

ČEKLIST PRE ÚSPEŠNÉ KAMPANE

Niekoľko tipov, ktoré by ste mali brať do úvahy, ak chcete zmeniť **dobré** výsledky na **skvelé** výsledky

- ☐ **Jasne si vopred zadefinujte ciele (ktoré budete považovať za dobrý výsledok)**

Pri strategických meetingoch sa tak **vyhnite siahodlým debatám** o tom, či sú výsledky dobré, alebo nie.

- ☐ **Prispôbujte reklamné kreatívy užívateľovi na mieru**

Pozrite sa do reportu konverzných ciest v Google Analytics, identifikujte z ktorých kampaní prichádzajú zákazníci **v ranných fázach** ich nákupného procesu a z ktorých v **konečných fázach** nákupného procesu.

- ☐ **Optimalizujte a testujte rôzne vstupné stránky**

Výkon kampaní **nezávisí iba od kvality zacielenia** a použitých kreatív. Výraznú úlohu pri výkone hrajú aj **vstupné stránky** a preto je dobré skúšať **jednoduché A/B testy**. Mnoho nástrojov vám umožňuje spustiť A/B test už za pár minút a to bez nutnosti programátorských zásahov.

- ☐ **Neignorujte návštevy, ktoré sa skončili okamžitým opustením sídla**

Ak návšteva skončila okamžitým odchodom, skúste zistiť prečo. Oslovili ste návštevníka **na správnom mieste**? Zobrazili ste mu **správnu kreatívu**? Poslali ste ho na správnu vstupnú stránku? Čo asi očakával pred preklikom?

- ☐ **Sledujte počty asistovaných konverzií**

Pri kampaniach, ktoré sú určené potenciálnym zákazníkom **v rannejších fázach** nákupného procesu, **sledujte počet asistovaných konverzií** v Google Analytics. Tieto konverzie vám ukážu, či takéto kampane reálne prispievajú k získaniu konverzií.