BESPLATAN ŠABLON · V1

Šablon Google Ads audit izveštaja

Izveštaj koji se završava odlukama: šta prvo da popravite, za šta da prestanete da plaćate i šta ostaje. Popunite zagrade i obrišite sive napomene.

FIRMA	*[Naziv firme]*
NALOG	*[Google Ads ID naloga]*
PREGLEDANI PERIOD	*[npr. poslednjih 90 dana: od 3. avg. do 31. okt.]*
IZRADIO	*[Ime, uloga]*
DATUM	*[Datum izveštaja]*

KAKO SE KORISTI ŠABLON

1. Popunjavajte delove redom. Deo 3 (merenje) ide pre dela 4 (novac).
2. Svaki nalaz mora imati dokaz: broj sa izvorom ili snimak ekrana.
3. Rezime (strana 2) pošaljite vlasniku. Tim radi po delovima 2-7.

1 Rezime na jednoj strani
2 Obim i podaci
3 Merenje pre svega
4 Gde ide novac
5 Tabela nalaza
6 Plan: 2 nedelje, 30 dana, 90 dana
7 Šta radi i ostaje

Slobodan Jelisavac
Google Ads konsultant · 10+ godina · slobodan-jelisavac.com

odluke, ne spisak

1 REZIME NA JEDNOJ STRANI

Zaključak na jednoj strani

Ovu stranu čita vlasnik. I ako ne pročita ništa drugo, zna šta da radi ove nedelje.

ZAKLJUČAK

[Jedna ili dve rečenice.] PRIMER

Nalog može da raste, ali se kupovine broje dvaput, a oko trećine potrošnje na generičke pretrage (bez imena firme) ne donosi prodaju. Prvo popravite merenje, pa smanjite gubitak.

3 najskuplja problema

#	PROBLEM	NOVAC U IGRI	PRVI KORAK	DEO
1	*Kupovine se broje dvaput, pa licitiranje uči iz pogrešnih brojeva.*	*Ceo budžet se troši po pogrešnim podacima*	*Uklonite duplirani tag*	*3*
2	*Termini pretrage sa troškom, bez prodaje u 90 dana.*	*[x]% potrošnje na generičke pretrage*	*Dodajte negativne ključne reči*	*4, 5*
3	*Brend i generičke pretrage u istoj kampanji.*	*Generičke pretrage izgledaju bolje nego što jesu*	*Izdvojite brend u posebnu kampanju*	*5*

PRVI KORAK OVE NEDELJE

[Jedna radnja, jedna osoba, jedan datum.] Programer do petka uklanja tag iz koda sajta.

ŠTA MI TREBA OD VAS

[Odluke ili pristup.] Odobrenje da pauziram 3 kampanje. Pristup izveštaju o porudžbinama u prodavnici, samo za čitanje.

STANJE MERENJA (DEO 3)

Pouzdano | Delimično pouzdano | Nepouzdano *Zaokružite jedno. Ako je nepouzdano, svaki broj u delovima 4-6 je privremen.*

Primeri u sivoj boji su ilustrativni. Zamenite ih brojevima vašeg naloga.

2 OBIM I PODACI

Šta sam proverio, a šta nisam

Period	*[Opseg datuma i period poređenja, ako postoji]*
Nalozi i alati	*[Google Ads, GA4, Merchant Center, Tag Manager, CRM ili prodavnica]*
Nivo pristupa	*[Google Ads: samo čitanje, GA4: Viewer, ...]*
Nije provereno	*[Napišite jasno, npr. brzina odredišne stranice, Microsoft Ads, prodaja van interneta]*
Pretpostavke	*[npr. prosečna marža 35% po podacima vlasnika, nije proverena]*

3 MERENJE PRE SVEGA

Možemo li da verujemo podacima o konverzijama?

PROVERA	STATUS	DOKAZ	NAPOMENA
Primarne konverzije	U redu	*Stranica Goals: 1 primarna konverzija (kupovina)*	
Vrednosti konverzija	Proveriti	*Vrednosti uključuju PDV i dostavu*	*Dogovorite jedno pravilo*
Duplikati	Popraviti	*Tag Assistant: 2 poziva po porudžbini*	*Kod sajta + Tag Manager*
Consent Mode	Nepoznato	*[Stanje banera i Consent Mode-a]*	
Ads, analitika i prodavnica	Popraviti	*Poslednjih 30 dana: Ads [x], GA4 [y], prodavnica [z] porudžbina*	*Razlika objašnjena?*
Enhanced conversions	Nepoznato		
Kvalitet upita (lead gen)	Ne važi	*[Da li prodajni tim označava dobre i loše upite?]*	

USLOV

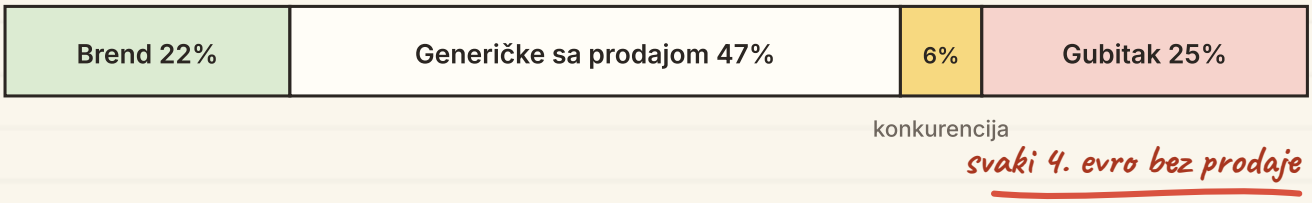
Ako je merenje **nepouzdano**, prvo ga popravite. Označite delove 4-6 kao privremene dok podaci ne budu čisti najmanje 14 dana.

4 GDE IDE NOVAC

Koji deo budžeta zaista radi

Podelite potrošnju na dva načina: po tipu kampanje i po nameri pretrage. Gubitak je potrošnja bez konverzije u tom periodu.

Potrošnja po nameri pretrage ilustrativno



Nacrtajte istu traku za svoj nalog. Crveni deo ide u tabelu nalaza.

TIP KAMPANJE	UDEO POTROŠNJE	UDEO KONVERZIJA	CPA ILI ROAS	KOMENTAR
Search, brend	*[%]*	*[%]*		*Da li bi se ove kupovine desile i bez oglasa?*
Search, generičke	*[%]*	*[%]*		
Shopping / Performance Max	*[%]*	*[%]*		*Koliki deo Performance Max-a je brend?*
Demand Gen / YouTube / Display	*[%]*	*[%]*		
Ostalo	*[%]*	*[%]*		

GUBITAK U PERIODU

[x]% potrošnje na pretrage ili plasmane sa 0 konverzija. Izvor: izveštaj Search terms, [datumi].

BREND I GENERIČKE PRETRAGE

Brend: [x]% potrošnje, [y]% konverzija. CPA samo za generičke pretrage: [z].

5 TABELA NALAZA

Svaki nalaz, poređan po uticaju na novac

Jedan red po nalazu. Poređajte po uticaju na novac, pa po naporu. Bez dokaza nema reda.

#	NALAZ	DOKAZ	UTICAJ NA NOVAC	NAPOR	KO RADI	KADA	STATUS
1	*Svaka kupovina se broji dvaput*	*Tag Assistant: 2 poziva po porudžbini*	Visok	Nizak	*Programer*	*Nedelja 1*	*Otvoreno*
2	*Termini pretrage sa troškom, bez prodaje*	*Izveštaj Search terms, 90 dana*	Visok	Nizak	*Menadžer naloga*	*Nedelja 1*	*Otvoreno*
3	*Brend i generičke pretrage u istoj kampanji*	*Udeo brenda u konverzijama*	Srednji	Srednji	*Menadžer naloga*	*Dan 30*	*Otvoreno*
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							

UTICAJ NA NOVAC

- Visok košta svaki dan
- Srednji usporava rast
- Nizak poželjno

NAPOR

- Nizak manje od 1 dana
- Srednji 1-5 dana
- Visok traži projekat

STATUS

Otvoreno · U toku · Završeno · Ne radimo (uz razlog)

6 PLAN: 2 NEDELJE, 30 DANA, 90 DANA

Šta ide prvo, a šta čeka

PRVE 2 NEDELJE

Zaustavite gubitak

- ☐ *Popravite duplirani tag za kupovinu (#1)*
- ☐ *Dodajte negativne ključne reči iz termina pretrage za poslednjih 90 dana (#2)*
- ☐ [ ]

30 DANA

Popravite strukturu

- ☐ *Izdvojite brend u posebnu kampanju (#3)*
- ☐ *Ponovo postavite ciljeve licitiranja na čistim podacima*
- ☐ [ ]

90 DANA

Odlučujte na osnovu podataka

- ☐ *Uporedite rezultate sa rezimeom*
- ☐ *Testirajte ono za šta je trebalo više podataka*
- ☐ [ ]

7 ŠTA RADI I OSTAJE

Ovo ne diramo

Novi tim često hoće sve da menja. Ova lista štiti ono što već radi.

ŠTA RADI	DOKAZ	ZAŠTO OSTAJE
Brend kampanja	*Stabilan CPA 12 meseci*	*Jeftine konverzije. Izmene resetuju učenje.*

SLEDEĆI PREGLED

[Datum] · uporedite sa 3 problema na strani 2

PROVERITE OVAJ IZVEŠTAJ POMOĆU 5 PITANJA

Da li je merenje prvo provereno? Dokaz? Uticaj i na osnovu čega? Šta prestajemo da plaćamo? Ko šta radi i do kada?

Treba vam neko da napiše ovaj izveštaj za vaš nalog? Zatražite audit na slobodan-jelisavac.com/sr/usluge/google-ads-audit. Vodič uz šablon: slobodan-jelisavac.com/sr/blog/google-ads-audit-izvestaj-sablon