

Havi online marketing kivitelezési pontok

Induláskor közvetlen megcsináljuk:

- Elvégzünk egy célközönség kutatást és konkurens auditot, majd ezek alapján építjük fel a hirdetési rendszert, így a potenciális ember azzal a hirdetéssel találkozik, ami számára megnyerő.
- Hirdetési fiókok teljes átnézése.
- A két fél Google Ads, Google Analytics, Facebook oldal, Facebook hirdetési fiók, Instagram oldal és YouTube oldal (ha van minőségi videó, melyet hirdethetünk) adminisztrációs összekötésének elemzése, ellenőrzése.
- Az hirdetési fiókok összes jelenlegi beállításainak felülvizsgálata, azok javítása.
- Kampányok és hirdetéscsoportok létrehozása, meglévők javítása (bármilyen kampánytípus).
- Kulcsszó kutatás és az új, releváns kulcsszavak beállítása.
- Hirdetésszövegek felülvizsgálata, új szövegek megírása.
- Képes hirdetések létrehozása (grafikai elemeket is elkészítjük – ha lesz).
- Hirdetésbővítmények létrehozása.
- Konverzió mérések beállítása, tesztelése.
- Remarketing kihasználása keresztmarketing szinten is (amikor pl. Facebook-on találkozik a hirdetéssel és Google-ben hirdetünk neki).
- Földrajzi célzás beállítása (egyedi hirdetés az adott megyében és városban).
- Hirdetés ütemezés beállítása (melyik napon és hány órakor fussanak a hirdetések).
- Eszköz típus beállítása (megjelenjen-e mobilon, tableten, asztali gépen).
- Demográfiai célzás beállítása (kinek jelenjen meg a hirdetés: férfi-nő, hány éves).
- Finombeállítások a fentiekhez kapcsolódóan.

Miután felállt a hirdetési rendszer:

- Hirdetések folyamatos optimalizálása.
- Nem megfelelő kulcsszavak kizárása.
- Új kampányok indítása.
- Új hirdetési formátumok beállítása.
- Új hirdetési platformok bevonása (Google Ads: Display hálózat (képes és szöveges), YouTube, Gmail, HTML5 – ha tudjuk).
- Google AdWords-ben CTA kulcsszavakra való hirdetés.



- Remarketing listák készítése, 30 és/vagy 60 napos közönségekkel.
- Remarketing hirdetések készítése a Google Ads-be jövő látogatóknak.
- Facebook Cold Traffic-es hirdetések készítése.
- A/B tesztek a célközönségnek.
- Facebook Cold Traffic Remarketing hirdetések indítása látogatóknak.
- Pénztár, kosárelhagyás, vagy űrlapelhagyás hirdetési rendszerének felállítása.
- Ha van Facebook lájkolói tábornak való hirdetés.
- További konverzióemelés érdekében megvizsgáljuk az alábbi kérdésköröket:
 - Mennyi időt töltöttek az emberek a weboldalon, valóban érdeklődők, kik az érdeklődők?
 - Megnézzük, hogy nem-e olyan ajánlatkérési, kapcsolatfélévételi vagy fizetési metódusa van a weboldalnak, ami az embereknek diszonzans.
 - Megnézzük, hogy nem-e az ajánlatkérési, kapcsolatfélévételi vagy fizetés folyamatban van a konverzióvesztés.
 - További látogatói utak megvizsgálása, hol „vesznek el” látogatók, vagy konverzió.
 - Technikai dolgokkal van-e probléma.
 - Ajánlat átnézése, lehetne-e vonzóbb vagy jobb.
 - Sales szöveg átnézése, optimalizálása 19 marketing pszichológiai faktor alapján.
- Facebook Messenger-es hirdetések futtatása.
- Rendszer optimalizálás.
- A meglévő sales út javítása, optimalizálása. (Pl.: ha megy évfordulósoknak egy kampány, akkor azokat elemekre bontjuk, hogy külön kampány menjen a 30 napon belüli évfordulósoknak és a 31-60 napon belülieknek, vagy nemek szerint bontjuk kettő kampányra a hirdetéseket).
- Megvizsgáljuk, hol tudunk még további Remarketing hirdetéseket készíteni. További Remarketing technikákat alkalmazni: Google Ads-ből jövő forgalom Remarketingje, specifikusabb Remarketing folyamatok, egyéb (más kipróbáltakon felüli) kuponkódos Remarketing, stb.