

SEM - Individuell uppgift - Google Ads

Wilma Harrysson

DMM24M

14/01-2025

☀️ VG-frågan ☀️

Sneakersnstuff.com vill ha hjälp med sin Google Ads strategi. De vill börja annonsera på Google Sök men vet inte riktigt vad de ska tänka på för att lyckas. De har som mål att öka sin försäljning och måste ligga på en ROAS på 700% för att gå runt.

Skriv en rekommendation på vad de ska tänka på osv i samband med att de sätter upp sitt konto. Din rekommendation ska innehålla:

- Kampanjstruktur - tips på hur de bör bygga sina sökkampanjer (du behöver inte ta fram några sökord).
- Optimeringsmål - vad ska de optimera sina kampanjer mot för att nå målet (Dvs. vilka budstrategier skulle du rekommendera och varför?).
- Typ av format på annons/annonser som de bör använda (du behöver inte skriva några annonser).
- Vilka KPIer de bör rapportera på för att se att målet nås. Välj max 3 stycken.
- Rekommendera ett nätverk (i Google Ads) utöver Google Sök som de bör annonsera på och varför de bör använda just det nätverket

Svar:

För att Sneakersnstuff.com ska lyckas med sin *Google Ads-strategi* och nå en *ROAS* på 700% bör de skapa en tydlig kampanjstruktur. Kampanjer kan delas upp efter produktkategorier som *Sneakers*, *Kläder* och *Accessoarer*, och vidare delas in i specifika annonsgrupper, exempelvis "*svarta sneakers*" eller "*vita sneakers*". Detta gör det enklare att analysera och optimera. De bör skilja på branded- och non-branded-sökord för att jämföra prestanda, samt använda negativa sökord för att minska irrelevanta klick. Lokala kampanjer kan också vara effektiva om de har fysiska butiker.

När det gäller optimering skulle jag rekommendera att de använder bud-strategin *Mål-ROAS* och sätter den på 700%. Det gör att Google kan optimera buden för att nå den vinst som de behöver. Om de precis startar sina kampanjer och inte har någon tidigare data kan de börja med *Maximera konverteringsvärde* och byta till *Mål-ROAS* så snart systemet har tillräckligt med information. Det är också smart att prioritera de

produktkategorier eller märken som både säljer bäst och ger störst marginal, så att de får ut så mycket som möjligt av sin budget.

Jag tycker också att de borde använda *responsiva sökannonser (RSA)* där de skapar minst *15 rubriker* och *4 beskrivningar*. Det gör att Google kan testa olika kombinationer och hitta det som funkar bäst. Utöver det, rekommenderar jag att de använder *Sitelink Extensions* för att länka till olika produktkategorier, *Promotion Extensions* för att lyfta fram erbjudanden och *Image Extensions* för att visa produkterna direkt i sökresultaten. Detta tar även rent fysiskt upp mer plats på användarens skärm, vilket alltid är ett plus.

För att följa upp resultaten kan de fokusera på *tre viktiga KPI:er*. *ROAS*, för att säkerställa att de når målet på 700%. *Konverteringsvärde*, för att se vilka intäkter kampanjerna genererar. *Klickfrekvens (CTR)*, som visar hur relevanta annonserna är för målgruppen.

Utöver *Google Search* tycker jag att de borde satsa på *Google Shopping*. Det är ett bra val för e-handel eftersom det visar produktbilder, priser och varumärken direkt i sökresultaten, vilket kan locka kunder att klicka och genomföra köp. Att kombinera detta med *Performance Max-kampanjer* är också en smart idé, för att nå en bredare målgrupp och få maximal synlighet. Om de följer den här strategin tror jag att Sneakerstuff.com har goda chanser att både öka sin försäljning och uppnå lönsamhet. Youtube ads hade känts relevant för företaget, om målet var att skapa varumärkeskännedom.