



Google Ads -opas

s a n o m a

Aina tulee sanomista.

Onko Google Ads -kampanjasi kunnossa?

10 vinkkiä, joilla varmistat, ettet maksa turhasta ja tavoitat potentiaaliset asiakkaasi

Google Ads -hakukonemainonta on oikein toteutettuna yksi verkkomainonnan tehokkaimmista kanavista. Hakukonemainonnalla yritys tavoittaa ne ihmiset, jotka ovat jo päättäneet ostaa, mutta eivät vielä tiedä mistä ostaisivat.

Tavoitatko sinä potentiaaliset asiakkaasi, jotka ovat valmiita tarjouspyynnön tekemiseen, ajanvaraukseen tai ostopäätökseen?

Routa on Google Ads -mainonnan Premium Partner. Hakusanamainonnan suunnittelijamme ovat kokeneita ja Googlen sertifioidia ammattilaisia, jotka hoitavat tuhansien asiakkaidemme Googlemainontaa. Asiantuntijamme listasivat sinulle kymmenen tärkeintä asiaa, joiden avulla onnistut Google Ads -mainonnassasi.



1 Testaa erilaisia mainoksia

Hyödynnä koko mainostila tehokkaasti, jotta mainoksesi herättää kiinnostuksen hakutulossivulla kilpailijoiden joukossa. Vastaa hakijan tarpeeseen käyttämällä avainsanoja mainosteksteissä.

Mainosryhmää kohden on suositeltavaa tehdä 3-5 erilaista mainostekstiversiota sekä tavallisten tekstimainosten rinnalle responsiivinen hakumainos. Responsiiviseen hakumainokseen lisätään useampi otsikko- sekä kuvausrivi, joita yhdistelemällä Google testaa millainen viesti uppoaa kohderyhmäsi parhaiten.

2 Älä unohda mainoslaajennuksia

Lisätilaa mainoksellesi saat sopivien mainoslaajennusten avulla. Lisää kampanjaan esim. puhelinnumero, huomiotekstit, sivustolinkit ja sisältöpoimintalaajennus. Mikäli yrityksen käytössä on Google My Business-tili, voit synkronoida ajantasaiset osoitetiedot osaksi mainoslaajennuksia.

Mainoslaajennukset eivät kuitenkaan joka kerta näy mainoksen yhteydessä, mutta korkea sijoitus hakutulossivulla edesauttaa laajennusten näkymistä. Mainoslaajennukset antavat hakijalle lisää toimintamahdollisuuksia ja laajennuksilla voidaankin todistetusti nostaa mainoksen klikkausprosenttia. Haluammehan mahdollisimman monen potentiaalisen asiakkaan reagoivan mainokseen ja saapuvan kotisivuille tai vaikka soittavan suoraan mainoksesta.



3 Käytä (harkiten) tilin suosituksia

Google Ads-tilille muodostuu tilikohtaisia suosituksia, joiden tarkoitus on tarjota keinoja mainonnan tehostamiseksi. Suosituksia kannattaa seurata ja poimia niiden joukosta, milloinkin yrityksen mainonnalle sopivat. Kaikkia suosituksia ei kuitenkaan kannata ns. purematta niellä tai saatat ajautua esimerkiksi kasvattamaan tilisi kulutusta huomattavasti. Joten käytä harkintaa ottaessasi suosituksia käyttöön tai niitä hylätessä.

4 Näy silloin, kun se kannattaa

Onko mainosbudjetti liian pieni suhteessa hakujen määrään? Tuottaako mainontasi tehokkaimmin tuloksia esimerkiksi arkipäivinä eikä niinkään viikonloppuisin? Silloin voit rajata hakukampanjan näkymään vain arkisin, jolloin budjettia jää enemmän käytettäväksi näiden päivien ajalle. Voit myös muokata mainosten esitysaikataulun tiettyjen kellonaikojen ympärille tai korottaa hintatarjouksia tiettyinä aikoina.



5 Huomioi laitteiden erot

Seuraatko millä laitteilla hakuja tehdään eniten ja sitä, ovatko tulokset parempia mobiiliin vai deskarin puolella? Riittävätkö asettamasi hintatarjoukset hyvän mainospaikan saamiseen tai olisiko tarvetta korottaa hintatarjousta esim. mobiililaitteilla? Varmista mainosten hyvä näkyvyys varsinkin laiteluokassa, jota kohderyhmäsi useimmiten käyttää päätösten teossa.

6 Hyödynnä hakutermiraporttia

Hakutermiraportin avulla näet todelliset hakutermi- ja lausekkeet, mitkä ovat useimmiten johtaneet mainoksen klikkaukseen. Hakutermiraportista voit saada ideoita uusiin tehokkaisiin avainsanoihin. Osana mainonnan optimointia hakutermiraportti kannattaa tarkistaa säännöllisesti ja lisätä negatiivisiksi avainsanoiksi ne hakutermi, joilla et halua mainostaa. Turhista klikkauksista ei kannata maksaa!

Google on tehnyt raportointiin muutoksen syyskuussa 2020: hakutermiraportti sisältää vain sellaiset hakutermi, joita merkittävä määrä ihmisiä on käyttänyt. Raporteissa voi siis näkyä aiempaa vähemmän termejä.



7 Ole tarkka avainsanojesi hakutyypin kanssa

Avainsanojen hakutyyppejä on neljä: tarkka, ilmaus ja laaja haku sekä laajan haun muokkaus. Liian tarkka hakutyyppi tai harvinaiset avainsanat voivat rajata potentiaalisia asiakkaita kampanjasi ulottumattomiin. Liian laaja hakutyyppi puolestaan saattaa aiheuttaa mainostesi näkymisen epärelevanttien hakujen yhteydessä ja siten aiheuttaa kustannuksia turhista klikkauksista. Hakutermiraportti toimii hyvänä apuvälineenä, kun arvioidaan käytössä olleen hakutyypin sopivuutta.

8 Google Ads- ja Analytics-tilin linkitys

Linkittämällä Google Ads- ja Google Analytics-tilisi saat lisätietoa siitä mitä tapahtuu mainoksen klikkauksen jälkeen. Tekevätkö sivuille mainonnan kautta tulleet käyttäjät toivottuja asioita vai poistuuko suuri osa perävalot vilkkuen ennen, kuin sivustosi potentiaali on päässyt esiin. Kun tilit on linkitetty keskenään, voit seurata kampanjan performanssia myös Analytics-käyttöliittymän puolella. Google Ads-tilille voit linkityksen ansiosta tuoda lisätietoa kuten välitön poistumisprosentti ja sivulle mahdollisesti asetettujen tavoitteiden toteutumiset.

9 Hyödynnä myös muita mainosmuotoja

Google Display Network -verkoston avulla voit tavoittaa asiakkaita verkossa erilaisilla mainosmuodoilla vieläkin monipuolisemmin. Voit näkyä monilla eri verkkosivustoilla, mobiilisovelluksissa ja videosisällössä esim. YouTubessa. Googlen mainosverkostossa kohdeyleisöksi voi valita esimerkiksi käyttäjän verkkokäyttäytymiseen pohjautuen ”Henkilöt, jotka ovat kiinnostuneita ostamaan asunnon korjaukseen tai remontointiin liittyviä tuotteita tai materiaaleja”. Kotisivullasi vierailevista käyttäjistä on myös mahdollista muodostaa yleisö ja mainostaa heille, jos he eivät vielä tehneet sivuilla toivottua asiaa.

10 Optimoi laskeutumissivu

Mainosta klikattuaan on tärkeää, että asiakas laskeutuu sivulle, josta löytyy selkeästi tietoa mainostettavasta tuotteesta tai palvelusta. Kampanjan laatuun vaikuttaa se, kuinka käyttäjäystävällinen sivusto on. Osana käyttäjäkokemuksen arviointia Google pisteyttää sivuston latausnopeutta mobiililaitteilla. Joten varmistathan sivustosi toimivuuden kaikilla laitteilla sekä tarjoat hyödyllisiä sisältöjä. Tuo laskeutumissivulla myös selkeästi esiin, miten toivot käyttäjän etenevän.

Olemme ammattitaidolla hoitaneet ja aktiivisesti kehittäneet tuhansien asiakkaidemme Google Ads-mainontaa jo useiden vuosien ajan. Osoituksena tästä olemme Google Premier -kumppani.

**Kiinnostuitko
Google-mainonnasta?**

Pyydä tarjous >



Sanoma Markkinointi Routa

Tuloksellista mainontaa palveluna.

Olemme mitä sopivimman kokoinen markkinointikumppani kaikenlaisille yrityksille, kaikkialla Suomessa. Saat meiltä mutkattomasti kaikki markkinointiin ja mainontaan liittyvät kokonaisuudet – niin paikallisesti kuin valtakunnallisestikin.

markkinointirouta.fi

s a n o m a

Aina tulee sanomista.