

ТЕОРИЯ

Тема: Стратегии за оферирание в Google Ads

1. Същност и предназначение на стратегиите за оферирание

– Стратегиите за оферирание задават начина, по който Google контролира разхода за клик, импресия или конверсия. Те влияят пряко върху ефективността на рекламната кампания.

- CPC (цена на клик)
- CPM (цена за хиляда импресии)
- CPA (цена на придобиване)
- ROAS – възвръщаемост на рекламните разходи

2. Автоматизирани стратегии за оферирание

– Google Ads използва машинно обучение за автоматично определяне на офертите, базирано на предишни резултати и вероятност за конверсия.

- Maximize Clicks
- Maximize Conversions
- Target CPA
- Target ROAS

3. Избор и оптимизация на подходяща стратегия

– Стратегията се избира според рекламната цел, бюджета и наличието на достатъчно данни за автоматизация.

- Определяне на цел – трафик, продажби, лийдове
- A/B тестване
- Наблюдение на KPI – CPC, CTR, CPA, ROAS
- Постоянна оптимизация

Изготвил: Цветелин Борисов