



GUIA COMERCIAL · VERSIÓ CATALÀ

Checklist Google Ads + SEM Auditoria ràpida en 40 punts

Detecta si les teves campanyes estan invertint bé el pressupost o només estan generant clics.

Inclou una primera valoració orientativa amb sistema de puntuació. Pensada tant per imprimir com per enviar-la per email comercial.

Pressupost i tracking

Detecta pressupost perdut, conversions mal configurades i leads de baixa qualitat.

Primera valoració

Identifica els punts crítics abans d'augmentar la inversió publicitària.

WhatsApp directe

Escaneja el QR i parla amb Daimatics per WhatsApp al +376 684 172.



Escaneja el QR i demana una revisió de les teves campanyes Google Ads

Web: daimatics.agency · **Email:** hola@daimatics.agency · **WhatsApp:** +376 684 172

Checklist Google Ads + SEM · 40 punts

Marca cada punt com a Sí, No o Parcial segons la teva situació actual. Al final tens el sistema de puntuació i la lectura ràpida.

Com fer servir aquest checklist

Recorre els 10 blocs i respon amb sinceritat cada pregunta. No cal ser tècnic: respon segons el que saps de les teves campanyes. Suma la puntuació (Sí = 2 · Parcial = 1 · No = 0) i consulta la interpretació al final. És una valoració orientativa; per a un pla d'acció real, demana una auditoria de campanyes completa.

Sí = ho tens resolt **Parcial** = a mitges **No** = pendent

1. Objectiu de negoci

PREGUNTA	SÍ	NO	PARCIAL
Tens un objectiu de negoci clar per a les campanyes (leads, vendes, trucades)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saps quant val un lead o un client per al teu negoci?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tens definit el client ideal que vols captar (i el que no)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Has fixat un objectiu de cost per lead o ROAS assumible?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observacions:

2. Tracking i conversions

PREGUNTA	SÍ	NO	PARCIAL
Mesures les accions importants com a conversions (no només clics)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tens el seguiment de conversions verificat i sense duplicats?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estan connectats Google Ads, Analytics i el web correctament?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Distingeixes conversions primàries de secundàries?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observacions:

3. Qualitat del lead

PREGUNTA	SÍ	NO	PARCIAL
Saps quins leads acaben sent oportunitats reals de negoci?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Filtres o exclous el trànsit que no encaixa amb el teu client?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fas seguiment de la qualitat del lead, no només del volum?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Retornes senyals de qualitat (leads bons) a Google Ads?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observacions:

4. Estructura de campanyes

PREGUNTA	SÍ	NO	PARCIAL
Les campanyes estan organitzades per objectiu, servei o intenció?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Els grups d'anuncis són coherents i no barregen intencions?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Separes marca, servei i prospecció quan té sentit?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'estructura és clara i escalable, sense duplicitats?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observacions:

5. Keywords i consultes de cerca

PREGUNTA	SÍ	NO	PARCIAL
Treballes keywords amb intenció comercial, no només volum?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revises periòdicament les consultes de cerca reals?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tens una llista de paraules clau negatives activa i actualitzada?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Controla les concordances per evitar trànsit irrellevant?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observacions:

6. Anuncis i proposta de valor

PREGUNTA	SÍ	NO	PARCIAL
Els anuncis tenen una proposta de valor clara i diferenciada?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El missatge està alineat amb la intenció de la cerca?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fas testing d'anuncis (titulars, descripcions, extensions)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Els anuncis porten a la pàgina més rellevant, no a la home?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observacions:

7. Landing i conversió

PREGUNTA	SÍ	NO	PARCIAL
La landing de destí explica bé l'oferta i genera confiança?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El contacte (formulari, telèfon, WhatsApp) és clar i visible?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La pàgina carrega ràpid i funciona bé al mòbil?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La landing està pensada per convertir, no només per informar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observacions:

8. Performance Max i automatització

PREGUNTA	SÍ	NO	PARCIAL
Si uses Performance Max, té senyals i actius de qualitat?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Controles cap a on distribueix el pressupost la campanya?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Exclous marca o trànsit que ja captaries igualment?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revises el rendiment real, no només el que informa l'automatització?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observacions:

9. Pressupost i rendibilitat

PREGUNTA	SÍ	NO	PARCIAL
Distribueixes el pressupost segons el que genera negoci?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saps quines campanyes aporten valor i quines en resten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ajustes la inversió amb dades, no per intuïció?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tens marge per assumir el cost per lead actual?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observacions:

10. Reporting i decisions

PREGUNTA	SÍ	NO	PARCIAL
Tens un reporting que parla de negoci, no només de mètriques?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compares períodes per entendre l'evolució real?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les decisions (pausar, reforçar, testar) es basen en dades?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Documentes què s'ha fet, quan i per què?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observacions:

La teva puntuació · lectura ràpida

Suma els punts: cada **Sí** = 2 punts, cada **Parcial** = 1 punt, cada **No** = 0 punts. La puntuació màxima és **80 punts** (40 preguntes). Localitza el teu total a la franja corresponent.

0 – 30

Base dèbil. Probablement hi ha pressupost perdut, tracking insuficient o campanyes sense estructura clara.

31 – 55

Base iniciada. Hi ha campanyes funcionant, però cal revisar conversions, qualitat del lead i distribució de pressupost.

56 – 80

Base sòlida. Ja hi ha criteri, però toca optimitzar amb més precisió, testing i lectura de rendibilitat.

Alertes crítiques

Revisa amb prioritats si has marcat **"No"** en algun d'aquests punts, encara que la puntuació global sigui bona:

- No mesures formularis, trucades o WhatsApp.
- Tens conversions duplicades o mal configurades.
- No revises consultes de cerca.
- No tens keywords negatives.
- No saps quin cost per lead pots assumir.
- Performance Max funciona sense control clar.
- La landing no converteix.
- No saps quines campanyes generen negoci real.

Un sol error de tracking pot fer que Google Ads optimitzi cap al senyal equivocat.

Si no mesures oportunitats reals, no estàs optimitzant campanyes: estàs interpretant clics.

Passem a l'acció?

Aquest checklist és una primera fotografia. Si vols convertir els "No" i els "Parcial" en prioritats clares de millora, envia'ns el resultat i revisem on pot estar perdent pressupost la teva campanya. Pots enviar-nos una foto del checklist completat per WhatsApp i et direm quins punts semblen més crítics abans d'augmentar inversió.

Dades de contacte · Daimatics

Web: <https://daimatics.agency/partner-oficial-a-andorra-de-google-ads-sem/>

Email: hola@daimatics.agency

WhatsApp: +376 684 172

Serveis: Google Ads · SEM · Tracking · Landing de conversió

DAIMATICS · GOOGLE ADS · SEM · TRACKING · CONVERSIONS · LEADS