

3 lépés, amivel kevesebb pénzből is többet hoznak a hirdetéseid.

1. lépés: Ismerd meg azt a 3 kulcsmérőszámot, amiből azonnal kiderül, hol a gond a hirdetéseiddel

Ahhoz, hogy jobb eredményeket érj el a hirdetéseiddel, először tudnod kell, *miért nem teljesítenek jól* – vagyis hol van a hiba. Most megmutatom azt a három mérőszámot, ami azonnal elárulja, min kell változtatnod a jobb eredmény érdekében.

1 CTR – Átkattintási arány

Mit jelent?

Megmutatja, hány százalék kattintott a hirdetésedben szereplő linkre vagy gombra azok közül, akik látták. Vagyis a hirdetésed szövegének hatékonyságát méri.

Hol a hiba?

Ha alacsony, akkor a szöveg nem kelti fel eléggé az érdeklődést.

Min kell változtatnod?

A hirdetési szövegen.

Jó érték szolgáltatóknál:

1–2% között elfogadható, 3% felett kifejezetten jó.

2 CPM – 1000 megjelenésre jutó költség

Mit jelent?

Megmutatja, mennyibe kerül 1000 megjelenés. Minél jobb a hirdetésed, minél több reakciót vált ki, annál olcsóbban éred el az embereket.

Hol a hiba?

Ha magas, akkor a kreatív (kép/videó) nem elég figyelemfelkeltő.

Min kell változtatnod?

Cseréld le a képet vagy videót, gondold át a főcímet és a szöveg első mondatát.

Jó érték szolgáltatóknál:

2 500 Ft alatt elfogadható, 1 500 Ft alatt nagyon jónak számít.

3) Érkezési oldal konverziós arány

Mit jelent?

Azok aránya, akik a hirdetésre kattintva a weboldalon ténylegesen meg is tették a kívánt lépést (pl. feliratkoztak vagy időpontot foglaltak).

Hol a hiba?

Ha sokan kattintanak, de kevesen vásárolnak, akkor a weboldal vagy az ajánlat a probléma. A legjobb hirdetés sem ér semmit, ha a weboldalad nem adja el a szolgáltatásodat.

Min kell változtatnod?

Állítsd le a hirdetéseket, mert csak pénzt égetsz. Gondold át alaposan az érkezési oldal kommunikációját és az ajánlatot.

Jó érték szolgáltatóknál:

Feliratkozásnál 20–40%, vásárlásnál 3% felett már jónak számít.

2. lépés: Két gyors trükk, amivel azonnal javíthatsz az eredményeken

1) Cseréld a nyitómondatot vágyat keltő ígéretre

Miért működik?

Az emberek 3 másodperc alatt döntenek: érdekli őket a hirdetésed vagy sem. Ha az első mondat rögtön rátapint a problémájukra vagy vágyukra, sokkal nagyobb eséllyel kattintanak.

Példa:

- Gyenge: „Szeretnél több ügyfelet?”
- Erős: „3 hét alatt megduplázhatsz az időpontfoglalásaid számát ezzel a hirdetésíró sablonnal.”

2) Tegyéél konkrét eredményt a képre

Miért működik?

A vizuális ígéret gyorsabban hat, mint a szöveg. Ha a kép már mutatja az eredményt, javul a kattintási arány.

Hogyan csináld?

- Írj rövid, ütős üzenetet a képre: „7 nap alatt 28 érdeklődő – így csináltuk.”
- Használj kontrasztos színeket és jól olvasható betűtípust.

3. lépés: Hogyan állapítsd meg, hol a hiba a hirdetésedben?

1) Ha a CTR 1% alatt van → a szöveg a hibás

Miért?

Az alacsony CTR azt jelzi, hogy a hirdetés nem kelti fel az érdeklődést.

Mit tegyél?

Tesztelj más nyitómondatokat, használj konkrét ígéretet vagy szám adatot.

2) Ha a CTR jó, de nincs feliratkozás vagy vásárlás → az érkezési oldal/ajánlat a hibás

Miért?

A hirdetés hiába hozza az embereket, ha a weboldal nem adja el a szolgáltatásodat.

Mit tegyél?

- Az oldalad első 5 másodpercében derüljön ki, milyen problémát oldasz meg.
- Fogalmazd meg világosan, miért éri meg neki.
- Emeld ki az ajánlat előnyeit és eredményeit.


3) Ha a CTR és a konverzió jó, de drága a kattintás (CPM) → a célzás a hibás

Miért?

Valószínűleg nem a megfelelő embereket éred el, így a Facebook többet kér a megjelenésért.

Mit tegyél?

- Szűkíts a célzáson: csak azokat az érdeklődéseket, demográfiai adatokat és helyszíneket hagyd meg, ahol valóban ott van a célcsoportod.
- Használj hasonmás közönséget a meglévő feliratkozóid vagy vásárlóid alapján.

 **Pro tipp:** Egyszerre csak egy dolgot változtass a tesztben (szöveg, kreatív vagy célzás), hogy pontosan tudd, mi okozta a változást.

HIRDETÉS ELLENŐRZŐ SABLON

1. **Hirdetés neve:** _____
2. **CTR:** _____ % → Ha <1% → szöveg javítás kell
3. **CPM:** _____ Ft → Ha >2500 Ft → kreatív csere kell
4. **Konverzió:** _____ % → Ha alacsony → landing javítás kell

Mit tesztelj először? _____