

Osnove Google oglašavanja



Google Ads (ex. AdWords) je **oglašivački sistem** - alat kreiran od strane Google-a, čija je osnovna svrha upravljanje oglasima na Google pretraživaču, Youtube-u i partnerskim sajtovima i aplikacijama.



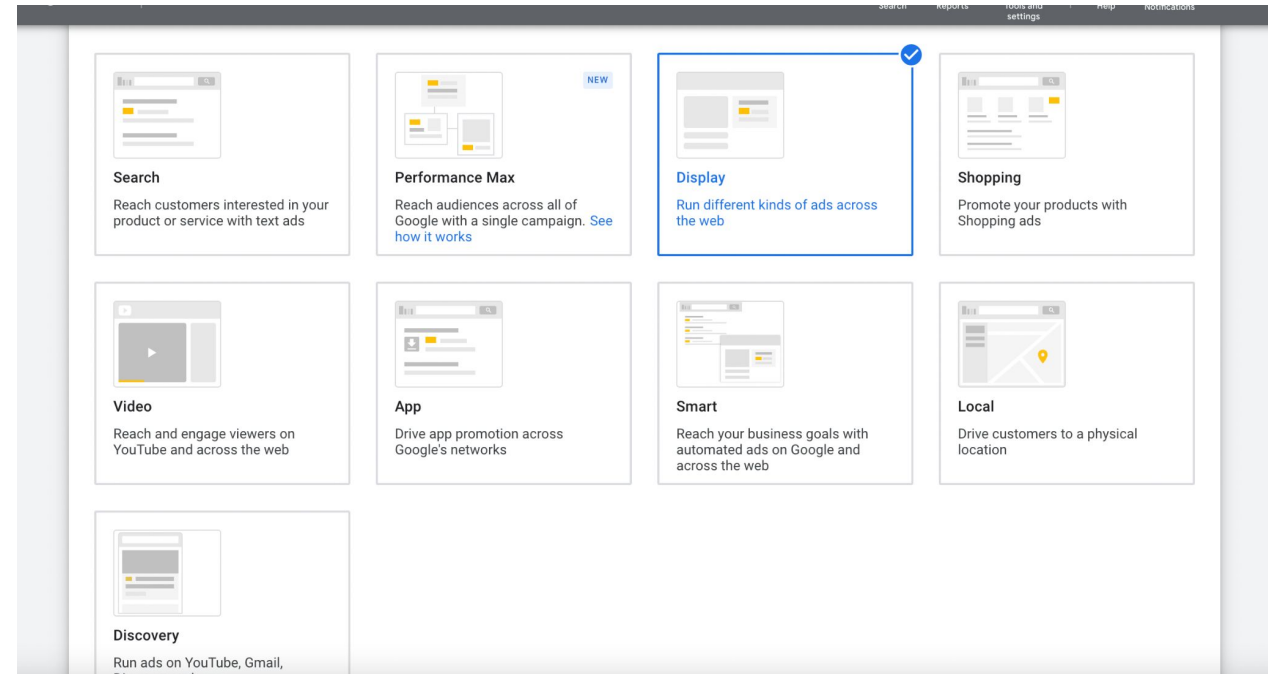
Google Ads



Tipovi kampanja

- Imamo nekoliko različitih tipova kampanja koje možemo kreirati, a to su:

- Search Network
- Display Network
- Shopping
- Video
- App
- Local



Search Network

- Search Network kampanje pozicioniraju oglase unutar rezultata Google pretraga.
- Najbitniji koncept u ovom slučaju je *intent* – očita namjera, bol ili potreba korisnika koji kuca određenu pretragu.



Display Network

- Display Network kampanje pozicioniraju oglase unutar partnerskih Google sajtova i mreža.
- Imaju potpuno različitu svrhu i namjenu od Search Network kampanja, i najčešće se koriste u Brand Awareness i Retargeting kampanjama.



Display Network

- Postoji više vrsta Display oglasa.

Neke od njih su:

- Klasične slike/banneri
- HTML5 animacije
- Responsive
- Native ads itd.



Google Display Network



Stanovi

☰ KATEGORIJE ^

☑ STANJE

↕ POREDAJ PO

🔍 +

🗨️ OGLAŠAVANJE

📄 **Nekretnine (68062)**

- Stanovi
- Kuće
- Zemljišta
- Poslovni prostori
- Vikendice
- Apartmani
- Sobe
- Garaže
- Montažni objekti
- Ostalo

🏠 **KANTON / REGIJA** ^

Svi ▾

🌐 **CIJENA** ^

SPRING FLASH SALE
May 24th - 27th

More Than
65% OFF
Shared Hosting

bluehost

Save Now

Highly Experienced
Regulatory Affairs Department
More Than 600 Products Registered Worldwide

BECOME OUR PARTNER

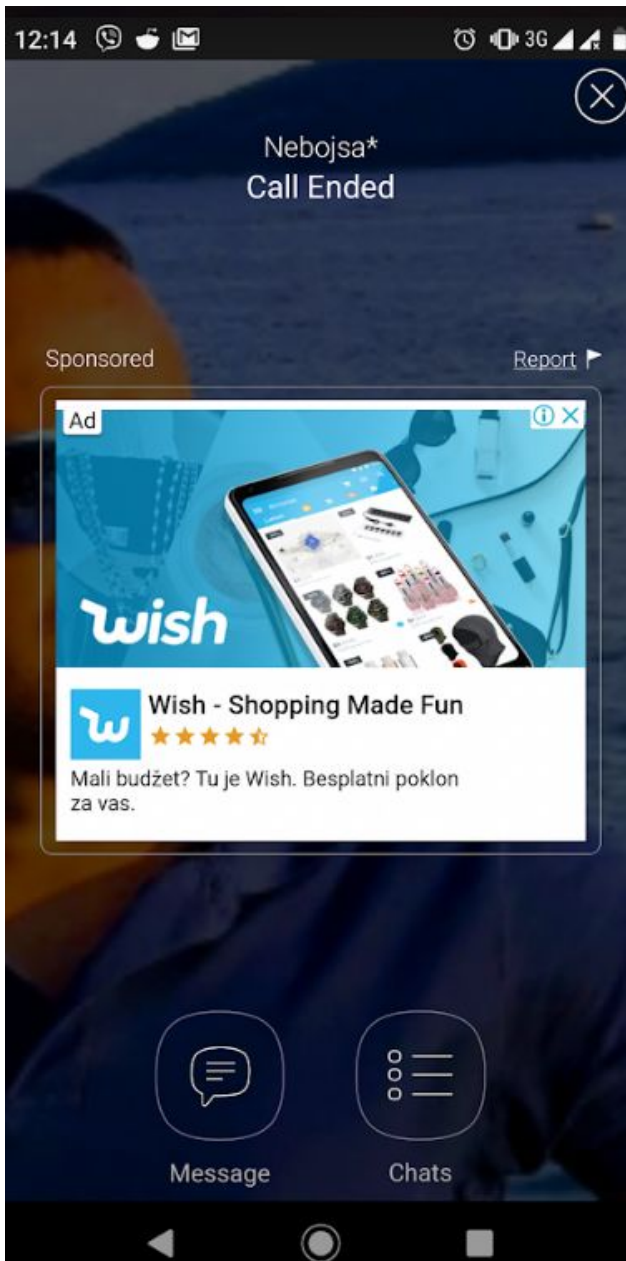
advacare
PHARMA USA

Ukupno pronađeno 16.090 rezultata

	Novogradnja Malta Complex, lamela AB Nova lamela unutar Malta Complex-a	PO DOGOVORU Prije 28 dana	IZDVOJEN
	Business apartments - Alipašina 9 Luksuzni apartmani u samom centru Sarajeva!	PO DOGOVORU 21.12.2020 u 09:15	IZDVOJEN

SPRING FLASH SALE
May 24th - 27th

More Than
65% OFF
Shared Hosting



Write the Future | Grammarly - The First Impression
Grammarly

Get Grammarly Free Today

Get Grammarly
www.grammarly.com

IT'S FREE!

Up next

Is There Life on Earth?
It's Okay To Be Smart
516K views
New
10:05

Oblivion | Chillout Mix
ChilloutDeer
Recommended for you
52:12

Mad Jack - A Real Life World War 2 Mad Man
The Infographics Show
Recommended for you
12:53

STATES (Bundesländer) of GERMANY EXPLAINED...
Geography Now
Recommended for you

The Impossible Hugeness of Deep Time

155,545 views

12K 179 SHARE SAVE ...

Video Ads

Video oglasi se prikazuju prilikom gledanja Youtube videa.

Idealni su za Brand Awareness kampanje, kao i za Display kampanje. Neophodno je imati kvalitetan video kako bi se mogao koristiti ovaj format oglasa.



Shopping Ads

Shopping oglase prvenstveno koriste veliki brendovi kao što su Amazon, Walmart i sl.

Nisu još uvijek dostupni kod nas, a popularni su u razvijenim zemljama kao što su SAD, UK i slično.



Universal App

Universal App kampanje su najnovija vrsta kampanja, a koriste se za promociju smartphone aplikacija.

Nude malo opcija za modifikaciju parametara,



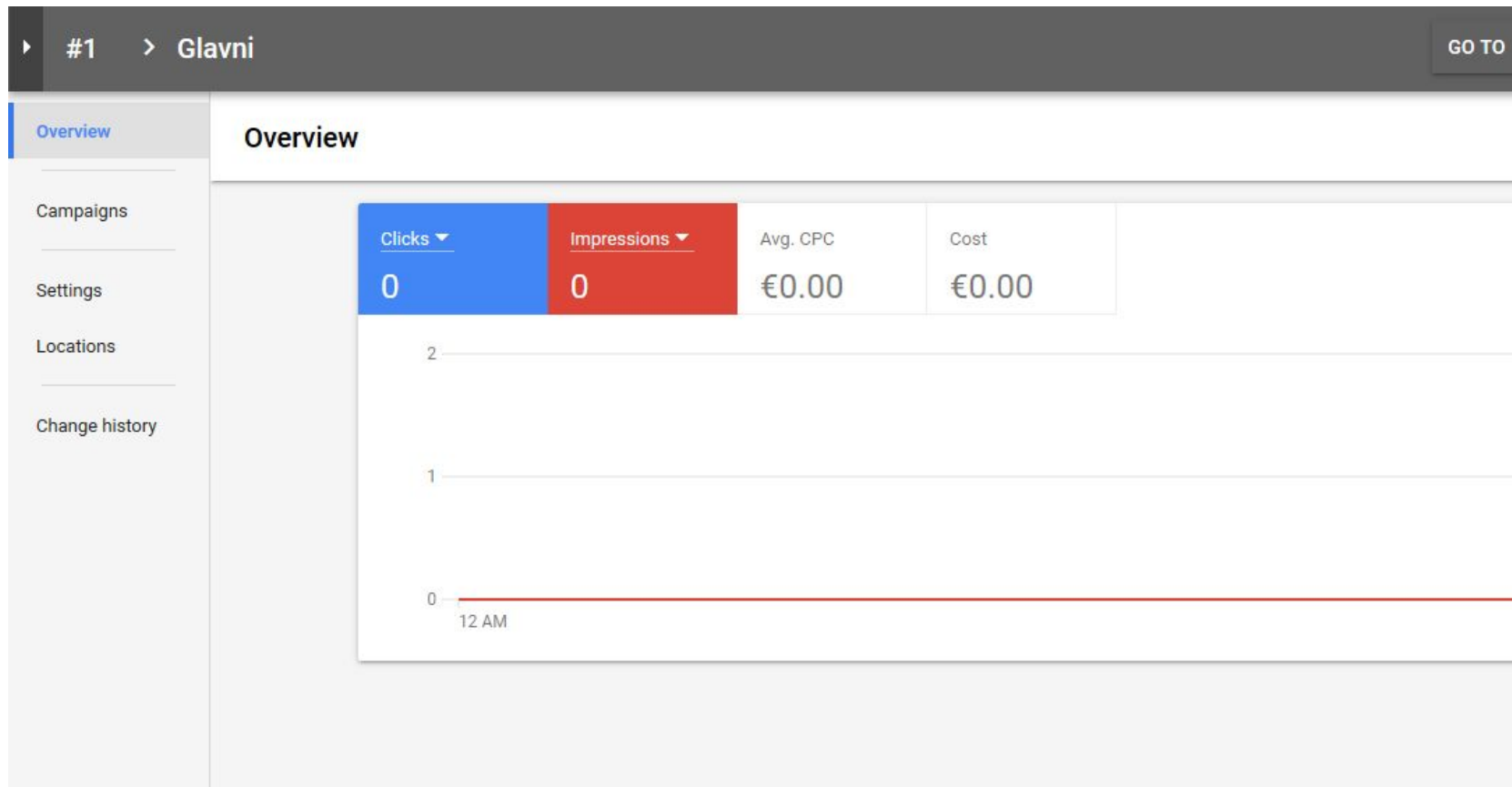
Izrada Google Search kampanje



Kreiranje Ads naloga

- Kreiranje Ads naloga je jednostavno. Potrebna vam je kartica sa omogućenim elektronskim plaćanjem i Google nalog (Gmail)
- Dovoljno je da posjetite adresu ispod i pratite uputstva na stranici:
- <https://ads.google.com>

- Nakon uspješno kreiranog naloga dobijamo ekran koji izgleda ovako:



Vrste pretraga

Prije nego što pređemo na izradu kampanja, moramo poznavati vrste Google pretraga.

Pretrage se mogu podijeliti na 3 različite vrste:

1. Transakcione
2. Informativne
3. Navigacione



Transakcione pretrage

Transakcione pretrage su pretrage kod kojih je korisnik u “buying” modu, odnosno interesuje se za konkretan proizvod/uslugu ili grupu proizvoda/usluga.

Ove pretrage se najlčešće koriste u Google Ads kampanjama, i ujedno i najvrednije, odnosno imaju najbolje stopu konverzije (odnos posjeta/kupovina).

Primjeri pretraga: “hotel banja luka”, “macbook air m1 kupovina”, “fotograf za vjenčanje”

Informativne pretrage

Informativne pretrage su pretrage kod kojih korisnik istražuje određenu oblast koja ga interesuje.

Kod ovih pretraga se najmanje koristi Google Ads oglašavanja, a daleko više content marketing strategije.

Primjeri pretraga “kako odabrati laptop”, “šta vidjeti u banjaluci”, “kako snimiti spot” i slično.

Navigacione pretrage

Navigacione pretrage su pretrage kod kojih korisnik već unaprijed zna koji web sajt traži, a Google koristi kao medijum kako bi došao do tog sajta.

Generalno, ove pretrage su sa prodajne tačke gledišta najmanje korisne, ali mogu da se kreativno koriste kod oglašavanja.

Primjeri pretraga “fejsbuk”, “foto xyz radno vrijeme” i slično.

hotel banja luka

All Maps Images News Videos More Settings Tools

About 3,550,000 results (0.71 seconds)

Hotels in Banja Luka | Best Price Guarantee | booking.com
www.booking.com/Banja-Luka/Hotels
 Book your Hotel in Banja Luka online. No reservation costs. Great rates. 34+ Million Real Reviews. Villas. Save 10% with Genius. Secure Booking. Hotels. We speak your language. £0 - £45 Hotels - up to £45.00/day - Book Now - More

Apartments for tonight
 Book yours now!
 Book directly on our app or website

Book apartments and more
 Bookings instantly confirmed!
 Instant confirmation, 24/7 support

16 Best Hotels in Banja Luka. Hotels from \$21/night - Kayak
www.kayak.com/
 Get the Information You Need to Find Amazing Flight, Hotel, or Car Deals. Find and Compare Amazing Travel Deals. Search One And Done! Great deals fast. Set Price Alerts. Find The Best Hotel Deal - Find The Best Packages - Find The Best Cruise Deal

Hotel Banjaluka | Bosna i Hercegovina | HotelBanjaluka.ba
www.hotelbanjaluka.ba/Hotel/Banjaluka 051 922-221
 Hotel U Banjaluci Blizu Najprometnije Raskrsnice U Bosnii I Hercegovini. Smještaj Od 30 EUR. Hotel Na Glavnom Putu. Vrhunski Besplatan Wi-Fi. Parking Na Ulazu.

Google Ads

Hotels | Hotel Banja Luka, Ivana Gorana...

Tue, Sep 24 Wed, Sep 25 2

Guest favorites Budget options Luxury stays For...

Hotel Banja Luka
 4.2 ★★★★★ (209)
 Free Wi-Fi
 Free breakfast

Hotel Grand
 4.0 ★★★★★ (185)
 Humble lodging with a relaxed restaurant
 Free Wi-Fi
 Free parking

Map data ©2019

More hotels

Google My Business

Hotel Banjaluka
www.hotelbanjaluka.ba Translate this page
 Hotel Banjaluka ✓ stay in Banja Luka ✓ Aufenthalt in Banja Luka ✓ boravak u Banjaluci ✓ Luxury Hotel.

30 najboljih hotela na destinaciji Banjaluka, Bosna i Hercegovina ...
<https://www.booking.com> > BIH Translate this page
 Hotel Cezar se nalazi u centru Banjaluke, na samo 50 metara od Glavne autobuske i železničke stanice. Gradski park je udaljen 100 metara. Sjajan hotel na ...

30 Best Banja Luka Hotels, Bosnia and Herzegovina (From \$19)
<https://www.booking.com> > Bosnia-Herzegovina
 Great savings on hotels in Banja Luka, Bosnia and Herzegovina online. Good availability and great rates. Read hotel reviews and choose the best hotel deal for ...

What are the best hotels in Banja Luka near Banja Luka Airport? ✓
 Which hotels in Banja Luka have nice views? ✓
 How much is a hotel in Banja Luka for this weekend? ✓
 Show more

THE 10 BEST Hotels in Banja Luka for 2019 (from \$18) - TripAdv...
<https://www.tripadvisor.com> > ... > Republika Srpska > Banja Luka
 The #1 Best Value of 106 places to stay in Banja Luka. Free Wifi. Restaurant. Hotel Vila Vrbas. Show Prices. #2 Best Value of 106 places to stay in Banja Luka.

SEO



new york lawyer real estate



All

Images

Maps

News

Videos

More

Settings

Tools

About 177,000,000 results (0.64 seconds)

\$850 Real Estate Lawyers | Contract to Closing. Flat Fee | ylevinlaw.com

(Ad) www.ylevinlaw.com/Real_Estate/Closing

A+ BBB Rating. 9 NY & 1 NJ Locations. 24/7 Online Access. Coops, Condos, Houses. Reasonable Flat Fees. Free 30 Min. Consultation. 10 Office Locations. Services: Coop Closings, Condo Closings.

Closing Tips

Information on Real Estate Closings
Buying, Selling, Refinancing & More

Why Choose Us

8 Reasons to Choose Levin Law Group
Instead of Another Firm

Need A Real Estate Lawyer? | Legalshield® Keeps It Simple

(Ad) www.legalshield.com/real-estate/lawyer

Meet The Real Estate Legal Team in Your Area and Get a Plan Today! Mobile App Available. Over 40 Yrs of Experience. Affordable Legal Services. 24/7/365 Coverage. Prepaid Legal Plans. Services: Document Preparation, Auto Coverage, Family Law, IRS Support, Letters and Phone Calls.

NYC Real Estate Attorneys | Sheldon Lobel, P.C | sheldonlobelpc.com

(Ad) www.sheldonlobelpc.com/Zoning/Law +1 212-725-2727

Zoning, Land Use & Real Estate Law Firm With Over 40 Years of Experience. Experts in Zoning Law.

Korak 1 – Struktura kampanje i Keyword Research

Nephodno je pronaći adekvatne ključne riječi za koje ćemo se oglašavati. U ovu svrhu koristimo alat koji se naziva **Keyword Planner**

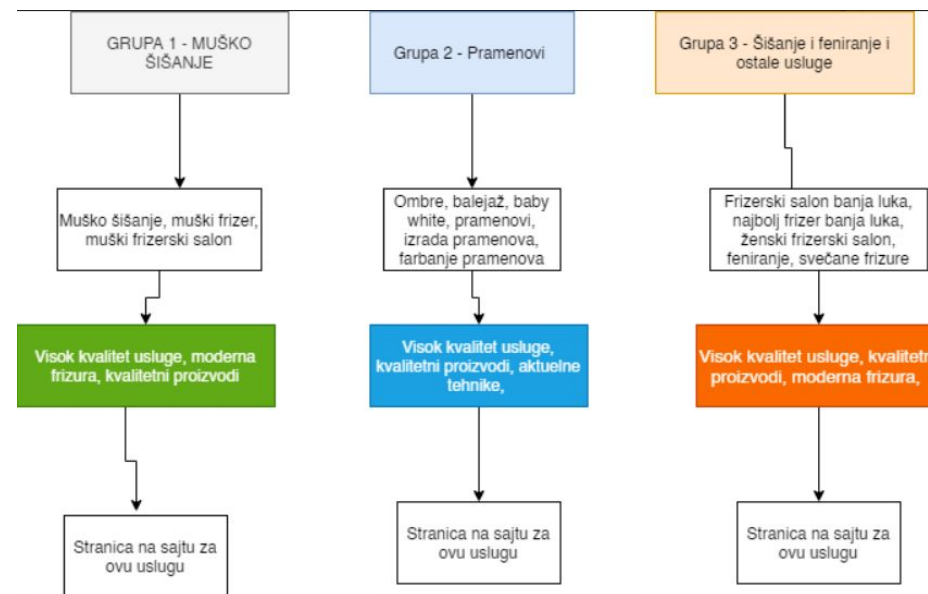
<https://ads.google.com/aw/keywordplanner/>

Idealan broj ključnih riječi varira od obima kampanje, ali 5-20 kl. riječi je idealan broj za jednu ad grupu.

Korak 2 – Definisanje grupa oglasa

Ukoliko izrađujemo kampanju za kompleksniji proizvod, poželjno je kreirati više grupa oglasa, segmentiranih po različitim pretragama. Na primjer - za proizvod bankarskog kredita, grupe oglasa se mogu segmentirati po vrstama kredita.

Primjer: <https://app.diagrams.net/#G1HuR8LolxGOd60DL4LV9WyJoIGkK3906q>

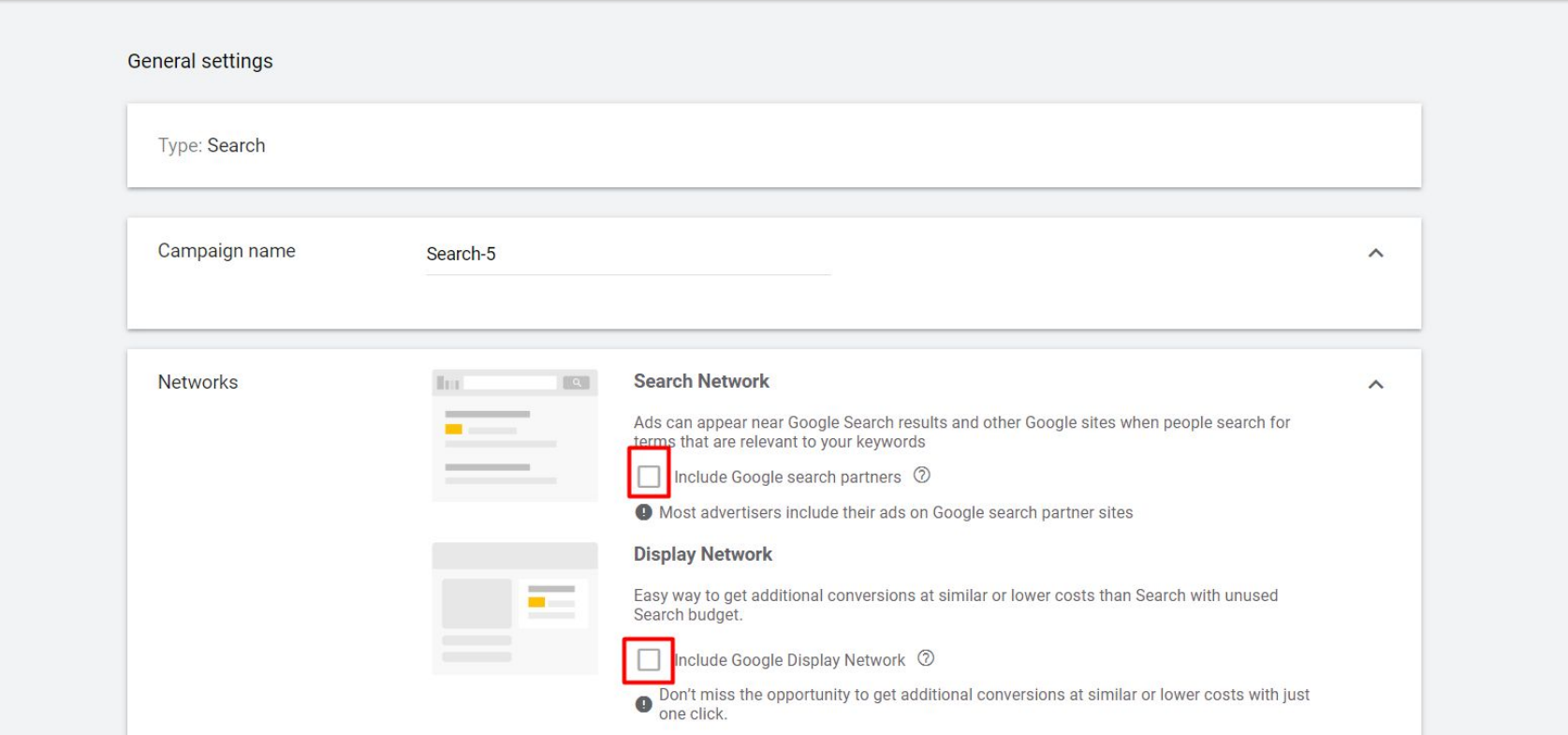


Korak 3 – Izrada kampanje

U interfejsu odaberemo opciju “New campaign” -”Nova kampanja”.

Savjet:

Obavezno ugasite
opcije za aktivaciju
Display network i
Search Network
Partners
prikazivanja



The screenshot shows the 'General settings' section of a Google Ads campaign. The 'Type' is set to 'Search'. The 'Campaign name' is 'Search-5'. Under the 'Networks' section, there are two options: 'Search Network' and 'Display Network'. Both options have a red box around the 'Include Google' checkbox, which is currently unchecked. The 'Search Network' section includes a description: 'Ads can appear near Google Search results and other Google sites when people search for terms that are relevant to your keywords' and a note: 'Most advertisers include their ads on Google search partner sites'. The 'Display Network' section includes a description: 'Easy way to get additional conversions at similar or lower costs than Search with unused Search budget.' and a note: 'Don't miss the opportunity to get additional conversions at similar or lower costs with just one click.'

General settings

Type: Search

Campaign name Search-5

Networks

Search Network

Ads can appear near Google Search results and other Google sites when people search for terms that are relevant to your keywords

Include Google search partners ?

Most advertisers include their ads on Google search partner sites

Display Network

Easy way to get additional conversions at similar or lower costs than Search with unused Search budget.

Include Google Display Network ?

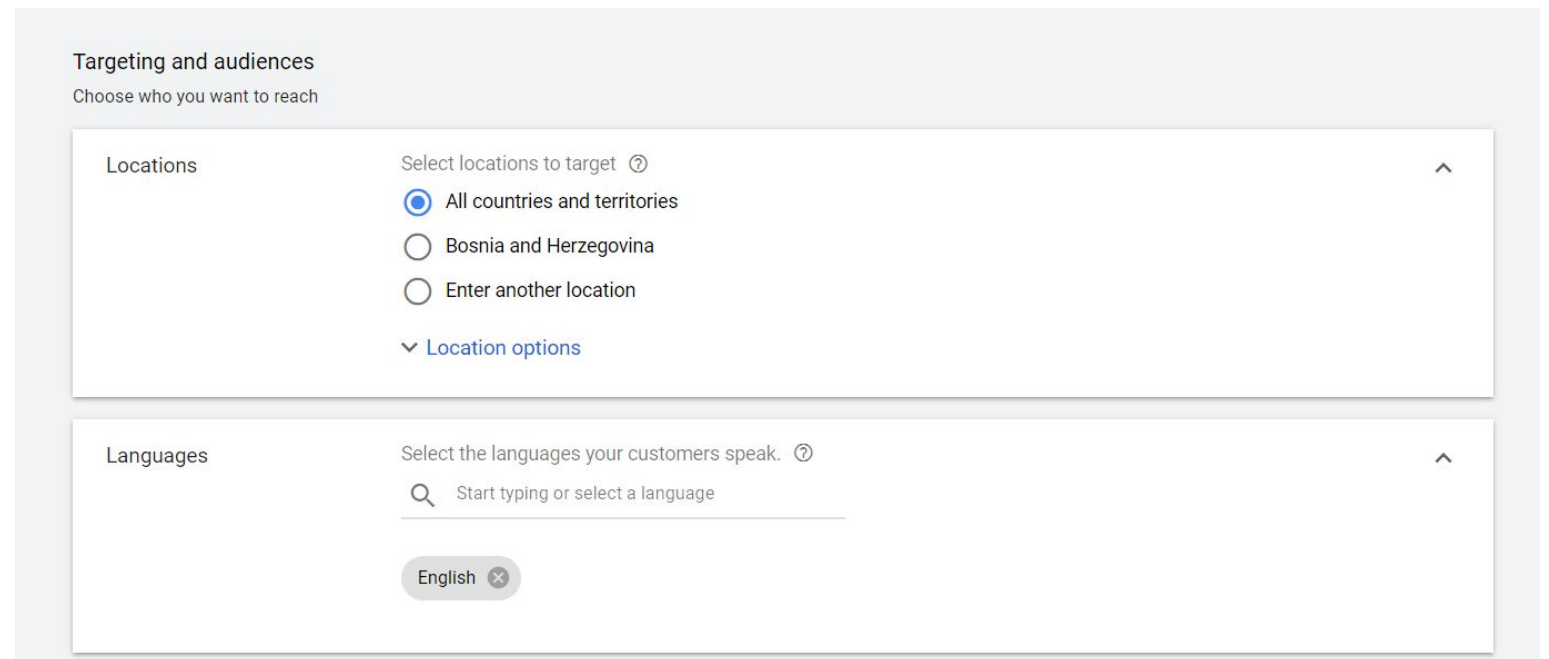
Don't miss the opportunity to get additional conversions at similar or lower costs with just one click.

Korak 4 - Lokacije i jezici

U polju Jezici je potrebno da upišemo jezik na kom je sajt i oglas.

Savjet:

Kod odabira lokacije, uđite u “Location options” i odaberite “Presence: People in or regularly in your targeted locations”



The screenshot shows the 'Targeting and audiences' section of the Google Ads interface. It is titled 'Choose who you want to reach'. There are two main sections: 'Locations' and 'Languages'.
The 'Locations' section has the heading 'Select locations to target' and three radio button options: 'All countries and territories' (which is selected), 'Bosnia and Herzegovina', and 'Enter another location'. Below these is a link for 'Location options'.
The 'Languages' section has the heading 'Select the languages your customers speak'. It features a search input field with the placeholder text 'Start typing or select a language'. Below the input field, the word 'English' is displayed in a grey pill-shaped button with a close icon (X).

Korak 4 - Budžet i aukcija

Naredni korak je unos budžeta i sistema po kom će funkcionisati aukcija.

Budget

Enter the average you want to spend each day

€ _____

For the month, you won't pay more than your daily budget times the average number of days in a month. Some days you might spend less than your daily budget, and on others you might spend up to twice as much. [Learn more](#)

Bidding

What do you want to focus on? ⓘ

Clicks ▾

Set a maximum cost per click bid limit

✔ This campaign will use the **Maximize Clicks** bid strategy to help you get the most clicks for your budget

[Or, select a bid strategy directly \(not recommended\)](#)

Korak 5 – Dodavanje ključnih riječi

Prilikom kreiranja Ad Group/grupe oglasa, dodajemo i ključne riječi za koje se takmičimo. Idealno je da po jednoj Ad grupi imamo 10-20 keyworda koji su usko povezani.

Keyword match opcije - **BITNO**:

- keyword = Broad match – Naš oglas će se aktivirati za unesenu ključnu riječ i sve relevantne pojmove
- "keyword" = Phrase match – Naš oglas će se aktivirati dok god se naša ključna riječ nalazi u sklopu pretrage
- [keyword] = Exact match – naš oglas će se aktivirati samo ako se otkuca ključna riječ koju smo definisali

Korak 5 – Kreiranje oglasa

Završni korak je pisanje oglasa. Idealno je napisati više različitih varijacija oglasa, kako bi kroz testiranje došli do one koja je najbolja.

Savjeti za pisanje efektivnih oglasa: Uključite ključne riječi u tekst/naslov oglasa

- U naslovu pružite klijentima rješenje za njihov bol
- Pružite klijentima specijalnu ponudu (popust, besplatna poštarina...)
- Testirajte varijacije poziva na akciju (CTA)
- Personalizujte oglase u sklopu jedne ad grupe
- Koristite Google Natural Language - <https://cloud.google.com/natural-language/>

Ekstenzije za oglase

Google Ads omogućava dodavanje više vrsta ekstenzija koje će dovesti do boljih rezultata. Najbitnije ekstenzije su:

- Sitelink ekstenzija – Vodi na podstranice u sklopu sajta. Primjer – Usluge, proizvodi, kontakt.

Smještaj Banja Luka | Stan na dan Apartmani | stannadanbanjaluka.info

 www.stannadanbanjaluka.info/ ▼ 065 878 244

Najpovoljniji smještaj u gradu. Rezerviši odmah. Povoljno. Viber Rezervacija. Brza Rezervacija.

Telefonska Podrška

[Apartman Centar](#) · [Apartman Garden](#)


- Phone ekstenzija – U sklopu oglasa se prikazuje kontakt broj telefona koji je klikabilan:

Smještaj Banja Luka | Stan na dan Apartmani | stannadanbanjaluka.info

Ad www.stannadanbanjaluka.info/ ▼ 065 878 244


Najpovoljniji smještaj u gradu. Rezerviši odmah. Povoljno. Viber Rezervacija. Brza Rezervacija.
Telefonska Podrška.

Apartman Centar · Apartman Garden

- 
- Callout ekstenzija – U sklopu oglasa se prikazuje tekst/tekstovi koji prezentuju određene benefite kompanije:

About 590,000 results (0.44 seconds)

Apartment Marija Banja Luka | Best Price Guarantee | booking.com

 www.booking.com/ ▼

Book at Apartment Marija. **Banja Luka**. No Reservation Costs. Great Rates. Recent guest reviews. No booking fees. Great choice. Secret Deals. Save money. 24/7 Customer Service.

QS – Quality Score

Quality Score je algoritam za ocjenjivanje oglasa koji utiče na to da li će naši oglasi biti vidljivi, kao i koju ćemo cijenu po kliku plaćati. Quality Score varira između 1 i 10 i idealno je da je 7+.

Struktura QS je prikazana desno:

QS PERCENTAGES BY FACTOR



adAlysis

QS – Quality Score

Quality Score značajno utiče i na CPC, odnosno cijenu koju plaćamo za svaki klik.

Za quality score od 10 platićemo 50% manje po kliku nego što bismo za quality score od 5.



Praćenje i optimizacija oglasa

Nakon kreiranja oglasa, neophodno je iste pratiti i optimizovati. Optimizacija se vrši konstantno nakon cca. 200 generisanih klikova, i to u više smjerova:

- Optimizacija cijene po kliku (CPC) pomoću Manual Bidding-a
- Optimizacija oglasa pomoću praćenja CTR-a (clickthrough rate)
- Postavljanje novih i uklanjanje skupih i nerelevantnih ključnih riječi
- Optimizacija Quality Score-a, kako bi platili manju cijenu po kliku.
- Optimizacija vremena prikazivanja oglasa

Izrada Google Display kampanje



Kada se koriste Display kampanje

Display kampanje su generalno efikasne kada je potrebno generisati veliki broj pregleda za određen budžet. Zbog toga su idealne za:

- Promocije lokal akcija (rasprodaje, sniženja i slično)
- Lansiranja novih proizvoda/usluga/biznisa
- Promocije specijalizovanih ponuda putem preciznog ciljanja
- Remarketing/Retargeting kampanje

Display Network

- Postoji više vrsta Display oglasa.
Neke od njih su:
 - Klasične slike/banneri
 - HTML5 animacije
 - Responsive



Google Display Network



Korak 1 – Dizajn bannerera

Postoji više različitih dimenzija bannerera.

Najpopularnije dimenzije:

336x280

300x250

728x90

300x600

320 × 100

<https://support.google.com/adwords/answer/1722096?hl=en>

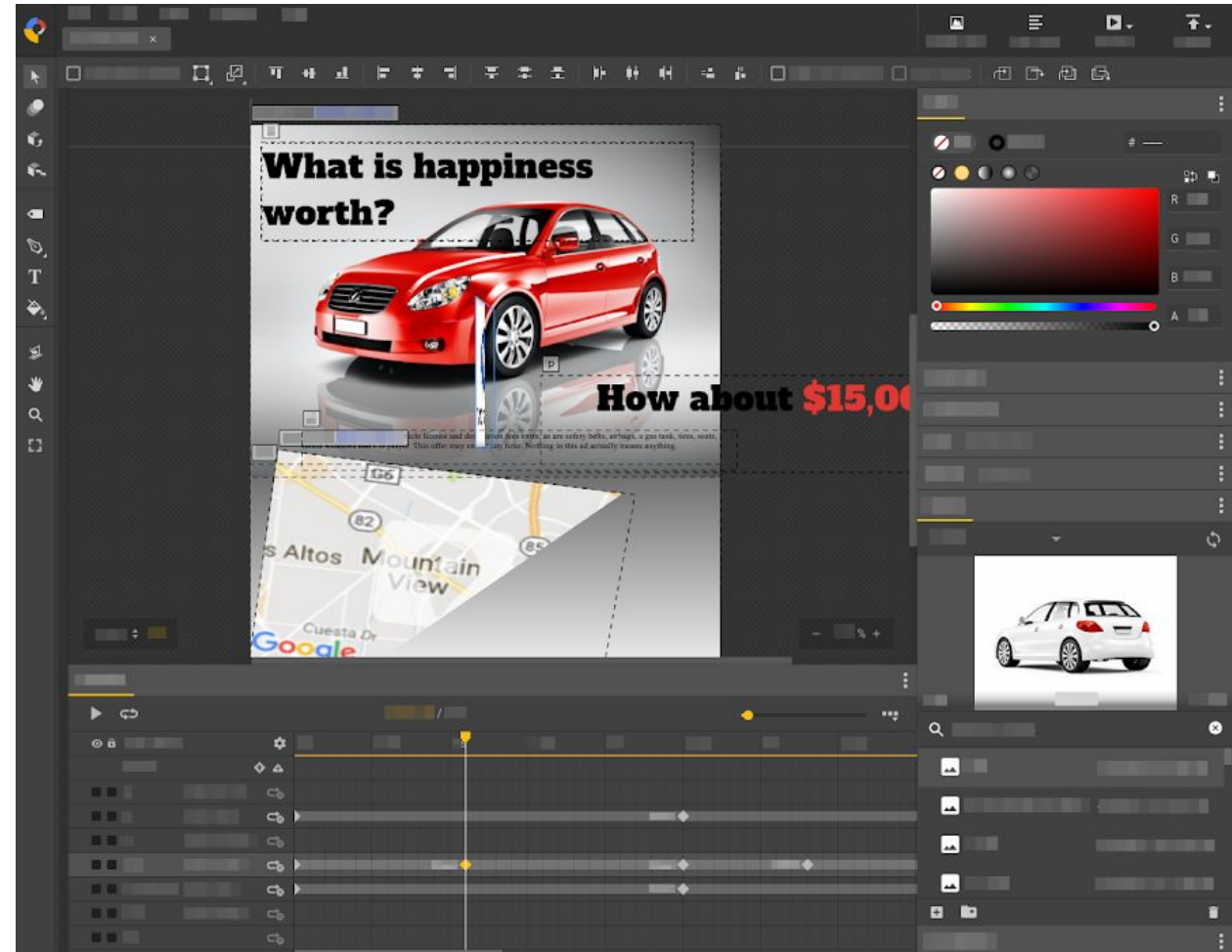


Pravila dizajna banneri:

- Banner mora sadržavati osnovne informacije o ponudi
- Banner mora sadržavati logo sajta/brenda koji se promovira
- Veličina fajla ne smije premašiti 150 kilobajta.
- Za animirane banneri, maksimalno trajanje je 30 sekundi
- Banner mora izgledati kvalitetno, fotografije i slova ne smiju biti mutna i nejasna

Google Web Designer

- <https://www.google.com/webdesigner/>
- Alat razvijen od strane Google-a koji služi za izradu HTML5 – animiranih bannerera.
- Specifično izrađen za izradu bannerera, omogućava direktan upload, templejtove i još dosta toga
- Pripremu je preporučljivo raditi u drugim programima (Photoshop, Illustrator i sl.)



Primjer Google Web Designer
bannera:

<http://s0.2mdn.net/dfp/97763/4449385585/1528713276622/index.html>

**PRAVO VRIJEME ZA
PRAVE UŠTEDE!**



Kako uštediti pri kupovini novog vozila?

**VWAW
PONUĐA!**



- Top uštede sa bonusom za odmah isporučiva vozila
- Bogato opremljeni modeli sa najsavremenijim asistencijama
- Količina ograničena do 50 vozila



Korak 2 – Kreiranje kampanje

Kampanju kreiramo klikom na „New Campaign“. Nakon toga biramo Goal (cilj) kampanje, kao i tip kampanje.

U ovom slučaju, goal nam je Website traffic, a tip kampanje je Display only.

Nakon toga, podešavamo targetting/ciljanje kampanje, kao i budžet.

Targeting

Google nam omogućava targeting (ciljanje) display kampanja po više različitih parametara. Zahvaljujući ovim opcijama možemo precizno ciljati kome će se naše reklame prikazivati.

Takođe, sve parametre mozemo dodati u excluded liste (liste osoba/lokacija za koje ne želimo da se naše reklame prikazuju).





Osnovni parametri su:

- Locations
- Keyword
- Audiences (Affinity, Remarketing, Current Intent)
- Demographics (Age, Gender, Parental status)
- Placements (Custom, Youtube, Gmail)
- Devices

Locations

Ciljanje po lokaciji nam omogućava da se naše reklame prikazuju samo na određenom geografskom području.

Postoje dva načina za ciljanje po lokaciji. Prvi je unos lokacije (grad-regija-država) dok je drugi po radiusu (krugu).

Ukoliko Google ne prepozna je grad koji unesemo (što se dešava često u BiH), možemo unijeti radius na mapi oko tog grada.



Keywords

Ciljanje po ključnim riječima funkcioniše na način da unesemo listu ključnih riječi povezanih sa našom ponudom.

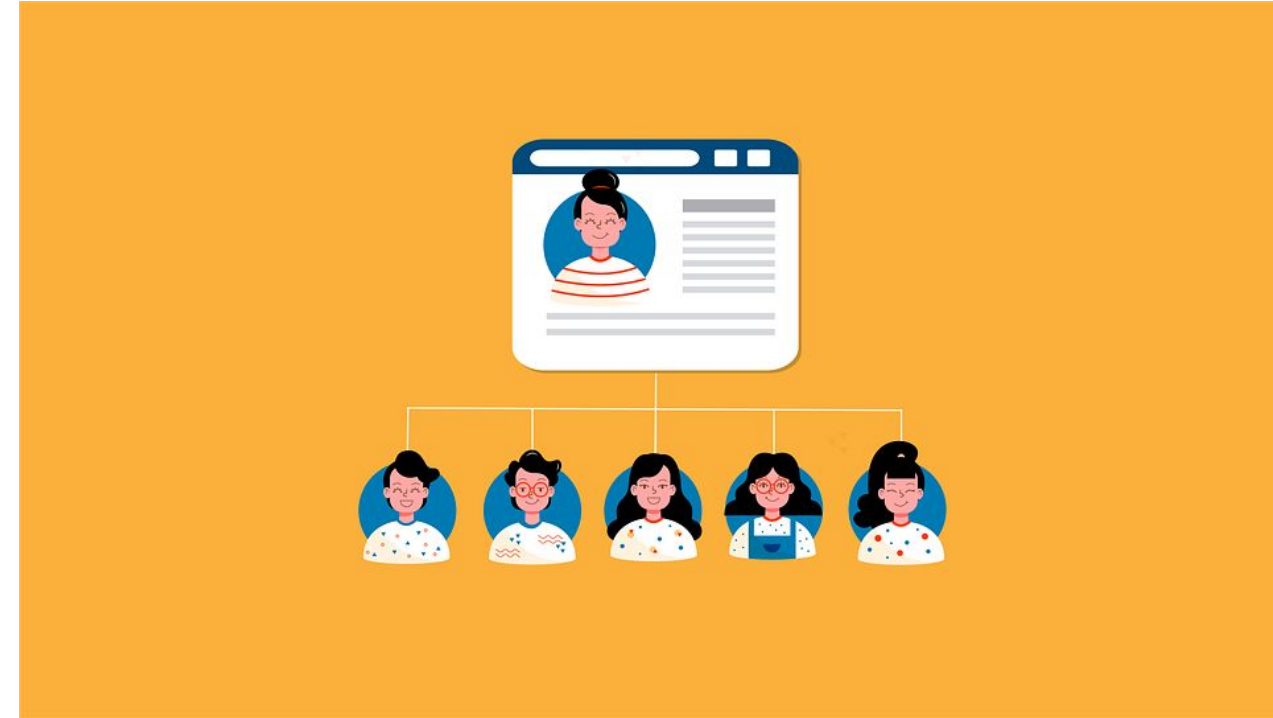
Google automatski skenira tekstove po potencijalnim sajtovima iz mreže na kojima se prikazuju reklame i ukoliko pronađe tekst koji odgovara našim ključnim riječima, prikazuje naše bannere na tom tekstu.

Ovaj način donosi dobre rezultate jer omogućava da ciljamo korisnike koji su zainteresovani za naš sadržaj.

Publike za ciljanje po ključnim riječima pravimo unutar Audience Manager-a, kao custom intent publiku.

Audiences (publike)

Google nam omogućava izradu specijalizovanih publika segmentiranu po interesima (affinity), trenutnoj namjeri (current intent) ili po nekim drugim karakteristikama kao što su Website Visitors (ova publika se koristi za remarketing).



Demographics

Ciljanje po demografskim podacima nam omogućava segmentiranje publika po polu, starosnoj dobi ili statusu roditelja.

Ovo može biti prilično korisno kada su u pitanju ponude namijenjene određenim polnim ili starosnim skrukturama ljudi.



Placements

Placements opcija nam nudi mogućnost da ručno definišemo sajtove ili aplikacije na kojim će se prikazivati naš banner.

Unose možemo vršiti unošenjem linkova ili kucanjem naziva sajtova.



Aktivacija kampanje

Posljednji korak je aktivacija kampanje i odobravanje od strane Google-a, koje može da traje do 48 sati.

Vježba

Potrebno je osmisliti kampanju kao i strukturu kampanje (display + search + video) za sljedeće klijente:

- Otvaranje kozmetičkog salona
- Web shop - baby oprema, igračke, odjeća
- Banka - ponuda kredita
- Nutricionista
- Privatna zdravstvena klinika