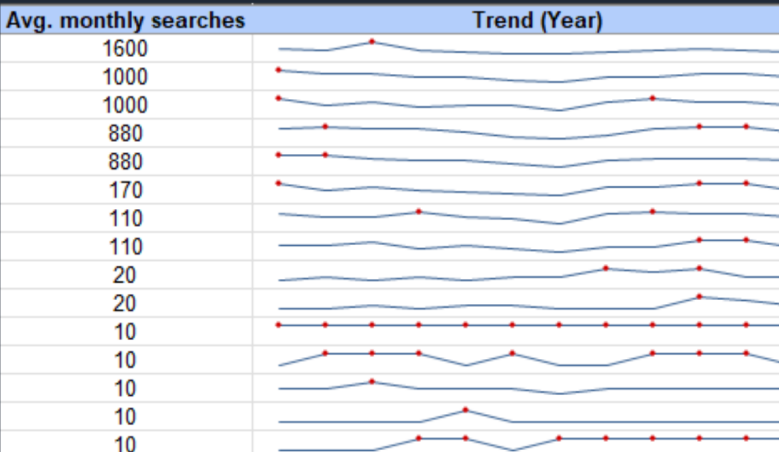


Avainsanat mainonnassa

Avainsanojen ROI (Return on Investment) auttaa sinua mittaamaan, kuinka tehokkaasti kampanjasi tuottavat arvoa suhteessa niiden kustannuksiin.





Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	May 2024
3 600,00	2 900,00	2 900,00	2 900,00	2 400,00
3 600,00	2 900,00	2 900,00	2 900,00	2 400,00
1 900,00	2 900,00	1 900,00	1 600,00	1 600,00
1 600,00	1 300,00	1 000,00	1 000,00	880,00
1 300,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	720,00
1 000,00	1 000,00	880,00	590,00	880,00
1 000,00	1 000,00	880,00	590,00	880,00
1 300,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	720,00
880,00	880,00	720,00	720,00	590,00



Hakuvolyymi

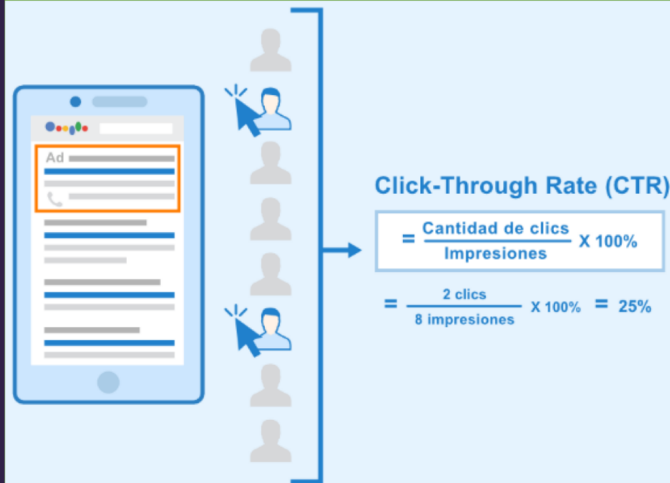
Kuukausittainen hakumäärä, eli kuinka monta kertaa avainsanaa haetaan kuukaudessa.



2

Klikkausprosentti

Voit arvioida tämän **Google Search Consolen** avulla. Löydä hakukyselyt, joissa avainsanasi näkyy, ja tarkista niiden CTR-prosentti riittävän pitkältä ajalta, jotta saat tarkemman tuloksen.



Konversioaste

Tämä prosentti voidaan määrittää **Google Analytics 4ä**. Suodata datasi kohdesivun mukaan, jossa avainsana on sijoittunut, ja tarkista, kuinka moni kävijä suorittaa halutun toiminnon (esim. oston)



4

Keskimääräinen asiakasarvo (€)

Tämä on asiakkaan lifetime value -arvon keskiarvo, eli se rahamäärä, jonka yksi asiakas tuottaa koko asiakkuutensa aikana.



Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)
2.17	5.39
3.08	10.15
3.98	14.60
0.56	1.93
1.86	10.36
2.32	7.93
1.63	3.22
0.79	2.37
0.76	2.41
5.41	9.71

Klikkaushinta (€)

CPC (hinta per klikkaus) on avainsanalle määriteltä hinta, joka löytyy **Google Ads** - suunnittelutyökalusta. Se tarjoaa sinulle arvion matalan ja korkean hintahaarukan välillä. Jos et ole optimoidut sivusi tai avainsanasi oikein, todennäköisesti maksat korkeamman hinnan tästä haarukasta, sillä hakukoneoptimointisi ei tue mainostasi riittävän hyvin.

Avainsanojen Tärkeys

Jos suunnittelet maksullisia hakukonemainoksia ilman optimoituja sivuja tai täysin toteutettuja avainsanastrategioita, todennäköisesti joudut maksamaan korkeampaa CPC ä, koska **quality score** (laatusuhde) on matala. Laatusuhde arvioi sivustosi ja mainoksesi relevanssia ja käyttökokemusta. Matala laatusuhde tarkoittaa, että Google näkee mainoksesi vähemmän relevanttina, mikä nostaa hintaa ja laskee mainoksen sijoitusta.

