

Process de Gestion de tâches 'OnGoing' Google Ads

Pour tous nos comptes ayant des campagnes Google Ads en OnGoing, nous utilisons une story standard pour chaque période d'optimisation. Celles-ci sont accompagnées d'un template GoogleSheet pour renseigner les performances et optimisations faites durant la période. Ces stories ont des points qui **sont comptabilisés dans le burndown**.

La story standard et le template GoogleSheet se trouvent dans notre template agile dans Paymo.

PROJET

| Letzshop - GDD 2021


LISTE DE TÂCHES

Default Task List

DATE DE DÉBUT - FIN

May 1 - May 15

UTILISATEURS AFFECTÉS



FACTURATION

Type de facturation	Tarif horaire
Estimation des heures	non défini
Estimation des coûts	€0
Facturé	0%

ALERTES

☐ Alerte de Date d'échéance 1 jours

☐ Alerte de dépassement heure 90 %

#MTPL-263 par TT - Jean-Paul Diaz-Caneja sur 07/05/2021

Ongoing

☐ #STND - Google Ads Optimisation - FR - Mai 1-15 - 10 pts -

FRAME

KPI: ROAS

Budget to spend: FR+DE: 66 729EUR sur l'année 2021 (= moyenne de 2780EUR par période)

Language: FR

Ad Manager: Eric

Team Lead: Joanna Jakobek

Tracking Document:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/10cVqzYCPbJXKF0gcSXgaqpc3WHI3Npqsp_5efNDTbpE/edit#gid=0

☐ --- Definition of done --- FOR AD MANAGER

☐ Checked optimisation recommendations from Google & made own suggestions to improve results.

☐ Filled the Googlesheet with the period's Budget Spent, Results, and Comments

☐ Inform team lead to control and launch new optimization card

☐ --- Definition of Done --- FOR REVIEWER


☐ Checked the ad manager filled the Googlesheet up to standard

☐ Filled time spent on task by ad manager in Paymo

☐ Made sure budget spend is respected

☐ Move card to "Done" at the end of the period and launch new optimization card for the upcoming iteration

+ Ajouter une Sous-tâche



Poster un commentaire...

Fréquence des périodes d'optimisation:

- Budgets mensuels > 5000€: Toutes les quinzaines
- Budgets mensuels < 5000€: Tous les mois
- Petits comptes maintenance: Tous les trimestres

Points:

Nous comptons **10pts par langue de campagne**.

Résponsabilités:

Scrum Master:



- Préparation des stories en avance dans le backlog, afin que le Team Lead puisse les piocher au début de chaque période pour les mettre dans la colonne On-going:

BACKLOG (20 de 100)

OM - Google Ads Optimisation - FR -
Dec 16-31 - 10 pts -

FRAME
KPI: ROAS...



Default Task List

 Dec 31  0/8

OM - Google Ads Optimisation - FR -
Dec 1-15 - 10 pts -

FRAME
KPI: ROAS...



Default Task List

 Dec 15  0/8

OM - Google Ads Optimisation - FR -
Nov 16-30 - 10 pts -

FRAME
KPI: ROAS...

Default Task List

 Nov 30  0/8

- Préparation du template googlesheet selon les KPIs du client concerné

Team Lead:

- Responsable pour la gestion du sous-traitant effectuant le travail. Si pas de sous-traitant, le TL doit s'assurer de renseigner ses propres résultats dans le template.
- Champs à renseigner dans template Googlesheet pour chaque période:
 - Budget dépensé
 - Résultats obtenus
 - Observations
 - Actions complétées

◦ Autres commentaires

Periode	Fev 16 - 28	Mar 1 - 15	Mar 16 - 31	Avr 1 - 15	Avr 16 - 30	Mai 1 - 15	Mai 16 -
RÉSULTATS							
Budget Dépensé (2500€/14j)	1 900,82 €	2 125,04 €	2 011,44 €	1 860,42 €	2 207,00 €		
Transactions	1 410,94	1 153,70	624,32	209,77	235,88		
Revenu	19 991,82 €	21 814,42 €	40 010,43 €	25 677,27 €	32 984,60 €		
ROAS	10,52	10,27	19,89	13,80	14,95	-	-
ROAS branding	78,92	101,91	194,91	177,66	145,48		
ROAS search	4,52	3,55	11,07	5,75	8,22		
ROAS autres			0	0,25	0		
COMMENTAIRES							
Observations			- 10% du budget est dédié au branding (avec un ROAS de 100!) - ROAS en légère progression malgré les investissements sur les campagnes TOP	- Bonne visibilité de la campagne Pâques. Mais 0 ventes	- première vente sur la display smart		
Actions Complétées		- modification des conversions. Désactivation des toutes les conversions sauf les transactions (15/03/2021)	- correction des annonces en 404 - désactivation cbd + tabac (Coalabis, Misyy Green, Liberté 56, Cannathèque, De gréngé Léiw) - désactivation des as group commerçants OFF - mise en place monitoring CPC	- Création d'annonces Search responsives - Correction d'URLs - Ajout de mots clés - Correction d'annonces refusées - Création de la campagne Display standard - Correction et optimisation de	- modification des url de destination des annonces (produit > listing) - démarrage Display RM - continuer le déplacement des kw vers TOP - Création de campagne Top DE sur les mêmes mots clés que FB	- travail "fin" sur les 10 ad groups qui consomment le plus de budget - déplacement des gros vers les petits et des petits vers les gros - démarrage campagne "smart"	
Autres Commentaires				- Est il possible d'importer une base de données de clients ? (email) pour les audiences - Création de campagne Top DE sur les			

- Le TL doit s'assurer que toutes les sous-tâches de la story sont complétées avant de basculer la story en 'Done' à la fin de la période.

Révision #3

Créé 14 May 2021 14:37:57 par Jean-Paul Diaz-Caneja

Mis à jour 27 May 2022 09:49:21 par Jean-Paul Diaz-Caneja