Ce trebuie sa stii ca sa ajungi intreg la destinatie cu #PPC Marketing

Structura campaniei pentru vacante trebuie centrata **pe oferte si pe audiente**.

Campanie S "all inclusive middle class"

Grup "Bulgaria – Nisipurile de Aur" ****4 Stele

Grup "Turcia – Antalia ****4 Stele"

Grup "vacante in general" - informare

Campanie Remarketing "de vara"

Grup **R**"Bulgaria – Nisipurile de Aur" ****4 Stele

Grup **R**"Turcia – Antalia ****4 Stele"

Grup **R**"vara"

O campanie cu destinatii multiple si un singur produs

1

Atentie la tipurile de potrivire: [exact match], "phrase match", broad match, +modified +broad +match

✔ ✘

[sejururi]	sejururi	sejururi la mare
"vacanta bulgaria"	oferte **vacanta bulgaria** **vacanta bulgaria** nisipuri pret **vacanta bulgaria**	pret vacante nisipuri vacanta in bulgaria
vacanta	**vacante la mare** **excursie la mare** **sejururi in Egipt**	papetarie Imobiliare
+vacanta +bulgaria	vacanta in bulgaria vacanta all inclusive bulgaria oferta bulgaria pentru vacanta	vacanta in egipt vacanta la munte

2

Atentie la sezonalitate!

Stabileste audiente specifice pe fiecare sezon si pentru fiecare categorie de oferte.

Nu pierde cautarile specifice altui sezon

3

Segmenteaza audienta demografic prin Facebook si remarketeaza prin **GDN**

4

Foloseste-te de social media pentru a identifica audiente interesate (foloseste UTM, tag blog posts) **Cultiva si colecteaza intentia!**

5

imperatortravel.ro
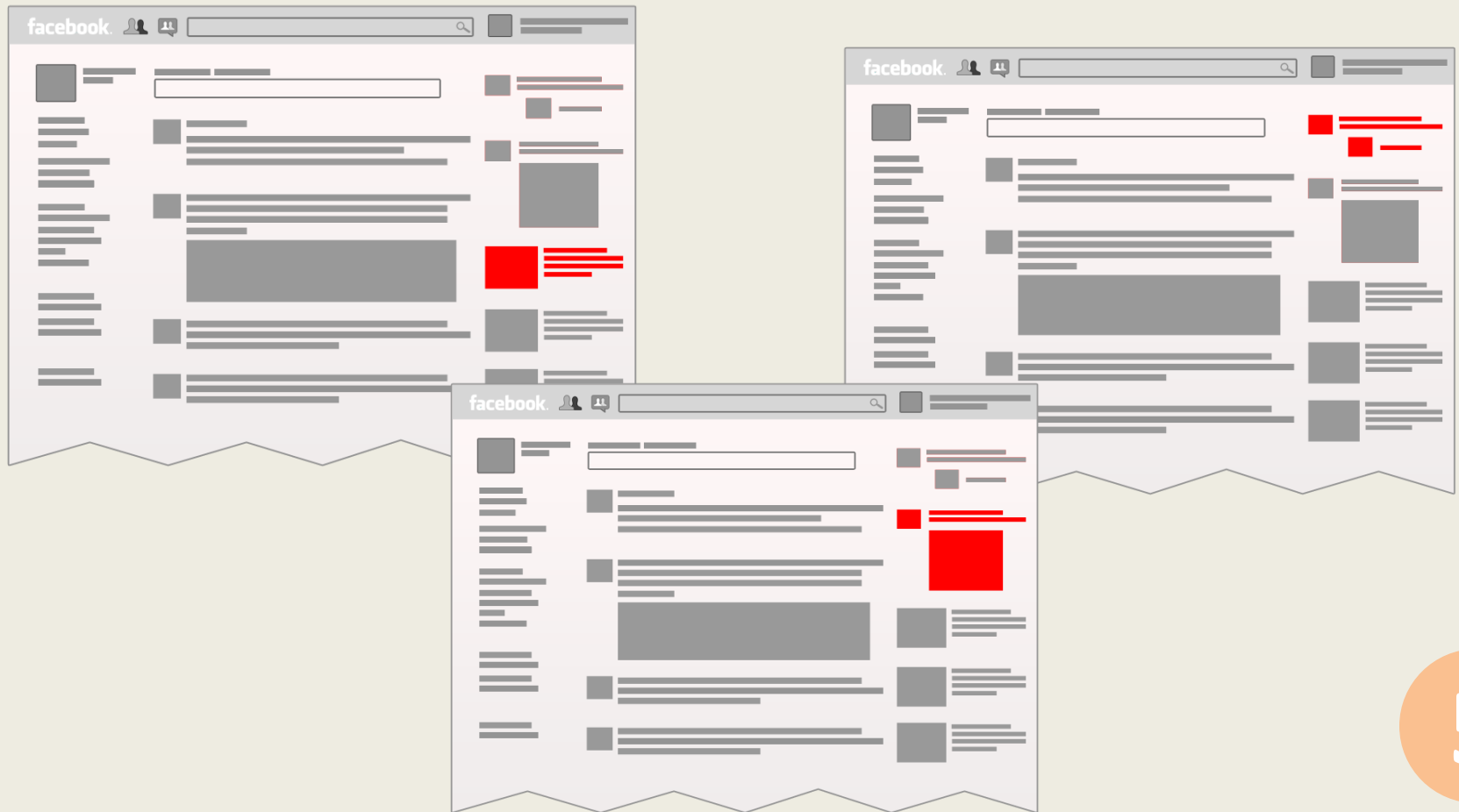
- 350.00 Ron **buget investit**
- 688 **click-uri**
- 255.159 **afisari ale reclamei**
- 0.27% **CTR**
- 0.51 RON **cost mediu pe click (cpc mediu)**

	Inainte	Dupa
Durata media a vizitei	03:21 min	04:41 min
Pagini / vizita	2,36	3.22
Bounce rate (rata de parasire)	58,20%	47.20%

5

Contextual advertising
GDN Travel, YouTube, Gmail, AdMob

6

Contextual advertising
YouTube

6

"Google goes through every word of every Gmail that's sent or received to sell ads"

Nu trebuie sa lipseasca liste de remarketing din toate sursele de trafic importante.

Resegmenteaza. Foloseste remarketing ca pe Email Marketing.

7

Analizeaza **cat de mult poti** numarul de telefoane primite si sursele performante de lead-uri.

- ❑ *"click pentru afisarea numarului"*
- ❑ *numar de telefon diferit incarcat pentru "refferal" diferit*

8

Intrebari si raspunsuri