (Campanii de Search)

Apar în Google și în site-urile din rețeaua sa de căutare. Acest tip de campanie funcționează conectând cuvintele cheie din Google Ads cu căutările făcute de utilizatori și anunțurile text relevante pentru respectivele căutări.

## 2. Campaniile de Display

Folosind Campaniile de Display anunțurile se vor afișa în rețeaua de Display Google. Acest tip de campanie conectează reclame - care includ anunțuri text, imagini, rich media și reclame video - cu website-uri și alte destinații, precum Youtube și aplicații mobile, cu conținutul asociat targetările dvs.

# 6. Structura unei Campanii Google Ads de Succes

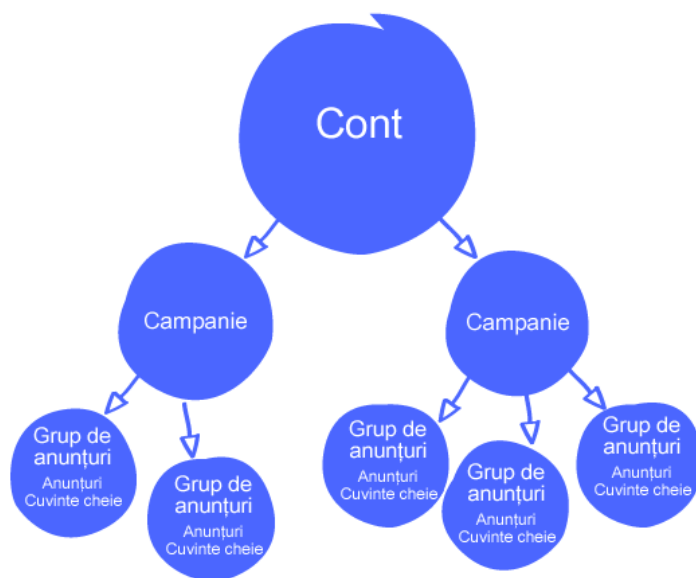
Înainte de a concepe prima campanie, trebuie să înțelegeți cum este structurat Google Ads. Un cont bine organizat ajută la crearea campaniilor eficiente și atingerea obiectivelor de marketing.

Google Ads este organizat în 3 straturi: cont, campanie și grupuri de reclame. **Contul** este asociat cu adresă de mail, parolă și date de facturare unice. **Campaniile** din cont au propriul buget și setări care determină unde vor fi afișate reclamele. Fiecare **grup de reclame** conține un set de anunțuri similare și cuvinte cheie care atrag reclamele pe care doriți să le afișați.

Fiecare campanie trebuie să se concentreze pe un singur obiectiv de business precum atragere de click-uri pe site, creșterea notorietății brandului sau creșterea conversiilor.

Dacă sunteți interesați de lansarea unei campanii de anunțuri sponsorizate pentru business-ul dumneavoastră puteți accesa [www.semsphere.ro](http://www.semsphere.ro) sau trimite o solicitare către [office@semsphere.ro](mailto:office@semsphere.ro) pentru a intra în legătură cu unul dintre consultanții Fiveplus, certificați pe platforma Google Ads.

O abordare eficientă este să organizați campaniile astfel încât să reflecte structura website-ului, fapt care vă permite să creați campanii în jurul unor teme și categorii de produse specifice.



Similar cu structura campaniilor, este recomandat să creați grupuri de anunțuri care sunt bazate pe secțiuni și categorii din site.

Creați seturi de reclame și cuvinte cheie cu temă similară, pentru a vă îmbunătăți scorul de calitate și pentru a crește rentabilitatea investiției.

# 7. Redactarea de Anunțuri care aduc Conversii

Specialiștii PPC au trucurile lor când vine vorba de redactarea anunțurilor text.

Pentru a obține o rată de click cât mai ridicată, urmăriți recomandările de mai jos:

- ✓ Folosiți cuvinte cheie în textul reclamei
- ✓ Folosiți îndemnuri la acțiune
- ✓ Testați mai multe tipuri de reclame
- ✓ Scoateți în evidență beneficiul pentru consumator
- ✓ Includeți promoții și exclusivități
- ✓ Profitați de extensiile de anunțuri
- ✓ Selectați o pagină de destinație relevantă

# 8. Măsurarea metricilor relevante

După ce ați setat campaniile, este timpul să măsurați performanța acestora. Analizele se pot face la nivel de cont, campanie și grup de anunțuri folosind diversele date și rapoarte disponibile în Google Ads. Top cele mai importante metrice pentru a măsura succesul în Google Ads sunt:

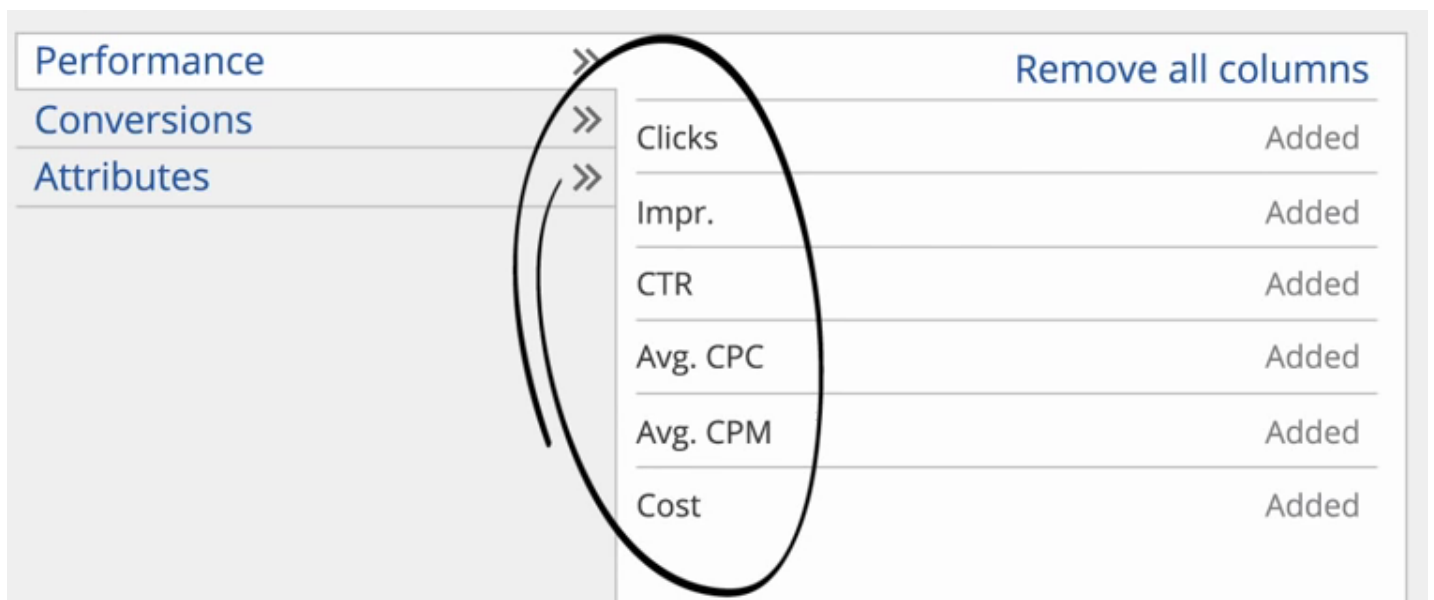
## 1. Scorul de Calitate

Scorul de calitate este modalitatea prin care Google măsoară relevanța cuvintelor cheie față de textul reclamei și pagina de destinație. Este folosit pentru a se asigura că utilizatorii văd reclame relevante și au o experiență pozitivă.

Totodată, scorul de calitate determină poziția pe care se afișează anunțurile și determină costul pe care îl plătiți pe click. Cu cât scorul de calitate este mai mare, cu atât plătiți mai puțin.

Aveți nevoie de consiliere suplimentară sau doriți mai multe informații? Accesând [www.semsphere.ro](http://www.semsphere.ro) găsiți articole ce tratează subiecte legate de publicitatea prin Google Ads și FaceBook ADS.

Pentru discuții puteți să intrați în legătură cu unul dintre consultanții FivePlus prin formularele web.



Performance	Remove all columns
Conversions	Clicks Added
Attributes	Impr. Added
	CTR Added
	Avg. CPC Added
	Avg. CPM Added
	Cost Added

## 2. Rata de click

Rata de click una dintre metricile căreia i se acordă cea mai mare atenție în analiza unui cont Google Ads. În primul rând, CTR-ul este unul dintre factorii cu pondere importantă în stabilirea scorului de calitate. În plus, reprezintă un indicator al relevanței anunțurilor.

## 3. Rata de Conversie

Rata de conversie indică numărul de persoane care au îndeplinit acțiunea dorită în pagina de destinație din totalul celor care au dat click, fie că este vorba despre cumpărarea unui produs, completarea unui formular sau descărcarea unei broșuri gratuite.

Nu vrei să plătești pentru tone de click-uri și trafic dacă cel puțin o parte nu se transformă în acțiuni valoroase. O rata de conversie bună înseamnă că banii plătiți per click se întorc la dvs. sub formă de conversii.



## 4. Rentabilitatea Totală a Investiției

Este una dintre cele mai importante cifre la nivel de cont și reprezintă o evaluare importantă în ce privește rentabilitatea finală a canalului PPC.

Dacă pentru a câștiga un client văcostă mai mult decât valoarea pe care clientul o aduce afacerii dvs, atunci campania s-ar putea să necesite revizuire.

## 5. Procentajul de afișări

Acest procent se referă la numărul de afișări pe care le-ați înregistrat în Rețeaua de căutare împărțit la numărul estimat de afișări pe care ați fost eligibil să le înregistrați și oferă o înțelegere foarte bună privitoare la oportunitățile de optimizare a campaniilor. Procentul de afișări nu va fi niciodată 100%, ceea ce în general este oricum bine pentru că nu trebuie să cheltuiți bugetul pe clickuri irelevante.

# 9. Concluzii

Idei de reținut:

1. Românii petrec tot mai mult timp online. Internetul câștigă teren în fața mijloacelor clasice de promovare.
2. Cu Google Ads atingeți doar utilizatorii care au arătat interes față de produsele/serviciile pe care le comercializați și puteți măsura cu ușurință rezultatele.
3. Tipurile de campanii sunt foarte diverse: de la cele de tip text, imagini statice și animate până la videoclipuri și alte media interactive.
4. Plătiți doar atunci când un utilizator dă click pe anunțul sau bannerul dumneavoastră.
5. În cazul reclamelor video sunteți taxat doar atunci când utilizatorii vizionează 30 de secunde sau tot videoclipul încărcat.
6. Fiecare campanie trebuie să se concentreze pe un singur obiectiv de business.

7. Grupurile de anunțuri trebuie grupate pe categorii de produse din site și tematici similare.
8. Pentru o rată de click bună, folosiți cuvinte cheie și îndemnuri la acțiune în textul reclamei. În plus, nu uitați să includeți beneficii și exclusivități.
9. Analizați datele înregistrate. Principalele statistici de care trebuie să țineți cont în analiza performanței sunt scorul de calitate, rata de click, rata de conversie, rentabilitatea totală a investiției, procentajul de afișări.
10. Chiar dacă pare că veți economisi mai mult dacă vă administrați campaniile in-house, pe termen lung se dovedește mai profitabil să lucrați cu o agenție specializată, cu expertiză în domeniul digitalului.

Dacă doriți să citiți mai multe despre optimizarea de [campanii Google Ads](#) puteți accesa articolele de pe site-ul [SEMSphere.ro](http://SEMSphere.ro) sau [ne puteți contacta](#) pentru asistență specializată.

## 10. Glosar de termeni de specialitate

Cuvinte Cheie	Cuvinte sau grupuri de cuvinte care descriu produsele/serviciile și care determină căutarea pentru care se afișează reclamele
Conversie	Are loc de fiecare dată când un utilizator îndeplinește o acțiune definită ca fiind valoroasă, de exemplu: achiziție online, completare formular, etc
Scor de calitate	O estimare a calității anunțurilor, cuvintelor cheie și paginii de destinație notate cu un număr de la 1 la 10.
Call to Action (CTA)	Mesaj care îi îndeamnă pe utilizatori la acțiune. De exemplu: Comandă Acum!
Pagină de Aterizare (LP)	Pagină pe care ajung utilizatorii după ce dau click pe o reclamă
Rată de Click (CTR)	Numărul total de click-uri împărțit la număr de vizualizări per reclamă
Rată de Conversie (CR)	Numărul total de conversii împărțit la număr de click-uri per reclamă
Cost per Click (CPC)	Costul total împărțit la numărul de click-uri per reclamă
Cost per Vizualizări (CPM)	Costul total împărțit la numărul de vizualizări per reclamă, înmulțit cu 1000
Cost per Achiziție(CPA)	Costul total împărțit la numărul de conversii per reclamă
Pay per Click (PPC)	Plătești Pentru Click - Are același înțeles ca CPC
Pay per Acquisition (PPA)	Plătești Pentru Achiziție - Are același înțeles ca CPA

**Vă mulțumim**

**Aveti un proiect online?**

**Echipea noastră va sta la dispoziție**

**Alexandru GINGAȘU**  
**Key Account Manager**



**Str. Popa Savu nr. 44, Sector 1, 011434 București, ROMANIA**  
tel. **031 805.42.55, 031 805.42.56**  
mobil **0758 237.025**  
fax **021 222.45.62**  
web **[www.semsphere.ro](http://www.semsphere.ro)**



**Adrian FICKER**  
**Key Account Manager**



**Str. Popa Savu nr. 44, Sector 1, 011434 București, ROMANIA**  
tel. **031 805.42.55, 031 805.42.56**  
mobil **0758 237.025**  
fax **021 222.45.62**  
web **[www.semsphere.ro](http://www.semsphere.ro)**



**Alin NIȚĂ**  
**Key Account Manager**



**Str. Popa Savu nr. 44, Sector 1, 011434 București, ROMANIA**  
tel. **031 805.42.55, 031 805.42.56**  
mobil **0758 237.025**  
fax **021 222.45.62**  
web **[www.semsphere.ro](http://www.semsphere.ro)**

