

# NIVIDES CHECKLISTA FÖR GOOGLE ADS



## STRUKTUR

- Finns det en tydlig tanke bakom strukturen i kontot? Är kontot exempelvis uppdelat i kampanjer utifrån olika produktkategorier eller finns en annan struktur, exempelvis utifrån geografisk placering?
- Är sökorden grupperade i olika annonsgrupper för att kunna anpassa annonstext och landningssida?
- Finns det en strategi bakom vilka kampanjtyper (sök, display, Performance Max, YouTube etc.) som vi använder i kontot?
- Undviker vi att använda kombinerade sök- och displaykampanjer i kontot?

## SÖKORD

- Finns det negativa sökord tillagda i kontot? Läger vi eller vår byrå regelbundet till nya negativa sökord?
- Finns det sökord med dåligt kvalitetsresultat (<5) som behöver åtgärdas eller tas bort från kontot.
- Förstår vi exakt vad kunderna letar efter och vad de förväntar sig för typ av innehåll när de använder de sökord som är inlagda i kontot? Förstår vi intentionen bakom sökordet?  
Har vi koll på vilka informativa sökord som vi köper och säkerställer att vi länkar annonserna till innehåll där kunden får svar på sina frågor istället för att länka till våra produkter eller tjänster?
- Vilken matchningstyp använder sökorden? Finns det sökord som använder bred matchning eller frasmatchning som triggar visningar på många irrelevanta söktermer?

## INSTÄLLNINGAR

- Har vi reviderat alternativen under "Tillämpa automatiskt" och aktivt valt vilka tillämpningar som Google Ads får göra automatiskt?
- Är konverteringssparning implementerat i kontot för de huvudsakliga mål som vi vill att kunden genomför på vår webbplats (exempelvis antal köp eller förfrågningar)?
- Har vi implementerat spårning för s.k. mikrokonverteringar som kan ge oss ytterligare förståelse för hur annonseringen påverkar våra målsättningar positivt?

## ANNONSER OCH TILLGÅNGAR

- Har samtliga annonser annonsstyrka Bra eller Utmärkt?
- Har vi lagt till relevanta annonstillgångar till respektive annonsgrupp?
- Har vi försäkrat oss om att vi inte lagt till annonstillgångar på kampanjnivå som inte ska visas på samtliga annonsgrupper i kampanjen?
- Använder vi sökordet som vi köper i annonsgruppen i minst en rubrik?
- Leder annonsen till en så relevant landningssida som möjligt utifrån vad användaren letar efter?