

Gjør deg klar til julehandelen



En sjekkliste som gjør deg klar til julehandelen

Hvis du vil finne ut mer om Shopping-kampanjer og få tips til juleplanlegging for Søk og Shopping, kan du lese de gode fremgangsmåtene våre på g.co/GoogleBP.

Et budsjett som tåler oppgangene og nedgangene i julehandelen

- ☐ 1. Ha et større budsjett for dager da visningsandelen din pleier å falle og antall søk eller konkurrentenes visningsandel pleier å øke.
Hvorfor: *Kundene er ikke like merkelojale som før – vær synlig når de leter etter produkter du selger.*
- ☐ 2. Opprett dagsbudsjett- og KPI-mål, og slå på varsler for å sikre at du ikke går over eller under.
Hvorfor: *Julesøk kan noen ganger være uforutsigbare, og derfor må du legge en plan for dette.*

Få fart på mobilbetalingen

- ☐ 3. Sørg for at mobilnettstedet ditt lastes inn på under to sekunder.
Hvorfor: *Kunder tror at raske sider er mer pålitelige, og forlater siden din hvis de må vente.*
- ☐ 4. Gjør det enkelt å konvertere på produktsidene dine ved å unngå mellomliggende annonser. Bruk også enkle rullegardinmenyer, og plassér produktprisen og en Legg i handlekurv-knapp på en synlig del av nettsiden.
Hvorfor: *Dra i land salget før kunden mister kjøpelysten.*
- ☐ 5. Legg til Chrome-autofylltagger for å redusere betalingstiden til kundene med 30 %.
Hvorfor: *Det er ikke gøy å fylle ut skjemaer på mobilen, så hjelp kjøperne med å hoppe over dette steget.*

Aktiver budgivning i sanntid med utvidet CPC

- ☐ 6. Bruk eCPC for å optimalisere for brukerkontekst og auksjonsdynamikker i tillegg til maks. CPC-bud.
Hvorfor: *Du opprettholder manuell kontroll over maks. CPC-budgivning og kan få opptil 7 % flere konverteringer eller salg til samme pris.*

Konverter flere kvalifiserte kunder med remarketinglister for shopping

- ☐ 7. Bruk signaler fra siden din for å komme med bud basert på målgruppen.
Hvorfor: *Bruk budendringer for målgruppen for å nå ut til kundene som besøkte siden din eller avbrøt betalingsprosessen.*

La kjøperne vite at du har det de trenger, i nærheten

- ☐ 8. Hvis du har en butikkfeed klar, kan du registrere deg for annonser for varer i butikk i innstillingene dine for Shopping-kampanjer.
Hvorfor: *Annonser for varer i butikk har de samme konverteringsfrekvensene som mobilannonser, men fordelene er at kundene sendes til de fysiske butikkene dine.*