

CTR

frazy: ctr google ads, click through rate google ads

meta: Czy współczynnik klikalności jest ważny? Jak poprawić CTR? Kliknij i zobacz wszystko, co musisz wiedzieć o CTR w Google Ads.

na czerwono zaznaczyłam, gdzie można by kilka zagadnień podlinkować do artykułów, które są już na blogu i dotyczą danego tematu

CTR - co trzeba o nim wiedzieć

CTR to jeden ze wskaźników skuteczności kampanii Google Ads. Wskaźnik, który trzeba znać i nad którym warto pracować. Szczególnie jeżeli zależy Ci na dobrze zarabiającej kampanii reklamowej. Mój artykuł wyjaśnia **czym jest CTR**, dlaczego opłaca się nad nim pracować i w jaki sposób to robić.

CTR - co to jest?

CTR, czyli **Click Through Rate to współczynnik klikalności**. Dzięki niemu poznasz stosunek liczby kliknięć w Twoją reklamę do liczby jej wyświetleń, czyli dowiesz się jak często po wyświetleniu reklamy klienci faktycznie w nią kliknęli. Wartość ta podawana jest w skali procentowej. Jeżeli reklama zostanie wyświetlona przez 1000 klientów, a kliknie w nią 150 osób, wtedy wskaźnik klikalności wyniesie 15%. Dane na temat wysokości CTR znajdziesz w Google Search Console i w Google Analytics. Wzór, którym wyliczysz CTR:

$$\text{CTR} = (\text{kliknięcia} / \text{wyświetlenia}) \times 100\%$$

Twoim celem powinien być jak najwyższy CTR, bo potwierdza, że Twoja reklama zainteresowała wielu użytkowników sieci.

Co wpływa na CTR?

Wyróżnia się trzy podstawowe elementy wpływające na wysokość wskaźnika CTR, są to:

1. **pozycja reklamy** w wynikach wyszukiwania;
2. **treść reklamy**, czyli to, co ma przekonywać internautów do kliknięcia właśnie w Twoją reklamę;
3. **trafność reklamy**, która określa czy klient znajdzie u Ciebie treści zgodne z jego zapytaniem.

Jaki CTR jest dobry?

Interpretacja wyniku współczynnika klikalności zależy od wielu czynników. Można przyjąć dość ogólnie, że **im wyższy CTR tym lepiej**. Jednak zarówno 1%, jak i 20% CTR może być dobrym wynikiem. Wszystko zależy od charakterystyki branży, skali sprzedaży, rodzaju prowadzonych działań marketingowych, tego czy reklama wyświetla się wyłącznie w Google czy też w sieci reklamowej, itp. Co najważniejsze, **CTR to tylko jeden ze wskaźników mierzenia skuteczności kampanii w Google**. Celem otrzymania pełnego obrazu

efektywności reklamy warto zestawić Click Through Rate z innymi wskaźnikami, np. współczynnikiem odrzuceń, konwersji i przede wszystkim współczynnikiem ROI.

Jak zwiększyć Click Through Rate?

Możliwości jest sporo, poniżej kilka propozycji działań, które przy odpowiednim wdrożeniu szybko przynoszą pożądane efekty

- skup się na **organizacji konta** - grupy reklam dla konkretnych zagadnień z oferty
- zainwestuj czas w **wyselekcjonowanie słów kluczowych**
(<https://zielinskijerzy.pl/blog/jak-dobierac-slowa-kluczowe/>)
- zwróć uwagę na **typy dopasowań** - ściśle generuje więcej kliknięć, bo reklamy są bardziej trafne
- zastosuj **wykluczające słowa kluczowe**
(<https://zielinskijerzy.pl/blog/typy-dopasowan-w-google-ads-jak-wdrozyc-i-zastosowac/>)
- testuj **różne warianty reklamy**
- dopracuj **teksty reklamowe**
- dopieść **nagłówki**, i najlepiej rozszerz go
- pamiętaj o **CTA**
- korzystaj z **rozszerzeń reklam**.

Współczynnik klikalności jako jeden ze wskaźników skuteczności kampanii Google AdWords łączy w sobie interesy Google, użytkowników wyszukiwarki oraz Twoje - reklamodawcy. Jeżeli dopracujesz swoją kampanię i zadbasz o jej wszystkie elementy, będziesz odpowiadał na potrzeby Internautów i efektywnie przyciągał ich do swojej strony www. A stąd już tylko krok do realizacji założonego celu.