



**FDCONSULT**

# **DIGITALNI MARKETING KURSEVI**

Google



YouTube

[FDCONSULTS.COM](https://FDCONSULTS.COM)

## **1. Uvid u Google i YT reklame**

- Uvod u kurs:
- Ukratko o FD Consultu.
- Šta su Google i YT reklame.
- Gde se Google reklame prikazuju.
- Google pretraga.
- Google "Display Network" (sajtovi koji prikazuju google reklame).
- YouTube.

## **2. Kreiranje Google naloga za reklamiranje**

- Kako napraviti Google nalog
- Povezivanje naloga za plaćanje

## **3. Navigacija kroz Google ads menadžer**

### **3.1 Pregled naloga**

### **3.2 Kampanje:**

- Nivo kampanje
- Ad group nivo
- Nivo reklame
- Pretraga
- Segmentacija
- Kolone
- Izveštaji
- Skidanje
- Proširivanje kolone
- Više

Pitanja i odgovori ???

### **3.3 Podešavanja:**

- Podešavanje kampanja.
- Podešavanje naloga.
- Istorija promena.
- Lokacija.
- Izuzete lokacije.

Pitanja i odgovori ???

## **4. Alatke i sadržaj:**

### **4.1 Planiranje**

- Planer performansi (ne preterano korisno).
- Planer ključnih reči.
- „Reach planer“.

### **4.2 Biblioteka**

- „Audience Menager “
- Strategija Bidovanja
- Lista Negativnih ključnih reči
- Deljeni budžet
- Grupe Lokacija
- „Placement exclusion“ lista

### **4.3 Grupne akcije**

### **4.5. Merenja (Statistika)**

- Konverzije
- Podešavanje konverzija
- Lead
- Kupovina
- Google Analitika
- Kako instalirati Google analitiku

### **4.6 Podešavanja**

### **4.7 Naplata:**

- Pregled
- Transakcije
- Dokumenti
- Promocije (Bonusi)
- Podešavanja

Pitanja i odgovori ???

## **5. Vrste kampanja na Googlu:**

- Prodaja.
- Lidovi.
- Poseta.
- Proizvod i Brend razmišljanje (izbegavati).
- Brend prepoznatljivost i domet.
- Promocija aplikacije.
- Promocija lokacije i povećanje fizičke posete.
- Kampanje bez objektiva.

Pitanja i odgovori ???

## **6. Tipovi Kampanja:**

- Pretraga.
- Maksimalne performance.
- Displej kampanje.
- Prodaja.
- Video Kampanje (YT).
- „Discovery“.

Pitanja i odgovori ???

## **7. Ključne reči**

- Broad reči
- Fraze
- Striktne ključne reči
- Negativne ključne reči

## **8. „Placements“**

## **9. Topics**

\*Test Kreirati BM nalog

## **Dan 2:**

### **10. Kreiranje „Search“ kampanja**

#### **10.1 Ime kampanja**

#### **10.2 Budžet**

#### **10.3 Bidovanje**

- Konverzije
- Cena konverzije
- Klikovi

#### **10.4 Podešavanje cene akcije po akciji (Target CPA)**

#### **10.5 Manuelno podešavanje strategije bidovanja:**

- Maksimalan broj konverzija
- Maksimalan broj klikova
- Maksimalna cena konverzije
- Manualno podešavanje cene po kliku

#### **10.6 Rotacija reklama**

- Optimizovano: Forsiraj najbolje reklame
- Ne optimizuj: Rotiraj reklame večno (preporučeno)

#### **10.7 Mesta gde će se reklame prikazivati:**

- „Search Network“ (preporučljivo samo ovde)
- „Display Network“

#### **10.8 Lokacija**

#### **10.9 Jezik**

#### **10.10 Segmentiranje publike**

#### **10.11 Dynamic Search Ads**

#### **10.12 Podešavanje početka kampanje**

#### **10.13 Koliko dugo će reklame raditi dnevno**

#### **10.14 Podešavanje cene bidovanja**

#### **10.16 Podešavanje ključnih reči**

#### **10.17 Podešavanje reklama**

## **11. Ekstenzije:**

- „Site Link“ ekstenzije.
- „Callout“ ekstenzije.
- „Call“ ekstenzije.
- App ekstenzije.
- „Structured snippet“ ekstenzije.
- „Price“ ekstenzije.
- „Promocione“ ekstenzije.

\* Trikovi za veću uspešnost kampanja.

## **12. Kreiranje „Display“ kampanja**

### **12.1 Lokacija.**

### **12.2 Jezik.**

### **12.3 Rotacija reklama.**

### **12.4 Uređaji.**

### **12.5 Podešavanje vremena reklame.**

### **12.6 Isključivanje reklama na određenim mestima.**

### **12.7 Budžet.**

### **12.8 Bidovanje.**

### **12.9 Podešavanje targetovanja.**

- Demografija.
- Ključne reči (preporučeno).
- „Topics“.
- „Placements“.

### **12.10 Podešavanje reklame**

\* Trikovi za veću uspešnost kampanja.

## **13. Kreiranje „App“ kampanja**

- Podešavanje pod tipa kampanje.
- Podešavanje platforme.

### **13.1 Ime kampanje.**

**13.2 Lokacija.**

**13.4 Jezik.**

**13.5 Budžet.**

**13.6 Bidovanje.**

**13.7 Početak reklama.**

**13.8 Podešavanje reklame.**

\* Trikovi za veću uspešnost kampanja

## **14. Kreiranje „YT” kampanja**

- Naziv kampanje.
- Bid strategija.
- Budžet.
- Lokacija.
- Jezik.
- Uređaji.
- Frekvencija.
- Opcije za prikazivanje.
- Demografija.
- Segmentacija ciljne grupe.
- Kreiranje reklama.

\* Trikovi za veću uspešnost kampanja

## **15. Psihološki aspekt reklama**

- Naslovi.
- Tekstovi.
- Slike i Snimci.

## **16. Analitika i Optimizacija**

\*Test Napraviti reklamu po želji (u skladu sa poslovanjem koje zastupate).

**Bonus:** Kako profesionalno napraviti i voditi LinkedIn Biznis nalog