

Jak sprawdzić zapotrzebowanie na usługi?



INSTRUKCJA

www.akademiafirmy.pl

Poniższa instrukcja prezentuje krok po kroku proces weryfikacji zapotrzebowania na usługi z wykorzystaniem Planera Słów Kluczowych Google.

Pierwsze trzy kroki opisują sposób założenia konta w Google i uruchomienie konta w Google Ads. Usługi które są niezbędne aby móc skorzystać z Planera.

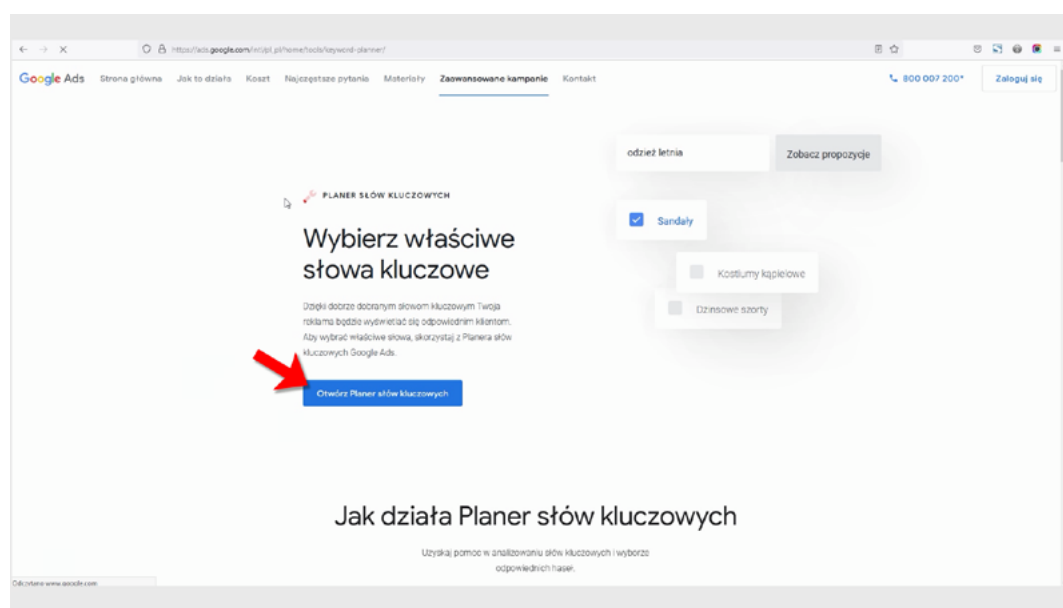
Jeżeli posiadasz już konto Google Ads to przeskocz do Kroku 4.



KROK 1

Wejdź na stronę Planer Słów Kluczowych Google.

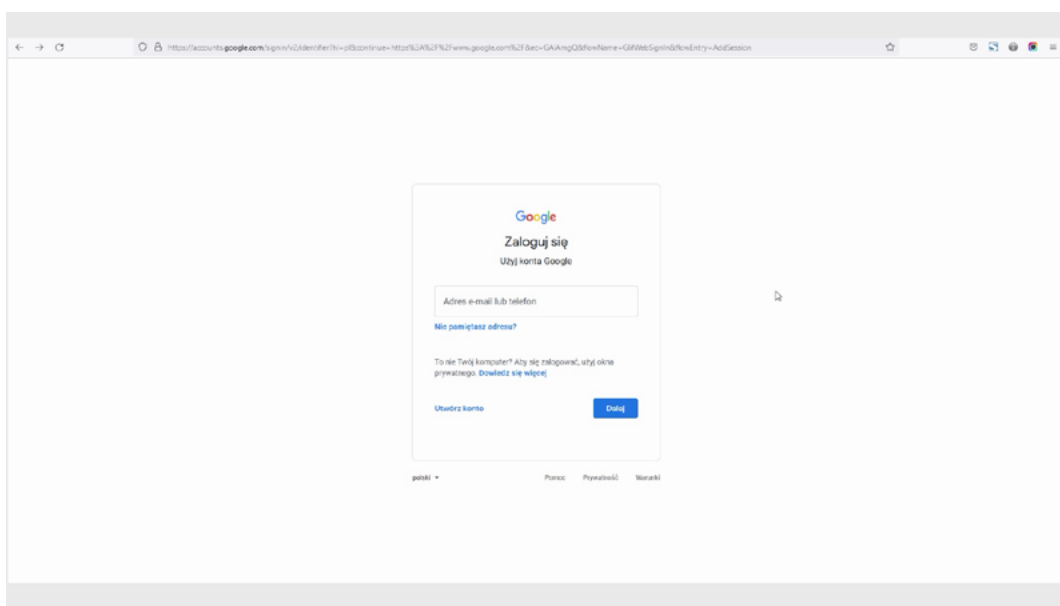
Link: https://ads.google.com/intl/pl_pl/home/tools/keyword-planner/
i kliknij Otwórz Planer Słów Kluczowych



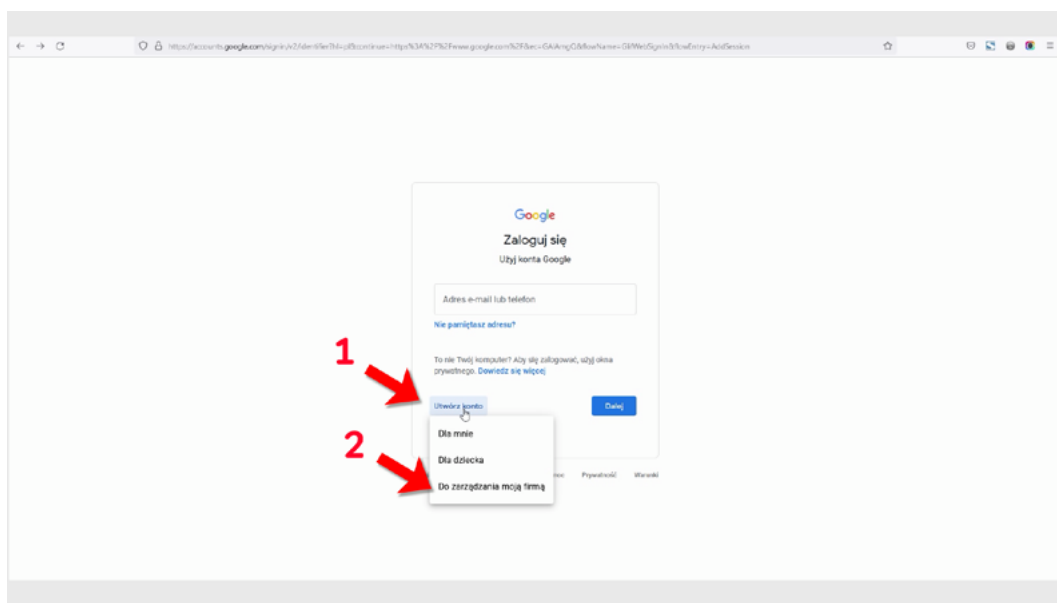
KROK 2

W kolejnym widoku otrzymasz prośbę o zalogowanie się na koncie Google (jest to konto, które używasz na przykład do zarządzania profilem firmy w usługach Google).

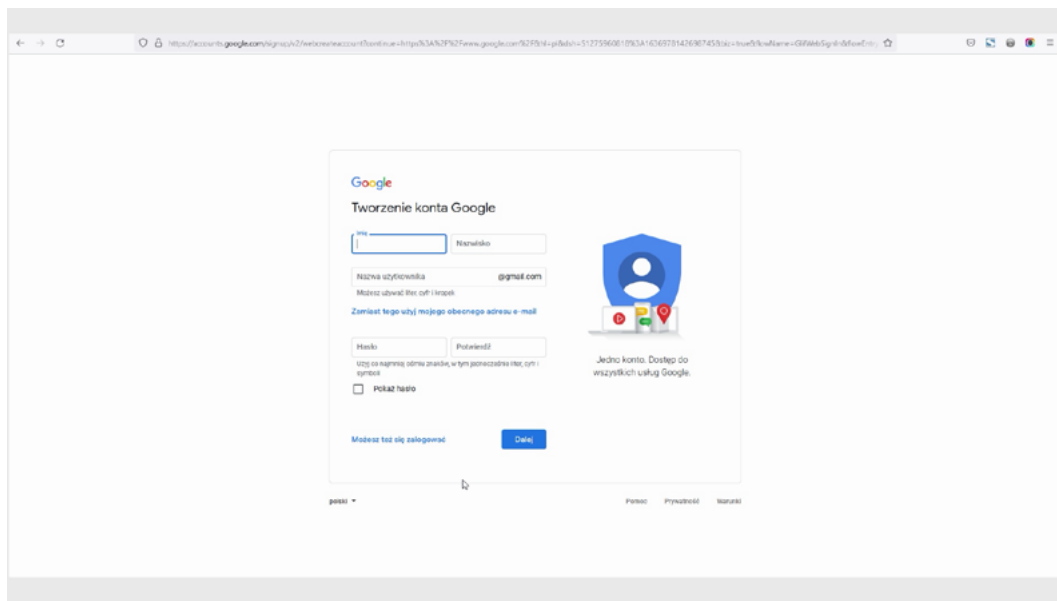
Zaloguj się na tym koncie wpisując adres email, a następnie hasło.



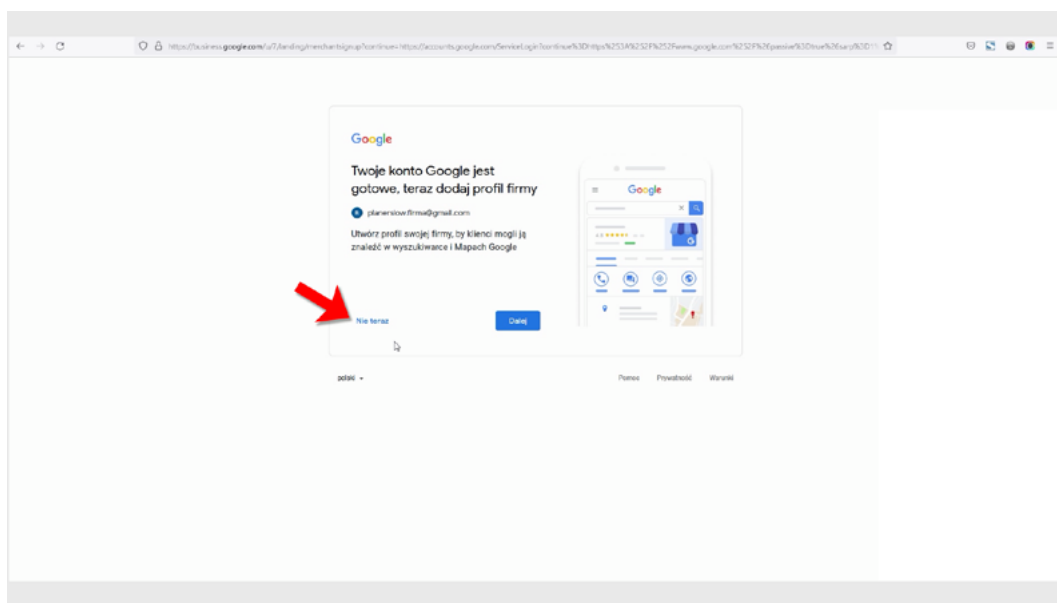
Jeżeli nie masz konta Google, kliknij „utwórz konto”, a następnie „do zarządzania moją firmą”.



Przejdź kreatora zakładania konta, uzupełniając wymagane informacje.



W ostatnim kroku kreatora zasugerowane zostanie utworzenie profilu firmy.



Na tym etapie kliknij „nie teraz”.

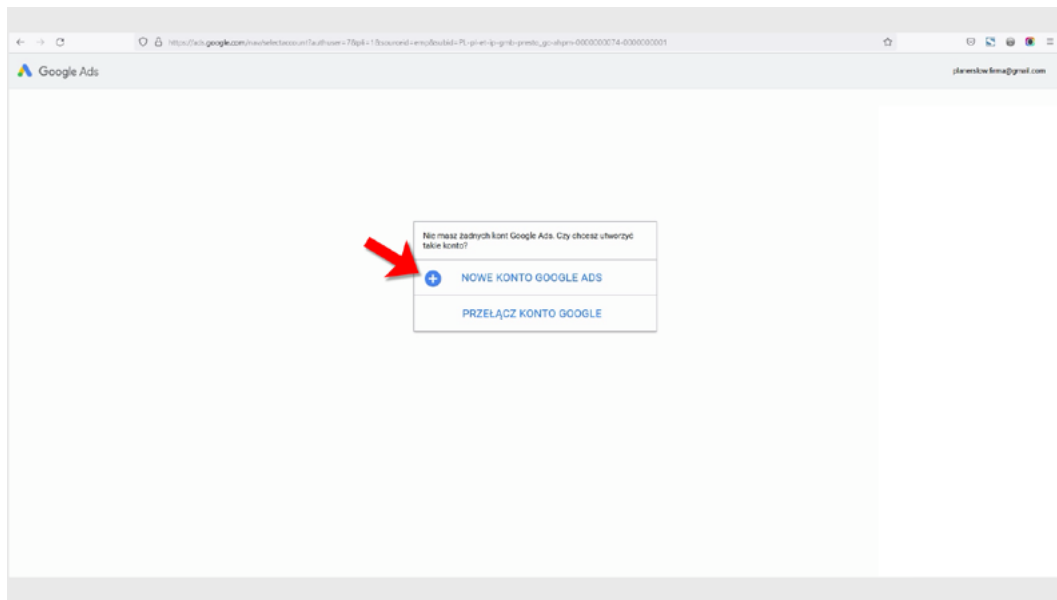
Jeżeli w późniejszym czasie będziesz uruchamiać taki profil, to zapraszam do oglądnięcia filmu:

[Wizytówka Google, jak zrobić widoczny profil w Google Moja Firma?](#)

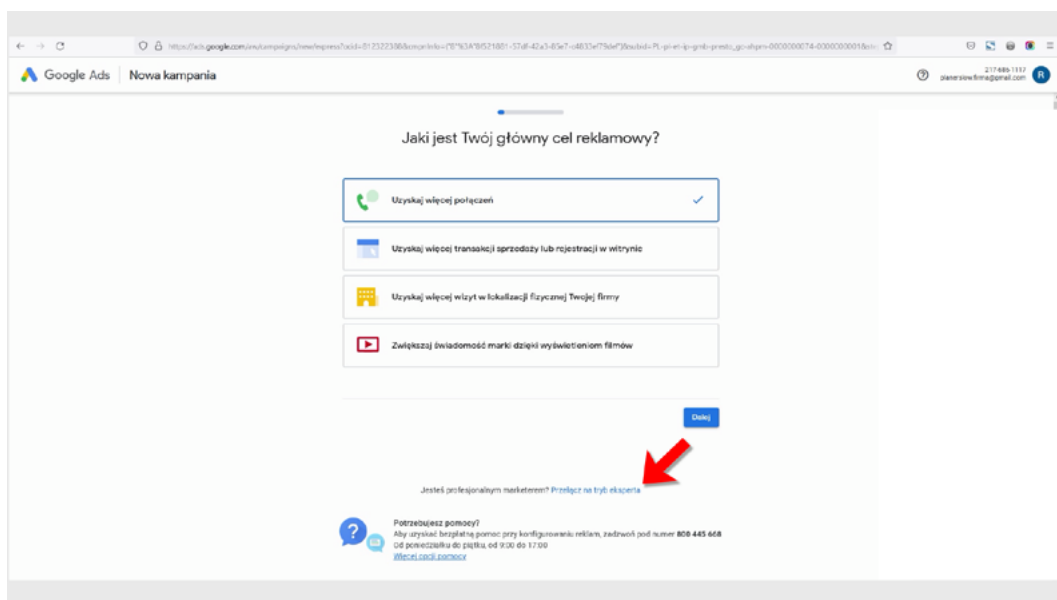


KROK 3

Po zalogowaniu się na konto Google otrzymasz propozycję utworzenia konta Google Ads. Wybierz opcję „Nowe konto Google Ads”

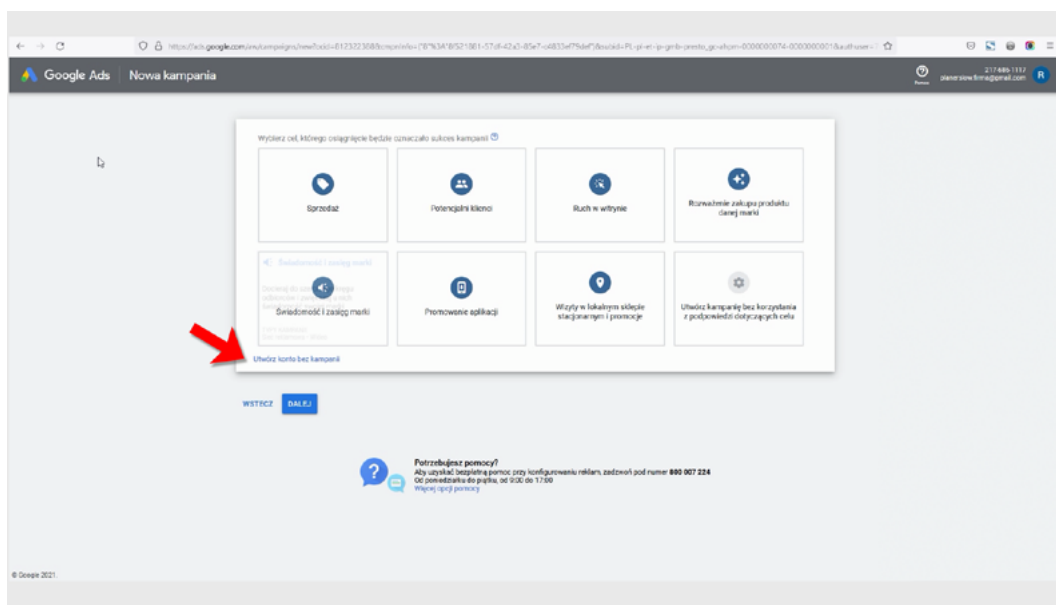


Automatycznie uruchomi się kreator tworzenia nowej kampanii reklamowej.

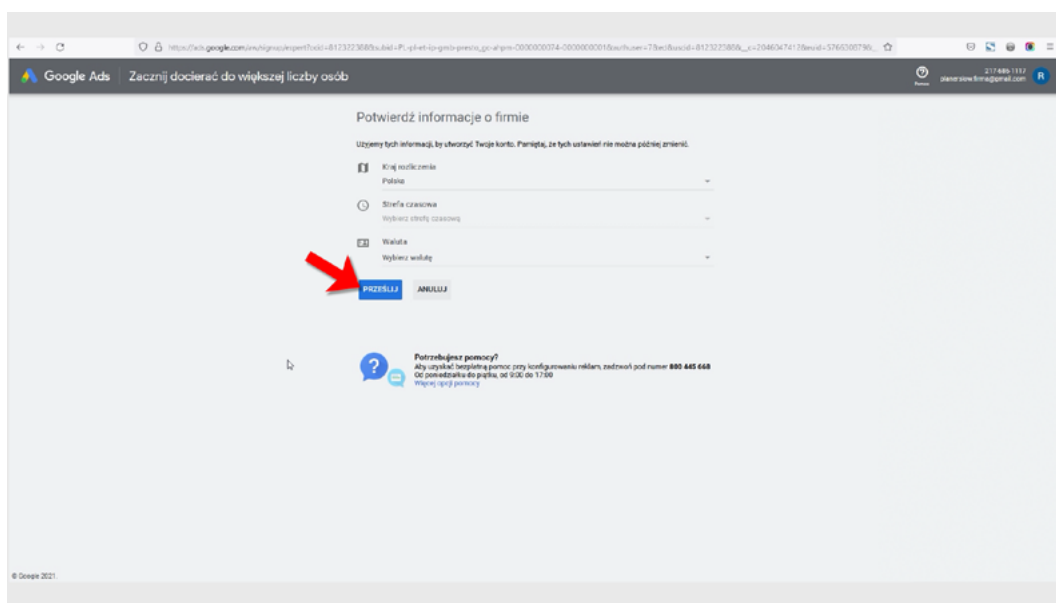


Jednak aby móc skorzystać z Planera nie musisz uruchamiać kampanii. Wystarczy kliknąć „Przełącz na tryb eksperta”

W kolejnym widoku wybieramy opcję „Otwórz konto bez kampanii”.

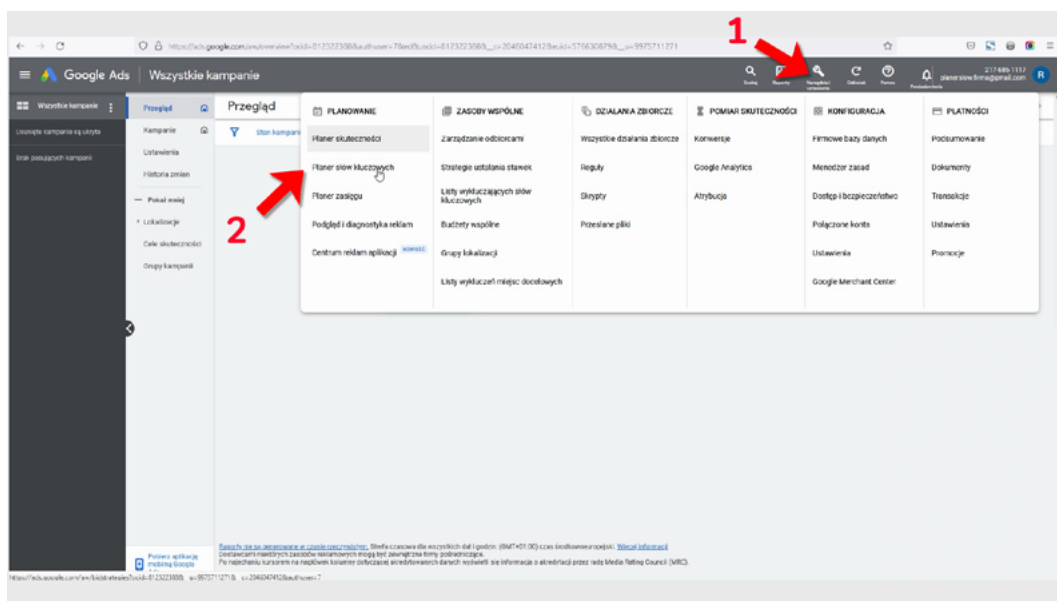


Wystarczy jeszcze tylko potwierdzić informacje o firmie, wybierając „Prześlij”.

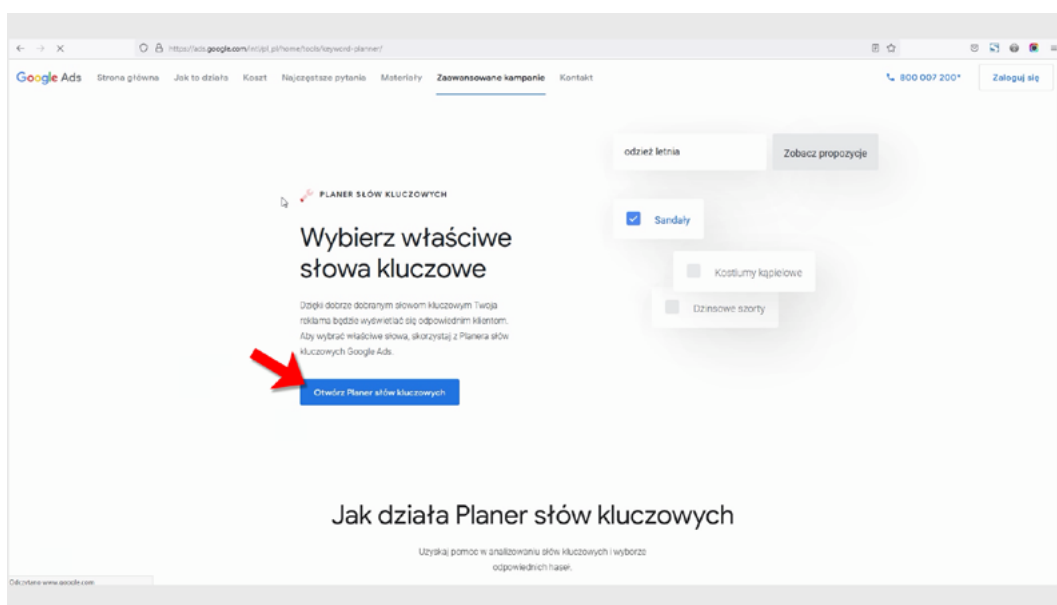


I konto mamy utworzone.

Wejść do Planera Słów Kluczowych możemy z poziomu konta Google Ads.
Klikając „Narzędzia i ustawienie” i w menu „Planowanie” - „Planer Słów Kluczowych”.



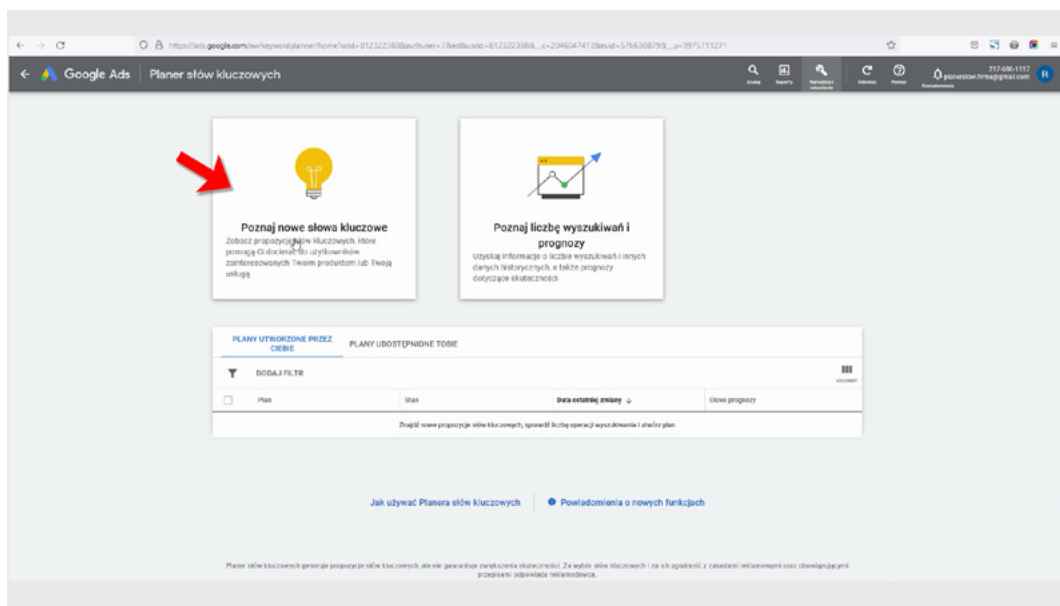
Lub z poziomu strony Planera: https://ads.google.com/intl/pl_pl/home/tools/keyword-planner/
Klikając „Otwórz Planer słów kluczowych”



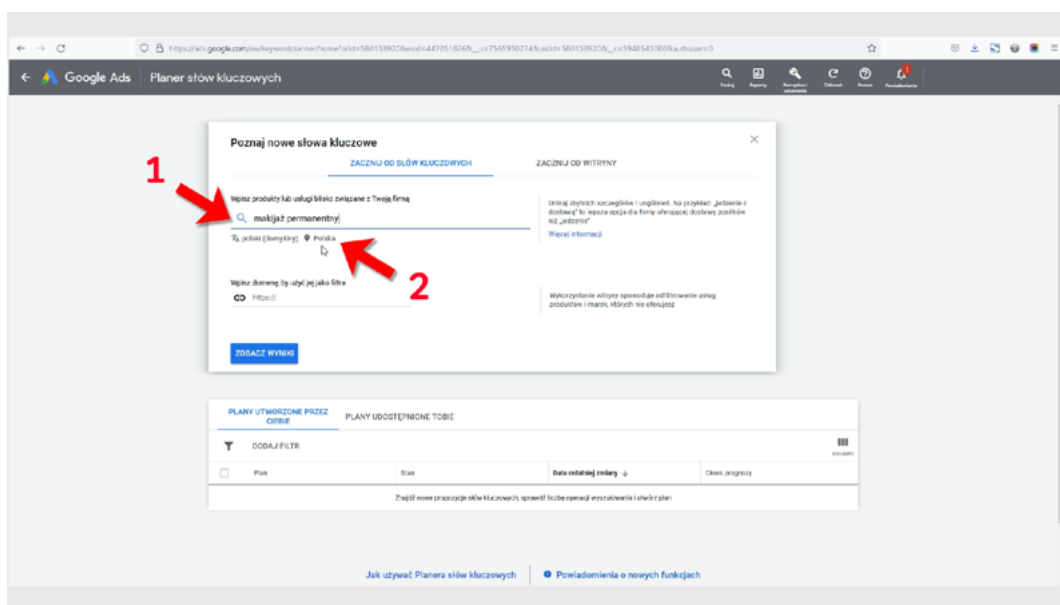


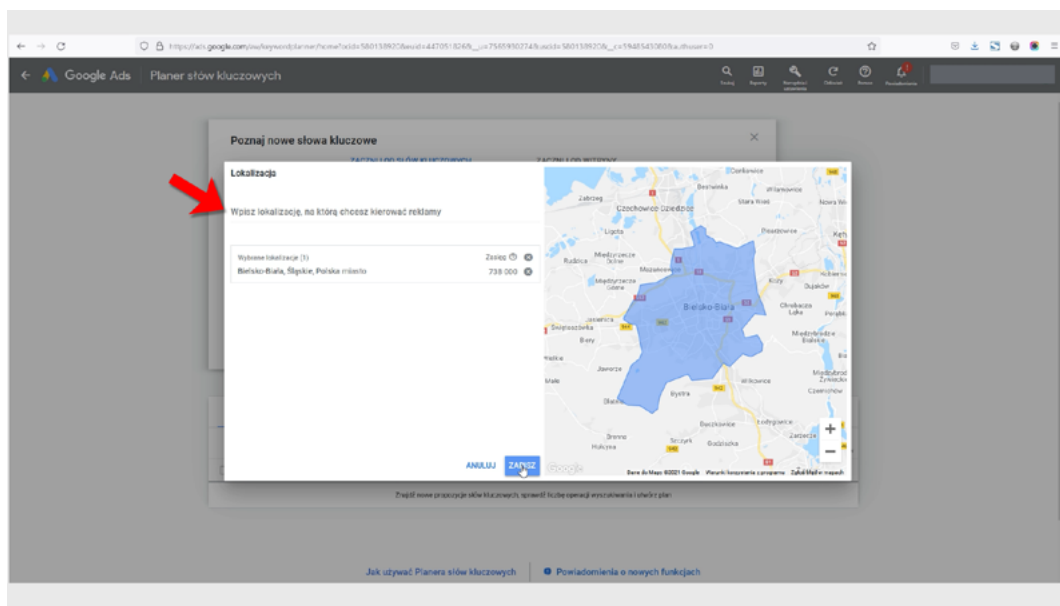
KROK 4

Sprawdzamy, jaki ruch generują zapytania dotyczące naszych usług.
Wybieramy raport „Poznaj nowe słowa kluczowe”.



Wpisujemy wyrażenia, które określają oferowane przez nas usługi, a następnie określamy sprawdzaną lokalizację.

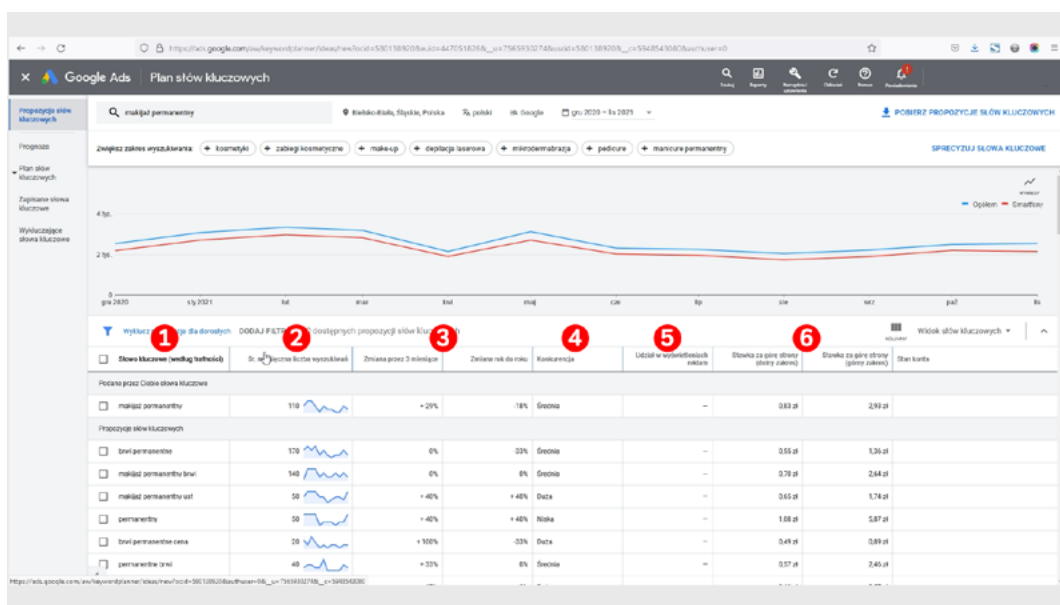




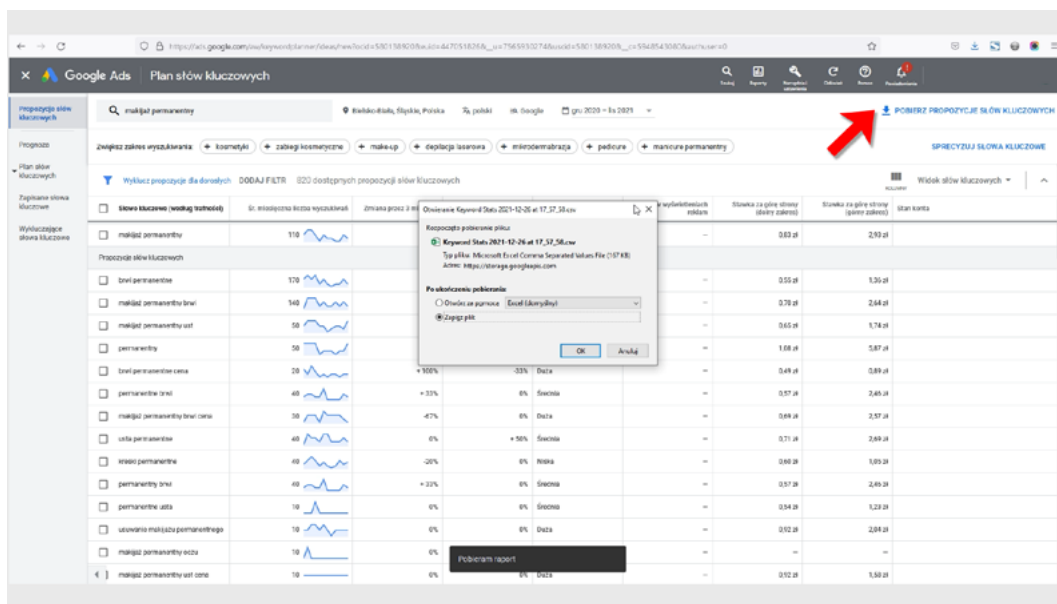
Otrzymujemy wyniki, dotyczące wprowadzonego wyrażenia oraz propozycje wyrażen bliskoznacznych.

Kolejne kolumny raportu prezentują:

- 1 - wyrażenie kluczowe,
- 2 - średnia miesięczna liczba wyszukiwań oraz wykres prezentujący jak ilość wyszukiwań rozkłada się w okresie roku. Wykres informuje nas o ewentualnej sezonowości usługi,
- 3 - zmiany przez 3 miesiące, zmiany rok do roku; określa jaka jest tendencja w ilości wyszukiwań,
- 4 - konkurencja jaka jest na określonym wyrażeniu w ujęciu (niska, średnia, duża),
- 5 - kolumna udział w wyświetleniach prezentuje dodatkowe dane po uruchomieniu reklamy,
- 6 - koszt reklamy uruchomionej na wybrane wyrażenie.



Raport możemy zapisać w arkuszu Google lub wyeksportować do pliku CSV. Plik taki można obrabiać na przykład w arkuszu kalkulacyjnym.



KROK 5

W raporcie „Poznaj nowe słowa kluczowe” możemy również przeprowadzić weryfikację konkurencji.

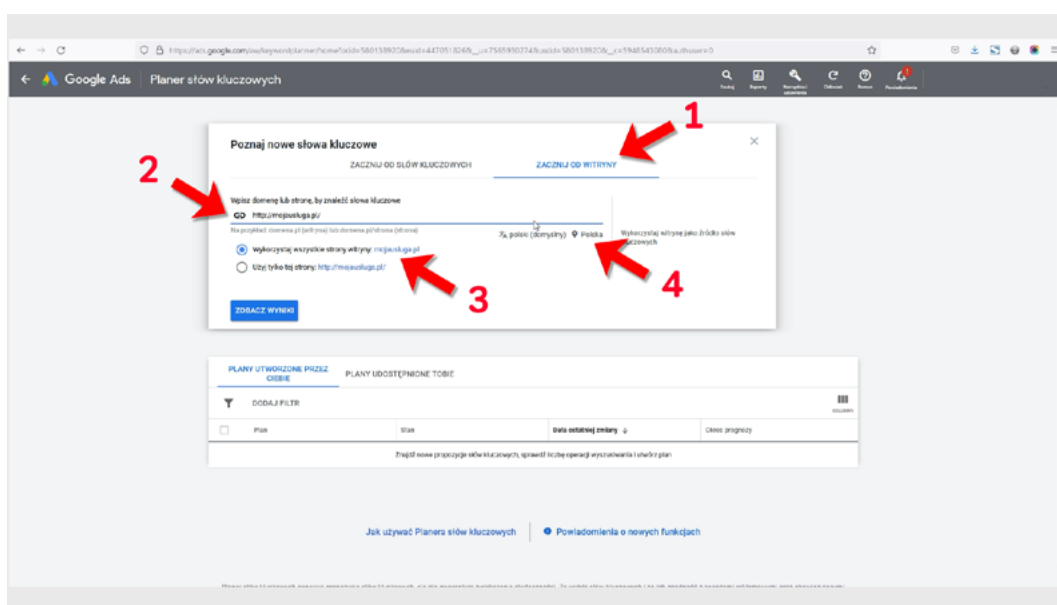
W tym przypadku wybieramy zakładkę „zaczynij od witryny” (1).

Następnie wklejamy adres serwisu lub konkretnej podstrony firmy konkurencyjnej (2).

Jeżeli chcemy zweryfikować wszystkie wyrażenia, na które konkurencja sprowadza ruch, wybieramy opcję „wykorzystaj wszystkie strony witryny”. Jeżeli chcemy zweryfikować tylko konkretną podstronę, wybieramy opcję „użyj tylko tej strony” (3).

Należy również pamiętać o określeniu lokalizacji. Definiując na przykład cały obszar Polski (4).

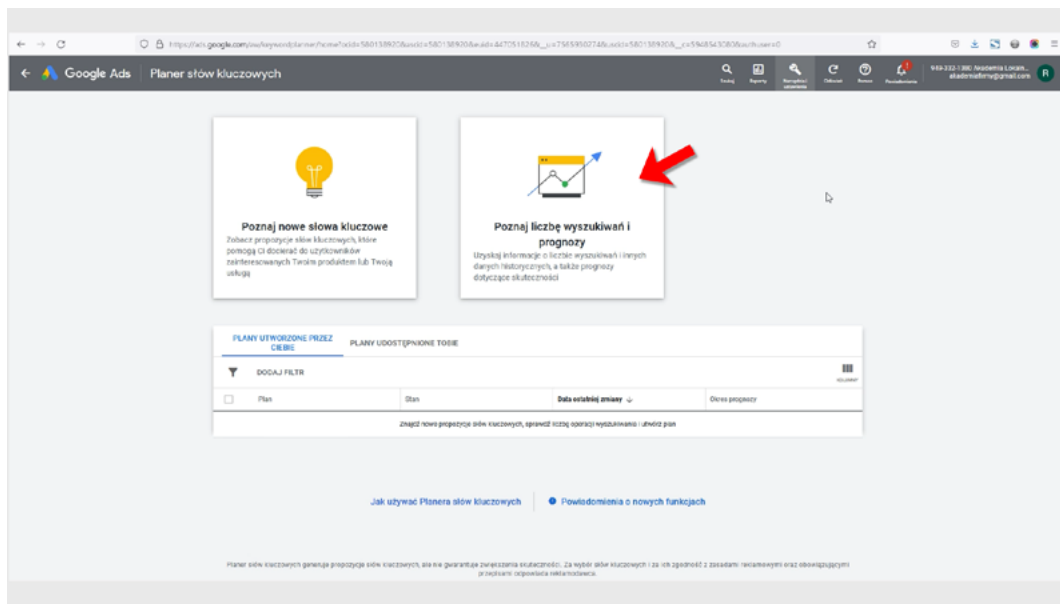
Raport wygląda identycznie, jak w przypadku badania z kroku 4.



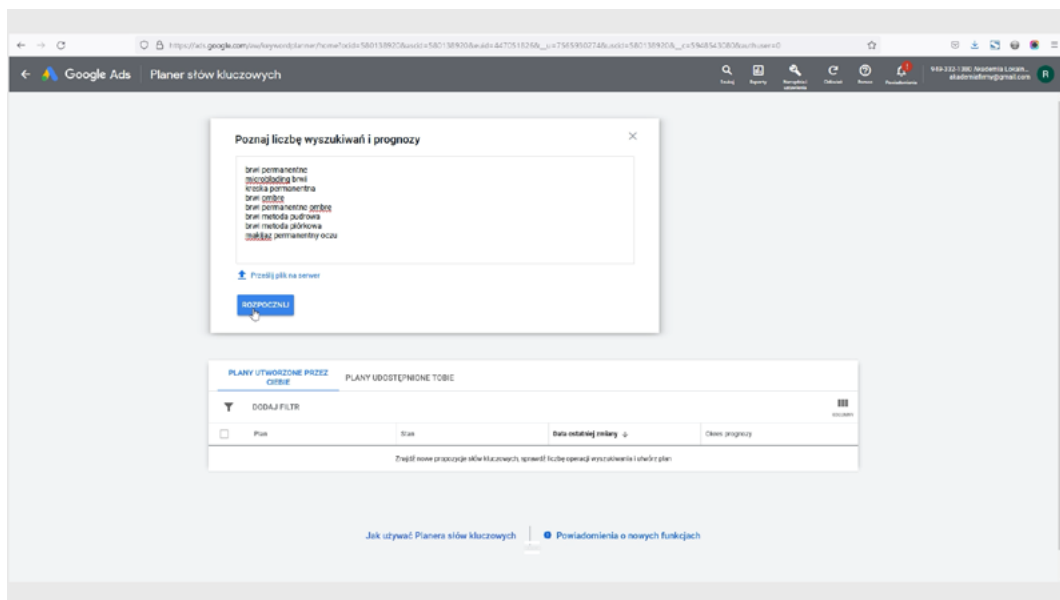


KROK 6

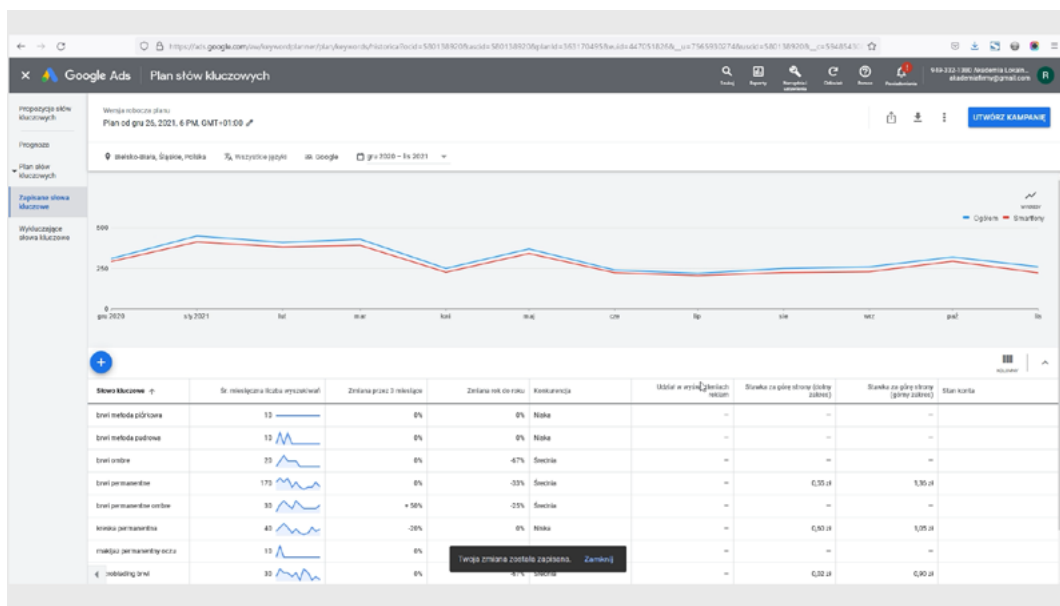
Po zestawieniu wszystkich istotnych dla nas wyrażeń kluczowych, przeprowadzamy kolejną weryfikację. Tym razem możemy skorzystać z raportu „Poznaj liczbę wyszukiwań i prognozy”.



Wprowadzamy wszystkie wyrażenia, jeden pod drugim.



W efekcie otrzymujemy raport, który prezentuje nam dane dotyczące wszystkich wybranych wyrażień.



Raport ten zostanie zapisany jako projekt. Będziemy mogli do niego wracać, a ostatecznie na jego podstawie będziemy mogli uruchomić reklamę w Google.



ROZWIĄZANIA ALTERNATYWNE

Do przeprowadzenia bardziej szczegółowych analiz możemy wykorzystać komercyjne rozwiązania. Takimi przykładowymi rozwiązaniami są:

SEMSTORM - <https://www.semstorm.com/pl>

SENUTO - <https://www.senuto.com/pl/>

