



Република Србија
Министарство туризма и
омладине



RBC>I



Obuka Digitalni marketing

PROJEKAT: DIGITALNA KARIJERA NA KLIK

ONLINE SESIJA VII
20.11.2023. | 13-15H



Agenda

Uvod

Otvorena diskusija

Google Ads

SEO

Email marketing

Q&A

"DIGITALNA KARIJERA NA KLIK"

Googe Ads

UVOD ZA POČETNIKE

Šta je Google Ads?

- Google Ads je online platforma za oglašavanje koja omogućava brendovima da postignu svoju ciljanu publiku kroz Google pretraživač, partnerske sajtove, i druge kanale.



"DIGITALNA KARIJERA NA KLIK"

Kako funkcioniše Google Ads platforma?

1. OSNOVNI PRINCIPI

- Google Ads funkcioniše na principu plaćanja po kliku (PPC), što znači da oglašivači plaćaju svaki put kada neko klikne na njihov oglas.
- Oglasi se prikazuju na osnovu ključnih reči koje korisnici unesu u Google pretragu, kao i na partner sajtovima u Google-ovoj mreži.

2. AUTOMATIZACIJA I AI TEHNOLOGIJA

- Google Ads koristi napredne algoritme i AI tehnologiju za automatsko ciljanje i optimizaciju kampanja.
- AI tehnologija omogućava personalizaciju oglasa za svakog korisnika, prilagođavajući oglase na osnovu prethodnog ponašanja korisnika, interesovanja, lokacije, i drugih faktora.
- Automatizovani procesi uključuju dinamičko određivanje ponuda (bidding), odabir ključnih reči, i raspodelu budžeta, čime se maksimizuje efikasnost kampanja.

Kako funkcioniše Google Ads platforma?

Kako funkcioniše Google Ads platforma?

3. PRAĆENJE I ANALITIKA

- Google Ads nudi detaljne analitičke alate koji omogućavaju oglašivačima da prate performanse svojih kampanja u realnom vremenu.
- Oglašivači mogu da vide informacije kao što su broj klikova, impresija, stopa konverzije, i ROI (povraćaj investicije), čime se omogućava fina prilagođavanje kampanja.

Kako funkcioniše Google Ads platforma?

4. INTEGRACIJA SA GOOGLE ANALYTICS 4 (GA4)

- Integracija Google Ads i GA4 pruža unapređeni uvid u efikasnost reklamnih kampanja.
- Prednosti integracije obuhvataju unapređeno praćenje konverzija, bolje razumevanje publike, efikasniji remarketing i optimizaciju trošenja budžeta.

Kako funkcioniše Google Ads platforma?

5. INTEGRACIJA SA GOOGLE TAG MANAGER (GTM)

- Google Ads i Google Tag Manager zajedno nude napredno upravljanje i praćenje kampanja.
- GTM omogućava centralizovano upravljanje marketinškim tagovima i skriptama bez izmena koda sajta.
- Implementacija tagova za praćenje konverzija, remarketing i ciljanje postaje jednostavnija i fleksibilnija.
- Ova integracija doprinosi boljem razumevanju interakcija posetilaca sa oglasima i sajtom, što vodi ka efikasnijem prilagođavanju i optimizaciji kampanja.

Vrste oglasa na Google Ads platformi?

TEKSTUALNI OGLASI (SEARCH CAMPAIGNS)

- Ovi oglasi se pojavljuju u Google pretraživaču i fokusirani su na ciljanje ključnih reči. Kampanje su obično usmerene na povećanje vidljivosti u pretraživačkim rezultatima.
- Mogućnost kreiranja više varijacija naslova i opisa, sa AI odabirom najefikasnije kombinacije

Vrste oglasa na Google Ads platformi?

PERFORMANCE MAX ADS

- Integracija različitih AI algoritama i strategija licitiranja.
- Fokus na postizanju specifičnih ciljeva poput prodaje ili generisanja potencijalnih klijenata

Vrste oglasa na Google Ads platformi?

DISCOVERY ADS

- Oglasi koji se pojavljuju na YouTube, u Gmailu i tokom Google pretraga, ciljajući korisnike koji istražuju proizvode. Koristi kombinaciju tekstualnih, grafičkih i video formata

Vrste oglasa na Google Ads platformi?

YOUTUBE ADS

- Video oglasi koji se pojavljuju na YouTube-u, sa različitim formatima:
 - Bumper oglasi (Bumper ads): Kratki, nepreskočivi video oglasi koji traju do 6 sekundi.
 - In-stream oglasi (In-stream ads): Oglasi koji se prikazuju pre, tokom, ili posle glavnog videa. Mogu biti preskočivi (korisnici mogu preskočiti oglas nakon 5 sekundi) ili nepreskočivi (morate ih gledati do kraja).
 - Outstream oglasi (Outstream ads): Video oglasi koji se prikazuju samo na partnerima Google-a za video oglase, a ne na YouTube-u.
 - In-feed oglasi (In-feed ads): Video oglasi koji se pojavljuju u YouTube pretrazi ili na početnoj stranici, gde korisnici mogu da ih odaberu za gledanje.

Vrste oglasa na Google Ads platformi?

DISPLAY ADS

- Vizuelni oglasi koji se pojavljuju na Google Display mreži, uključujući sajtove i YouTube. Mogućnost korišćenja AI za optimizaciju prikaza.
- Osnovna razlika između Display Ads-a i YouTube je u tipu sadržaja (vizuelni vs. video) i u mestima prikazivanja (široka mreža vs. specifično YouTube i partneri)

Vrste oglasa na Google Ads platformi?

SHOPPING ADS

- Oglasi za e-trgovinu koji koriste katalog proizvoda za prikaz na Google pretrazi i Display mreži

Vrste oglasa na Google Ads platformi?

APP ADS

- Oglasi za promociju mobilnih aplikacija, sa ciljem povećanja instalacija ili angažmana korisnika

Vrste oglasa na Google Ads platformi?

SMART CAMPAIGNS

- Kampanje koje koriste Google AI za optimizaciju licitiranja, ciljanja i pozicioniranja oglasa

Ključni pojmovi u Google Ads-u

- **Ključne reči:** Osnovni element za ciljanje oglasa u pretrazi.
- **Ciljanje:** Odabir publike na osnovu lokacije, interesovanja, itd.
- **Budžetiranje i ponude:** Postavljanje budžeta i strategija licitiranja.
- **Analiza performansi:** Praćenje efikasnosti kampanja i optimizacija.

Ključni pojmovi u Google Ads-u

- **CPC (Cost Per Click):** Trošak po kliku, pokazuje koliko plaćate svaki put kada neko klikne na vaš oglas.
- **CPM (Cost Per Thousand Impressions):** Trošak po hiljadu prikaza, koristi se uglavnom za display i video kampanje.
- **Quality Score (Kvalitetni rezultat):** Ocena koja utiče na to koliko će vaši oglasi biti prikazani i koliko će koštati klikovi.
- **CTR (Click-Through Rate):** Procenat klikova na oglas u odnosu na broj prikaza, pokazuje efikasnost oglasa.
- **Conversion Rate (Stopa konverzije):** Procenat posetilaca koji izvrše željenu akciju (kupovinu, prijavu, itd.) nakon što kliknu na oglas.

Ključni pojmovi u Google Ads-u

- **Ad Rank (Rang oglasa):** Ovo je pozicija vašeg oglasa na stranici sa rezultatima pretrage, određena kombinacijom vašeg bid-a (licitacije), kvaliteta oglasa i stranice odredišta.
- **Impressions (Prikazi):** Broj puta koliko je vaš oglas prikazan korisnicima.
- **Max CPC Bid (Maksimalna CPC Licitacija):** Najviši iznos koji ste spremni da platite za klik na vaš oglas.
- **Keyword Match Types (Tipovi usklađivanja ključnih reči):** Različite opcije koje određuju kako će vaše ključne reči odgovarati upitima korisnika (npr. tačno usklađivanje, frazno usklađivanje).
- **Ad Extensions (Ekstenzije oglasa):** Dodatne informacije koje se mogu uključiti u vaše oglase, poput telefonskog broja, linkova do određenih stranica na vašem sajtu, lokacije i slično.

SEO

ZA POČETNIKE

Šta je SEO?

SEO (Search Engine Optimization) ili optimizacija za pretraživače je proces poboljšanja vidljivosti veb stranice u organskim (neplaćenim) rezultatima pretraživača.

Glavni cilj SEO-a je povećati kvalitet i količinu saobraćaja na veb stranici putem ciljanih ključnih reči i fraza.

SEO je ključan iz više razloga

POVEĆAVA VIDLJIVOST

Dobro optimizovane stranice se pojavljuju više u rezultatima pretraživanja, što dovodi do većeg broja posetilaca.

CILJA RELEVANTNU PUBLIKU

SEO omogućava da se vaša Veb stranica prikaže ljudima koji aktivno traže ono što nudite.

IZGRADNJA POVERENJA I KREDIBILITETA

Stranice koje se pojavljuju visoko u pretraživačima često se smatraju pouzdanijim.

POBOLJŠAVA KORISNIČKO ISKUSTVO

SEO zahteva optimizaciju Veb stranice, što dovodi do boljeg korisničkog iskustva.

DUGOROČNI REZULTATI

Za razliku od plaćenog oglašavanja, efekti SEO-a su dugoročni i nastavljaju da donose koristi i nakon prestanka aktivne optimizacije.

“DIGITALNA KARIJERA NA KLIK”

Vrste SEO-a

“DIGITALNA KARIJERA NA KLIK”

On-Page SEO (SEO na stranici)

- **Ključne reči:** Kako odabrati i koristiti ključne reči
- **Sadržaj:** Kreiranje optimizovanog, kvalitetnog i relevantnog sadržaja
- **Meta tagovi:** Optimizacija naslova i opisa
- **URL struktura:** Kako kreirati efikasne URL-ove
- **Fotografije:** Optimizacija fotografija i korišćenje alt tagova
- **Mobilna optimizacija:** Prilagođavanje sadržaja mobilnim uređajima

Off-Page SEO (SEO van stranice)

- **Backlinkovi:** Izgradnja kvalitetnih povratnih linkova
- **Društveni mediji:** Uticaj društvenih medija na SEO
- **Gostujući blogovi:** Kako koristiti gostujuće blogove za poboljšanje SEO-a
- **Online reputacija:** Upravljanje online reputacijom i njen uticaj na SEO

Tehnički SEO

- **Brzina učitavanja stranice:** Optimizacija za brže učitavanje
- **Responzivni dizajn:** Prilagođavanje veb stranice različitim uređajima
- **Sigurnost veb stranice:** Korišćenje HTTPS-a i zaštita od zlonamernog softvera
- **Struktura veb stranice:** Izgradnja logične strukture stranice

Search intent (namera pretraživanja)

Search intent odnosi se na pravu nameru ili razlog zašto korisnik pretražuje nešto na internetu.

Postoje četiri glavne vrste namere pretraživanja:

- **Informativna:** Korisnik traži informacije ili odgovore na pitanja (npr. "kako napraviti palačinke").
- **Navigaciona:** Korisnik traži određeni sajt ili stranicu (npr. "Facebook login").
- **Transakcijska:** Korisnik želi da izvrši neku vrstu online transakcije (npr. "kupovina X vrste patika online").
- **Istraživačka/Komercijalna:** Korisnik traži informacije pre donošenja odluke o kupovini (npr. "najbolji smartfon u 2023").
-

U SEO, trebalo bi da ciljate na sledeće:

1. **Relevantne ključne reči:** Izaberite ključne reči koje su relevantne za vašu nišu ili industriju, uzimajući u obzir i konkurenciju i potencijalni pretraživački saobraćaj.
2. **Search Intent:** Razumite nameru pretraživanja iza ključnih reči koje ciljate i kreirajte sadržaj koji odgovara toj nameri (informativna, navigaciona, transakcijska, istraživačka/komercijalna).
3. **Kvalitetan sadržaj:** Proizvedite kvalitetan, informativan i vredan sadržaj koji će privući i zadržati pažnju posetilaca.
4. **Tehnički SEO:** Optimizujte tehničke aspekte vaše veb stranice, uključujući brzinu učitavanja, responzivnost, sigurnost i strukturu URL-a, itd.
5. **Lokalni SEO:** Ako vaše poslovanje cilja na lokalnu publiku, fokusirajte se na lokalni SEO, uključujući optimizaciju Google Business Profila i lokalnih ključnih reči.
6. **Backlinks:** Radite na izgradnji kvalitetnih povratnih linkova koji će povećati autoritet i vidljivost vaše veb stranice.

Hvala vam!

"DIGITALNA KARIJERA NA KLIK"

LinkedIn [@miloshzivkovic](#)

Instagram [@milosh_zivkovic](#)

Facebook [@milos.dev](#)

Telefon 060 - 40 - 22- 944

Email milos.zivkovic@kreativneinovacije.rs