

Checklista konfiguracji Google Ads

Ustawienia globalne konta:

- ☐ Poprawna strefa czasowa i waluta (weryfikacja przed startem)
- ☐ Konto połączone z Google Analytics 4 (GA4)
- ☐ Wykluczenie wszystkich kategorii aplikacji mobilnych (chyba że są celem)
- ☐ Wykluczenie urządzeń "TV screens" (telewizory)
- ☐ Lokalizacja ustawiona na "Obecność: Osoby znajdujące się w Twojej lokalizacji docelowej"
- ☐ Dodane wykluczenia lokalizacji, których nie obsługujesz

Konwersje i analityka:

- ☐ Zdefiniowane działania konwersji (Tag Google Ads lub import z GA4)
- ☐ Brak duplikacji konwersji (włączona tylko jedna metoda śledzenia jako główna)
- ☐ Poprawny priorytet: Cele biznesowe jako "Główne", mikro-cele jako "Poboczne"
- ☐ Ustawienia zliczania: "Każda" dla e-commerce / "Jedna" dla leadów

Strategia i budżet:

- ☐ Precyzyjnie określony cel kampanii (Sprzedaż, Leady)
- ☐ Odpowiedni typ kampanii (Search, PMax, Shopping)
- ☐ Strategia stawek dostosowana do historii konta (np. Max Kliknięć na start, unikanie ROAS bez danych)
- ☐ Ustawiony harmonogram reklam (wykluczenie godzin nocnych/weekendów jeśli brak obsługi)

Struktura i spójność:

- ☐ Struktura kampanii odzwierciedla kategorie sklepu/usług
- ☐ Performance Max: Podział na grupy zasobów i grupy produktów
- ☐ Zachowana spójność: Słowo kluczowe -> Treść reklamy -> Landing Page

Kreacje reklamowe:

- ☐ Ocena skuteczności reklamy (RSA): "Dobra" lub "Świetna"
- ☐ Poprawność językowa i brak literówek
- ☐ Zastosowanie języka korzyści w nagłówkach i opisach
- ☐ Końcowy adres URL działa poprawnie (brak błędu 404)
- ☐ Dodane zasoby (rozszerzenia): Linki do podstron, Objasnienia, Informacje w witrynie
- ☐ Dodane zasoby kontaktowe: Połączenia, Formularz (jeśli dotyczy)

Landing page i technikalia:

- ☐ Wdrożony Consent Mode v2 (wymóg konieczny w UE)
- ☐ Aktywny certyfikat SSL (https)
- ☐ Szybkie ładowanie strony na urządzeniach mobilnych
- ☐ Przetestowana ścieżka klienta (formularz, koszyk, CTA)

Merchant Center:

- ☐ Diagnostyka GMC: Brak krytycznych błędów i odrzuceń
- ☐ Tytuły produktów zawierają słowa kluczowe (Marka + Model + Cechy)
- ☐ Uzupełnione kody GTIN dla produktów markowych
- ☐ Poprawne połączenie konta GMC z Google Ads

Finalne testy:

- ☐ Debugowanie konwersji (testowe zamówienie widoczne w GA4/Ads)
- ☐ Weryfikacja tagowania (UTM/gclid) - czy nie psują URL
- ☐ Weryfikacja wyświetlania przez "Podgląd i diagnostykę reklam" (nie w Google!)