全球國際數位科技有限公司
統一編號 62093587・Google 廣告帳戶健檢

帳戶健檢報告

報告編號 GD-AUDIT-SAMPLE・範本

本頁為報告格式範本。所有帳戶、關鍵字、金額與數字皆為合成示意，不是任何客戶的資料，也不代表任何實際成效。

客戶	Google Ads 客戶 ID	健檢期間	檢視期間
示範帳戶（合成）	000-000-0000	2026/MM/DD – MM/DD（遠端協助）	過去 30 天

一、摘要（三句話）

1. 30 天花費 NT$18,600，其中約 NT$5,400（29%）落在不會成交的搜尋（課程、求職、免費、同業品牌）。
2. 帳戶只記錄「網頁載入」一種轉換，電話與 LINE 點擊沒有在算，所以 Google 一直把錢投給不會打電話的人。
3. 出價策略兩週內改了 3 次，學習期一直歸零；本次固定下來，72 小時內請不要再動。

二、檢視與修正（5 項，皆經客戶 LINE 同意後執行）

項目	發現	修正（經同意後執行）	狀態	還原方式
搜尋字詞	「室內設計 課程」「室內設計 薪水」「設計 軟體」「免費 設計圖」4 組字 30 天花 NT$3,120、0 轉換；來源是 2 個廣泛比對字。	暫停 2 個廣泛比對字，改為詞組比對；同一群組補 3 個完全比對字。	已完成	變更記錄 → 復原
排除關鍵字	帳戶原有 0 組排除字。	加入 26 組（同業品牌 8、課程／求職 10、免費／DIY 5、其他 3），設在廣告活動層級。	已完成	排除清單可整批移除
出價策略	14 天內改 3 次：盡量爭取點擊 → 目標曝光比重 → 盡量爭取轉換；學習期重置 3 次，CPC 由 NT$24 升到 NT$61。「自動套用建議」開著 14 項。	固定為「盡量爭取點擊＋單次點擊上限 NT$45」；關閉自動套用 14 項。	已完成	設定頁改回即可
轉換追蹤	只有「網頁載入感謝頁」1 個轉換動作；電話點擊、LINE 點擊未安裝，Google 判斷不到有效客人。	新增「電話點擊」「LINE 點擊」2 個轉換動作，設為主要動作；遠端測試觸發成功。	已完成	轉換動作可停用
到達頁	廣告最終網址是 Facebook 粉絲專頁，無法安裝轉換代碼；手機載入 6.8 秒。	建議改為官網專屬頁（含表單、電話與 LINE 按鈕、轉換代碼）。	列入建議	另行報價，不在本次範圍

三、接下來每週自己看的三個數字（手機 App 首頁就有）

01 ・ CPC
平均單次點擊費用
本次固定後預期落在 NT$30–45；連續一週往上，先檢查有沒有人動了出價策略。

02 ・ CONVERSIONS
轉換數（電話＋LINE＋表單）
看週合計，不看單日；一週 0 轉換但有點擊，回到「搜尋字詞」報表找原因。

03 ・ IMPRESSION SHARE
搜尋聯播網曝光比重
「錯失的曝光比重 (評級)」高於「(預算)」，代表要改廣告與到達頁，不是加預算。

四、約定事項

・本次修正 5 項皆經客戶 LINE 同意後執行，皆可還原，方式如上表。・72 小時內不再變更出價策略，讓學習期跑完。・交付款後 7 天內可用 LINE 追問（上班日 30 分鐘內回覆）。・本報告不留存客戶帳戶資料、不對外引用。