



5
kampány



8 din
kattintási díj



12633
kattintás



190
vásárlás



106491 din
elkölthött összeg

Legtöbb vásárlót hozó keresési szavak

(melyik szavakat írták be a Google-ba,
amely vásárlót hozott)

keresés
keresés
keresés az országban
keresés
keresés
keresés az országban
keresés az országban
keresés az országban
keresés az országban
keresés az országban

Konkurenciák

Megjelenítési arány: 100% megjelenésből (amikor megjelennek a hirdetések, amikor valaki keres) pl. 72.76%-ban ott volt a Google reklámok között a **keresés**, 54,42%-ban volt ott. Átfedési arány: mennyire hasonló témában reklámozunk, mennyire hasonló a célközönség. pl 62,85%-ban a **keresés** ugyanazt reklámozza, mint a **keresés** – fontos a konkurencia elemzése, árainak figyelése

URL-domain megjelenítése	Megjelenítési arány	Átfedési arány
www.google.com	72,76 %	-
www.google.com	51,42 %	62,85 %
www.google.com	39,88 %	45,50%
www.google.com	24,51 %	30,33 %
www.google.com	19,50 %	23,80 %
www.google.com	10,50 %	12,34 %
www.google.com	39,88 %	45,50%
www.google.com	24,51 %	30,33 %
www.google.com	19,50 %	23,80 %
www.google.com	10,50 %	12,34 %

A legtöbbet eladott termékek

(fontos, hogy tudja, pl. ezek legyenek készleten stb.) Ebből azt is láthatja, mi nem megy, de ő tudja, hogy konkurens, azért azt is reklámozhatnánk. Lehet nem reklámozzuk, nem találja meg az ügyfél, de nagyon jó áron van. Jelez nekünk és hirdetjük azt is.

Termék	Mennyiség	Egyedi vásárlások	Termék bevétele	Átlagár	Átl. mennyiség
	422 % a teljesből: 100,00% (422)	422 % a teljesből: 100,00% (422)	517 712 RSD % a teljesből: 100,00% (517 712 RSD)	1 227 RSD Átl. a következő nézethez: 1 227 RSD (0,00%)	1,00 Átl. a következő nézethez: 1,00 (0,00%)
1. keresés	18 (4,27%)	18 (4,27%)	14 120 RSD (2,73%)	784 RSD	1,00
2. keresés	14 (3,32%)	14 (3,32%)	30 260 RSD (5,84%)	2 161 RSD	1,00
3. keresés	12 (2,84%)	12 (2,84%)	8 388 RSD (1,62%)	699 RSD	1,00
4. keresés	12 (2,84%)	12 (2,84%)	11 880 RSD (2,29%)	990 RSD	1,00
5. keresés	11 (2,61%)	11 (2,61%)	7 590 RSD (1,47%)	690 RSD	1,00
6. keresés	10 (2,37%)	10 (2,37%)	8 200 RSD (1,58%)	820 RSD	1,00
7. keresés	10 (2,37%)	10 (2,37%)	5 900 RSD (1,14%)	590 RSD	1,00
8. keresés	8 (1,90%)	8 (1,90%)	15 920 RSD (3,08%)	1 990 RSD	1,00
9. keresés	7 (1,66%)	7 (1,66%)	13 930 RSD (2,69%)	1 990 RSD	1,00
10. keresés	7 (1,66%)	7 (1,66%)	18 130 RSD (3,50%)	2 590 RSD	1,00

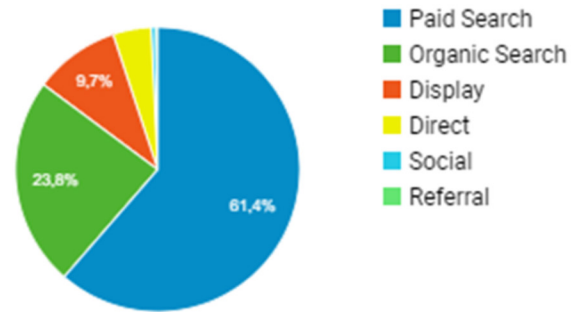
Itt jelent meg legtöbbször a képes hirdetés (a remarketing és dinamikus remarketing ezeken a honlapokon jelenik meg) a hirdető látja, milyen ismert helyeken (weblapokon) jelent meg a cége

Elhelyezés	Megjelenés
	471 402
...	69 297
...	53 580
...	44 747
...	28 763
...	22 631
...	17 650
...	16 392
...	13 845
...	13 447
...	12 119

A látogatók 61,4%-a Google adwords-ből jött

(fontos, hogy lássa, mennyit veszítene, ha nem reklámozna)

Legnépszerűbb csatornák



A legtöbbet látogatott oldalak

Oldalcím ?	Oldalmegtekintések ?
	37 591 % a teljesből: 100,00% (37 591)
1. ...	6 023 (16,02%)
2. ...	3 767 (10,02%)
3. ...	3 516 (9,35%)
4. ...	1 842 (4,90%)

Forgalmi forrás/bevétel

(látja mennyi bevételt hozott a Google/cpc vagyis fizetett hirdetés, mennyi bevételt hozott az organikus keresés – sima Google megjelenés stb.)




Forrás/médium ?	Ügyfélszerzés			Visszafordulási arány			Konverziók			Bevétel ?
	Felhasználók ↓	Új felhasználók ↓	Munkamenetek	Visszafordulási arány	Oldal / munkamenet	Munkamenet átlagos hossza	E-kereskedelmi konverziós arány	Tranzakciók		
	9 437 % a teljesből: 100,00% (9 437)	8 355 % a teljesből: 100,01% (8 354)	16 787 % a teljesből: 100,00% (16 787)	61,03% Átl. a következő nézethez: 61,03% (0,00%)	2,24 Átl. a következő nézethez: 2,24 (0,00%)	00:01:52 Átl. a következő nézethez: 00:01:52 (0,00%)	1,49% Átl. a következő nézethez: 1,49% (0,00%)	250 % a teljesből: 100,00% (250)	699 376 RSD % a teljesből: 100,00% (699 376 RSD)	
1. ...	7 391 (69,67%)	6 237 (74,69%)	12 670 (75,48%)	58,82%	2,30	00:01:50	1,35%	171 (68,40%)	494 317 RSD (70,68%)	
2. ...	2 598 (24,49%)	1 559 (18,66%)	3 333 (19,85%)	67,81%	2,00	00:01:56	1,71%	57 (22,80%)	140 840 RSD (20,14%)	
3. ...	483 (4,55%)	458 (5,48%)	619 (3,69%)	71,24%	1,99	00:01:44	2,42%	15 (6,00%)	44 827 RSD (6,41%)	
4. ...	34 (0,32%)	34 (0,41%)	38 (0,23%)	73,68%	1,89	00:00:44	0,00%	0 (0,00%)	0 RSD (0,00%)	
5. ...	26 (0,25%)	25 (0,30%)	31 (0,18%)	35,48%	4,19	00:03:51	12,90%	4 (1,60%)	13 880 RSD (1,98%)	

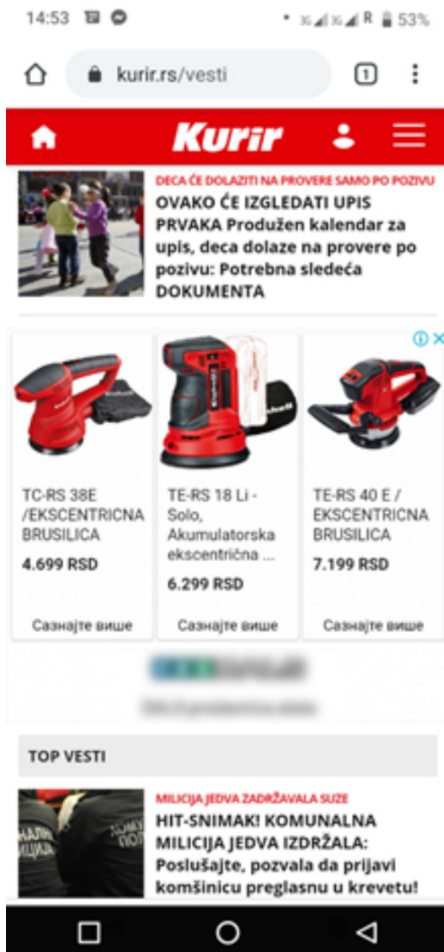
Google adwords kampányok és bevétel

(melyik kampány, termék mennyire sikeres) lehet adott terméket nagyobb költséggel, másikat kisebb költséggel kellene reklámozni.

Kampány/Kampányazonosító	Ügyfélszerzés					Viselkedés			Konverziók E-kereskedelem		
	Kattintások ↓	Költség	CPC	Felhasználók	Munkamenetek	Visszaforulási arány	Oldal / munkamenet	E-kereskedelmi konverziós arány	Tranzakciók	Bevétel	
	12 633 % a teljesből: 100,00% (12 633)	106 491 RSD % a teljesből: 100,00% (106 491 RSD)	8 RSD Átl. a következő nézethez: 8 RSD (0,00%)	7 391 % a teljesből: 78,32% (9 437)	12 670 % a teljesből: 75,48% (16 787)	58,82% Átl. a következő nézethez: 61,03% (-3,61%)	2,30 Átl. a következő nézethez: 2,24 (2,93%)	1,35% Átl. a következő nézethez: 1,49% (-9,37%)	171 % a teljesből: 68,40% (250)	494 317 RSD % a teljesből: 70,68% (699 376 RSD)	
1.	5 209 (41,23%)	45 531 RSD (42,76%)	9 RSD	3 654 (41,88%)	5 353 (42,25%)	48,48%	2,65	1,72%	92 (53,80%)	271 258 RSD (54,88%)	
2.	3 278 (25,95%)	31 652 RSD (29,72%)	10 RSD	2 316 (26,54%)	3 235 (25,59%)	54,78%	2,51	1,24%	40 (23,39%)	121 112 RSD (24,50%)	
3.	2 125 (16,82%)	9 359 RSD (8,79%)	4 RSD	1 085 (12,44%)	1 932 (15,23%)	84,21%	1,39	0,67%	13 (7,60%)	27 935 RSD (5,65%)	
4.	1 647 (13,04%)	16 580 RSD (15,57%)	10 RSD	1 364 (15,63%)	1 750 (13,81%)	66,80%	2,00	1,37%	24 (14,04%)	69 783 RSD (14,12%)	
5.	374 (2,96%)	3 369 RSD (3,16%)	9 RSD	286 (3,28%)	380 (3,00%)	72,63%	1,80	0,53%	2 (1,17%)	4 230 RSD (0,86%)	

Dinamikus remarketing példa


ez a dinamikus remarketing, bár ez nem a , hanem a . A lényeg, ha valaki járt az oldalon, megnézett pl. 3 terméket és utána olvassa a  oldalon akkor pont az a 3 termék fog megjelenni amit ő nézett, ami őt érdekelte (képpel, árral). Ha rákattint, azonnal megy a webshop oldalára.



14:53 • 53%
kurir.rs/vesti


Kurir

DECA ĆE DOLAZITI NA PROVERE SAMO PO POZIVU
OVAKO ĆE IZGLEDATI UPIS PRVAKA Produžen kalendar za upis, deca dolaze na provere po pozivu: Potrebna sledeća DOKUMENTA




TC-RS 38E /EKSCENTRICNA BRUSILICA
4.699 RSD

Saznajte više



TE-RS 18 Li - Solo, Akumulatorska ekscentrična ...
6.299 RSD


Saznajte više



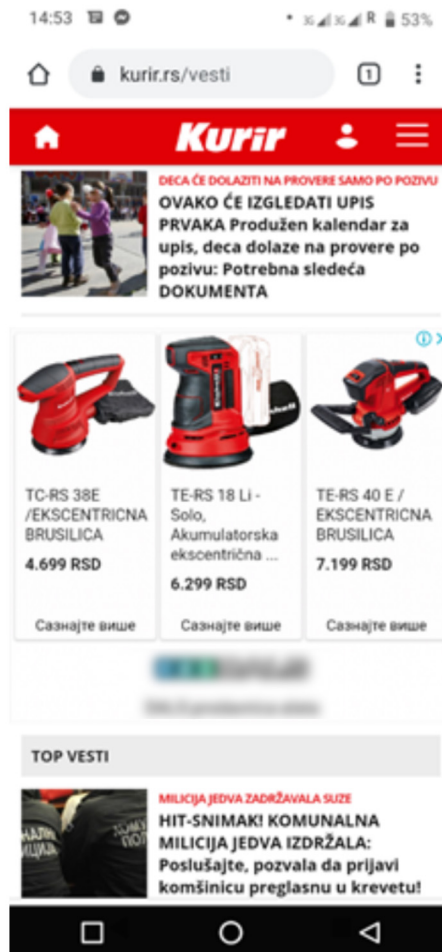
TE-RS 40 E / EKSCENTRICNA BRUSILICA
7.199 RSD

Saznajte više

TOP VESTI




MILICIJA JEDVA ZADRŽAVALA SUZE
HIT-SNIMAKI KOMUNALNA MILICIJA JEDVA IZDRŽALA:
 Poslušajte, pozvala da prijavi komšinicu preglasnu u krevetu!



14:53 • 53%
kurir.rs/vesti


Kurir

DECA ĆE DOLAZITI NA PROVERE SAMO PO POZIVU
OVAKO ĆE IZGLEDATI UPIS PRVAKA Produžen kalendar za upis, deca dolaze na provere po pozivu: Potrebna sledeća DOKUMENTA




TC-RS 38E /EKSCENTRICNA BRUSILICA
4.699 RSD

Saznajte više



TE-RS 18 Li - Solo, Akumulatorska ekscentrična ...
6.299 RSD


Saznajte više



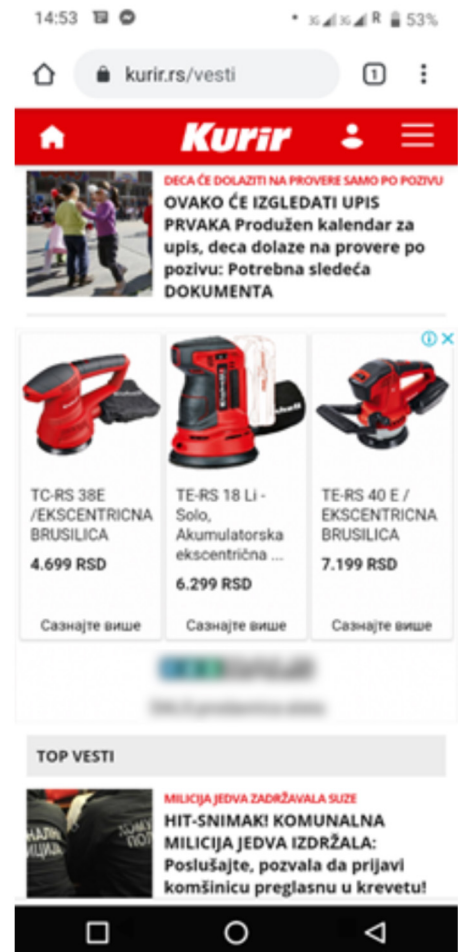
TE-RS 40 E / EKSCENTRICNA BRUSILICA
7.199 RSD

Saznajte više

TOP VESTI




MILICIJA JEDVA ZADRŽAVALA SUZE
HIT-SNIMAKI KOMUNALNA MILICIJA JEDVA IZDRŽALA:
 Poslušajte, pozvala da prijavi komšinicu preglasnu u krevetu!



14:53 • 53%
kurir.rs/vesti


Kurir

DECA ĆE DOLAZITI NA PROVERE SAMO PO POZIVU
OVAKO ĆE IZGLEDATI UPIS PRVAKA Produžen kalendar za upis, deca dolaze na provere po pozivu: Potrebna sledeća DOKUMENTA




TC-RS 38E /EKSCENTRICNA BRUSILICA
4.699 RSD

Saznajte više



TE-RS 18 Li - Solo, Akumulatorska ekscentrična ...
6.299 RSD


Saznajte više



TE-RS 40 E / EKSCENTRICNA BRUSILICA
7.199 RSD

Saznajte više

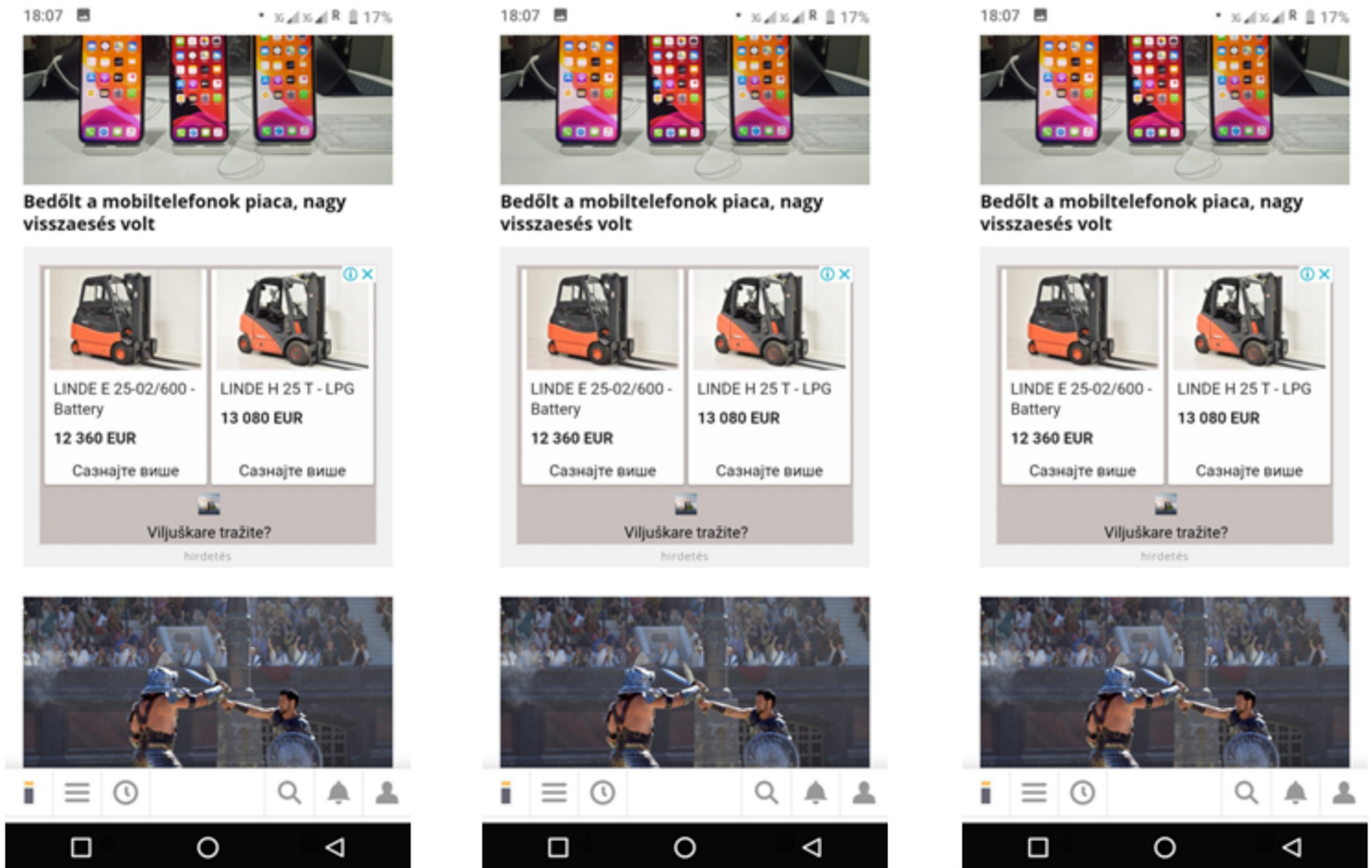
TOP VESTI



MILICIJA JEDVA ZADRŽAVALA SUZE
HIT-SNIMAKI KOMUNALNA MILICIJA JEDVA IZDRŽALA:
 Poslušajte, pozvala da prijavi komšinicu preglasnu u krevetu!

Dinamikus remarketing

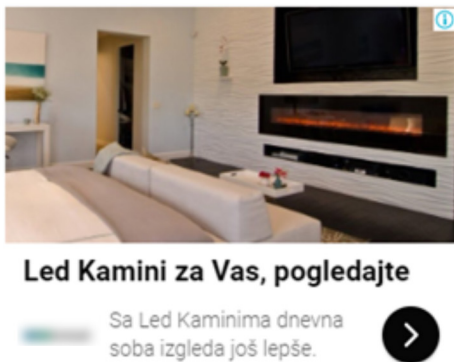
(melyik kampány, termék mennyire sikeres) lehet adott terméket nagyobb költséggel, másikat kisebb költséggel kellene reklámozni.



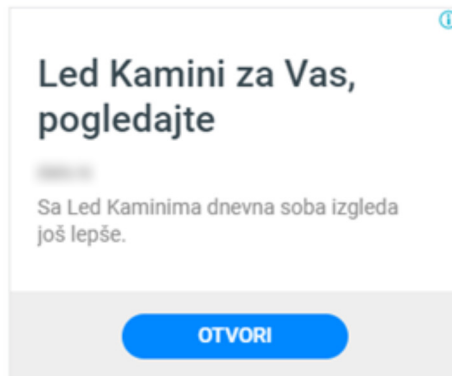
Sima remarketing

Ez pedig a sima remarketing, amikor nincs dinamikus, vagyis ott mi választunk képet, szöveget, mindenkinek ez jelenik meg. A dinamikus remarketinghez szükség van programozásra is.

Example of your image ad at 300x250



Example of your text ad at 300x250



Example of your native ad at 300x250



Example of your image ad at 300x250



Led Kamini za Vas, pogledajte

Sa Led Kaminima dnevna soba izgleda još lepše.



Example of your text ad at 300x250

Led Kamini za Vas, pogledajte

Sa Led Kaminima dnevna soba izgleda još lepše.

OTVORI

Example of your native ad at 300x250



Električni kamini za lepši dom.
Pogledajte našu ponudu.

Posjetite web-lokaciju >

Example of your image ad at 300x250



Led Kamini za Vas, pogledajte

Sa Led Kaminima dnevna soba izgleda još lepše.



Example of your text ad at 300x250

Led Kamini za Vas, pogledajte

Sa Led Kaminima dnevna soba izgleda još lepše.

OTVORI

Example of your native ad at 300x250



Električni kamini za lepši dom.
Pogledajte našu ponudu.

Posjetite web-lokaciju >

Statistika képernyőméret szerint



Kattintás: 1111
Vásárlás: 2222
Összeg: 55.555 RSD

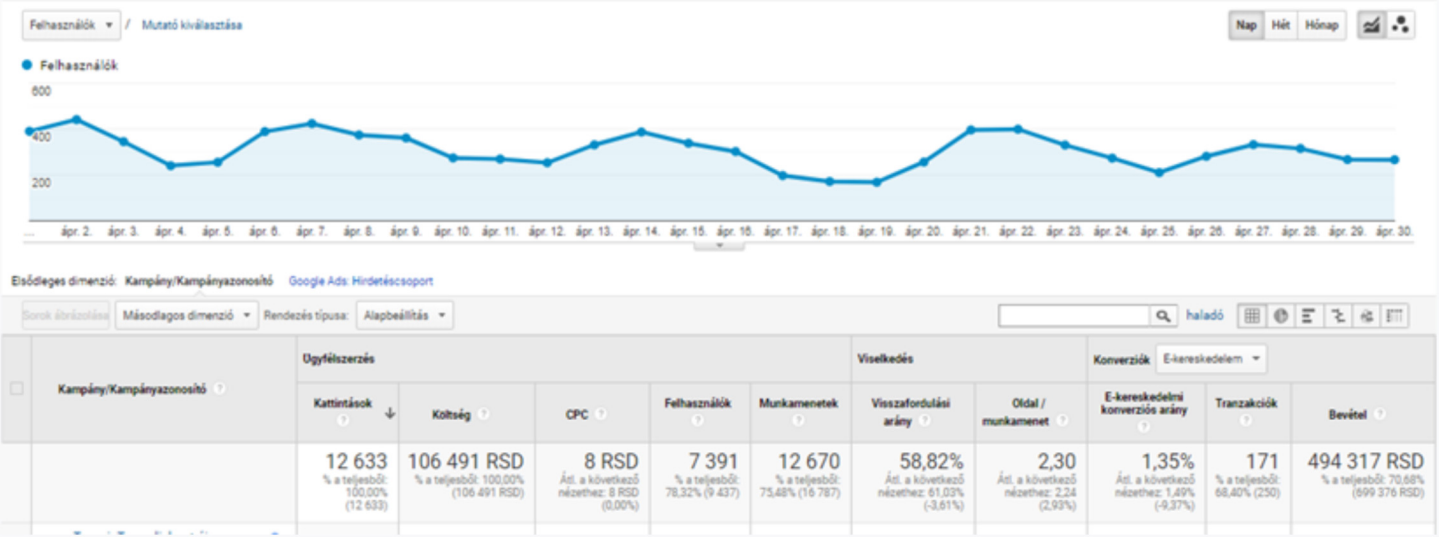


Kattintás: 1111
Vásárlás: 2222
Összeg: 55.555 RSD

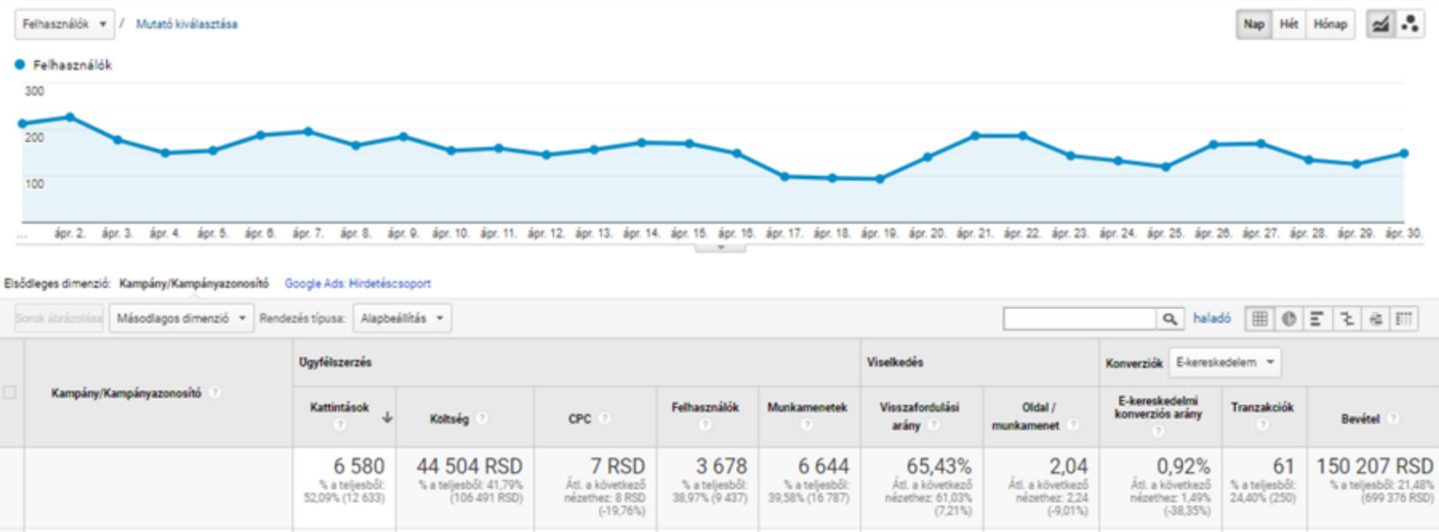


Kattintás: 1111
Vásárlás: 2222
Összeg: 55.555 RSD

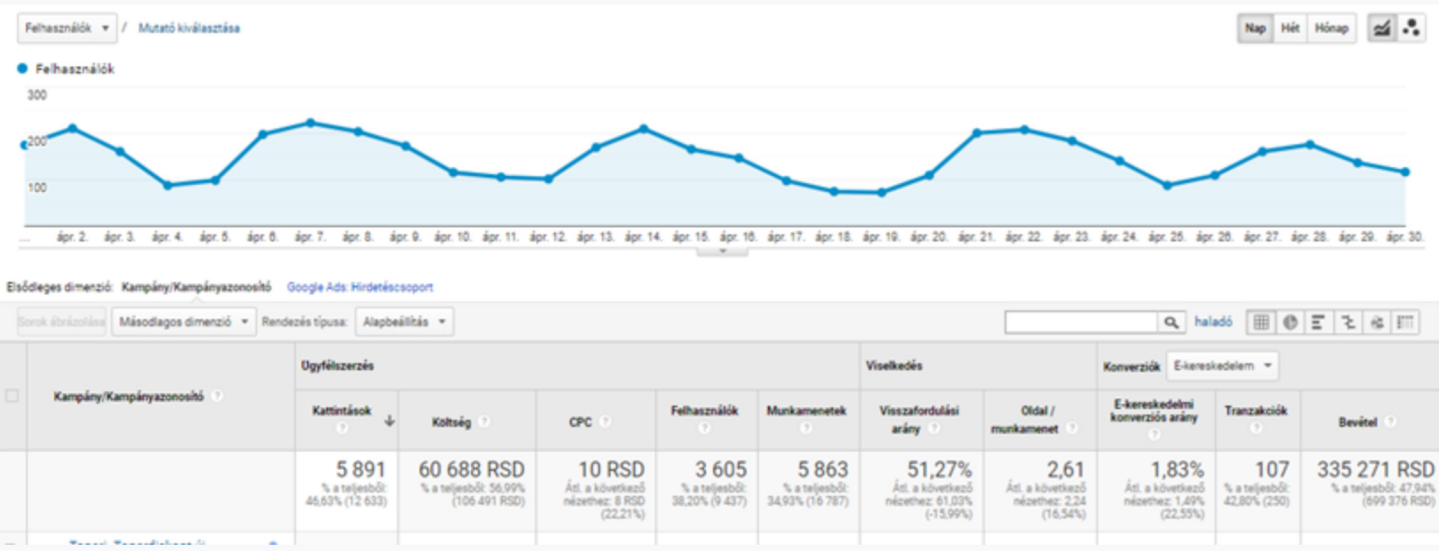
Meg tudjuk mutatni az ügyfélnek azt is, mennyi látogató érkezett mobilról, asztali gépről vagy tabletről a honlapra pl. [redacted] mind (kép alul-minden eszköz összesen) 106491 din. költés, 494317 din. bevétel.



[redacted] ads csak mobilról költés 44504 din., bevétel 150207 din.



[redacted] asztali gép (laptop) költés 60688 din., bevétel 335271 din.



További információk

Természetesen mérjük a direkt eladásokat is a honlapon, de sokan pl. telefonon vásárolnak, de először a hirdetést látták - vagyis nem tudunk minden egyes vásárlást mérni, hogy pontosan honnan indult. Lehet hirdetésre kattintott, megnézte a remarketinget a Blic-en de utána beírta a honlap címet a Google-be és vásárolt stb.

Itt látszik, milyen lépésekből állt, mire eljutott a vásárlásig a honlapon. Persze amikor pl. telefonon hívta az ügyfelet, úgy rendelt, azt itt nem látjuk, de az összes lépést látjuk, mikor a webshopban rendelt - melyik útvonalon ment és hányszor kattintott arra az útvonalra. Pl. fizetett keresés alapján egyszer jött a honlapra (kattintott a reklámra) - vásárolt, 200 alkalommal volt ilyen - viszont 46-an kétszer kattintottak a fizetett keresési hirdetésre, utána vásároltak (3. sor) stb.

MCF csatormacsoport útvonala	Konverziók	A konverzió értéke
1. Fizetett keresési	200 (34,07%)	288 227 RSD
2. Organikus keresés	60 (10,22%)	74 908 RSD
3. Fizetett keresési x 2	46 (7,84%)	44 464 RSD
4. Fizetett keresési → Közvetlen	28 (4,77%)	18 300 RSD
5. Fizetett keresési x 3	28 (4,77%)	43 902 RSD
6. Fizetett keresési → Organikus keresés	26 (4,43%)	32 814 RSD
7. Közvetlen	24 (4,09%)	23 943 RSD
8. Organikus keresés → Közvetlen	18 (3,07%)	19 645 RSD
9. Közvetlen x 2	16 (2,73%)	32 724 RSD
10. Fizetett keresési → Közvetlen x 2	6 (1,02%)	2 755 RSD