Mniej zgadywania.
Więcej kontroli.

Dane demonstracyjne. Poniższe alerty pokazują formę raportu i nie opisują rzeczywistego konta klienta.

01 / WYDATKI BEZ KONWERSJI

412 zł

Kampania „Brand + Generic” wydała 412 zł na frazę „tanie meble ogrodowe” bez konwersji w ostatnich 30 dniach.

Rekomendacja: sprawdź trafność frazy. Dodaj ją jako wykluczenie na poziomie kampanii lub zawęź dopasowanie do ścisłego. Decyzję oprzyj też na wartości i opóźnieniu konwersji.

02 / ŚLEDZENIE KONWERSJI

Sprawdź, czy Google Ads i GA4 nadal rejestrują kluczowe zdarzenia po zmianach w sklepie.

Rekomendacja: wykonaj testowe przejście ścieżki zakupu i porównaj dane w obu systemach. Kwotę ryzyka można określić dopiero po analizie konta.

03 / JAKOŚĆ REKLAM

Zweryfikuj siłę reklam RSA i komunikaty o odrzuceniu lub ograniczeniu wyświetlania.

Rekomendacja: uzupełnij zróżnicowane nagłówki i opisy. Usuń przyczynę odrzucenia przed oceną wpływu na wyniki kampanii.

Audyt pokazuje przeszłość. Monitoring pilnuje kolejnych tygodni.

14 dni za darmo · Solo 99 zł · Sklep 199 zł · Agencja 499 zł / mies. netto