

Povzetek

125

Leads

+40.4%

€5,87

CPA

2379

Seje

+14.7%

5.3%

Stopnja konv.

V prvih 21 dneh aprila 2026 je Smile Lab zabeležila 125 leadov — to je 40,4 % več kot v enakem obdobju marca, ko je bilo 89 leadov. Od tega je 55 kvalificiranih leadov: 42 povpraševanj, 9 telefonskih klikov in 4 e-maili — preostalih 70 so prenosi datotek, ki kažejo zanimanje, ne pa neposredne namere za nakup. Skupna oglasna poraba je znašala 733,52 €, kar je 10,3 % več kot v enakem obdobju marca, pri čemer Meta Ads ostaja vodilni kanal za kvalificirana povpraševanja s CPA 11,87 € in 20 kvalificiranimi leadi iz 32 skupnih. Organski promet kaže zanesljivo rast — seje so zrastle za 17,5 %, CTR iz iskanja pa se je izboljšal z 1,30 % na 1,74 %, kar kaže na boljšo vidnost v iskalniku. Izziv ostaja pri Google Ads, kjer od 57 leadov kar 41 prenosov in le 13 povpraševanj — struktura leadov zahteva pozornost. Posebno skrb vzbujajoča sta naraščajoča CPA pri kampanji 'Performance Max Implantati' (trend treh mesecev: 3,36 € → 7,83 € → 11,61 €) in v kampanji 'Beljenje zob search', ki v aprilu ni prinesla niti enega kvalificiranega leada kljub porabi 26,56 €. Kljub tem izzivom je skupna slika v aprilu pozitivna — rast leadov, izboljššan organski doseg in izjemna konverzijska stopnja pristajalne strani /implantati pri plačanem socialnem oglaševanju (16 %) nakazujejo, da so temelji na pravi poti.

Ključne ugotovitve

Dosežki

Skupno število leadov je močno poraslo

V prvih 21 dneh aprila je prišlo 125 leadov, kar je za 40,4 % več kot v enakem obdobju marca (leads.previous = 89). Rast je opazna pri vseh ključnih kanalih.

Meta Ads prinaša kakovostne povpraševanje po nizki CPA

Meta Ads je ustvaril 32 leadov, od tega 18 povpraševanj, 1 telefonski klik in 1 e-mail — skupaj 20 kvalificiranih leadov. CPA je 11,87 € (metaAds.cpa.current), kar je ob takšni kakovosti leadov ugoden rezultat.

Organski iskalni promet raste

Organske seje so zrastle za 17,5 % (organic.sessions.changePct: 702 → 825). CTR iz iskanja se je povečal na 34,2 % (organic.ctr.changePct: 1,30 % → 1,74 %), kar kaže na boljšo vidnost v iskalniku.

Kampanja 'Implantati search' kaže stabilen mix kvalificiranih leadov

Kampanja je v aprilu prinesla 10 leadov: 6 povpraševanj, 1 telefon in 3 prenose — to je dober razmerik kvalificiranih leadov. CPA je 6,18 € (googleAds.topCampaigns). Tromesečna zgodovina kaže stabilno raven leadov (8 → 9 → 8), kar nakazuje zanesljivo delovanje.

Stran /implantati prek Paid Social izjemno konvertira

Pristajalna stran /implantati pri kanalu Paid Social beleži konverzijsko stopnjo 16 % (leads.byLandingPage) z 20 leadi v 125 sejah — od tega 14 povpraševanj, 5 prenosov in 1 telefon. To je eden najboljših rezultatov med vsemi kombinacijami strani in kanalov.

Izzivi

Kampanja 'Performance Max Implantati' — naraščajoča CPA, padajoča povpraševanja

CPA se je 3 mesece zapored dvigoval: 3,36 € → 7,83 € → 11,61 € (googleAds.campaignHistory). V aprilu je CPA 6,86 €, vendar je v zadnjem mesecu prišlo le 5 povpraševanj od 27 leadov — 22 je prenosov. Trend

Kampanja 'Beljenje zob search' — v aprilu 0 kvalificiranih leadov

Kampanja je v aprilu prinesla 6 leadov, a vsi so prenosi (File Download). Kljub porabi 26,56 € ni bilo niti enega povpraševanja, telefonskega klika ali e-maila. V januarju je kampanja imela 1 povpraševanje, v februarju 1 — v marcu in aprilu pa nič kvalificiranih leadov. To je treba pregledati.

Kampanja 'Leads Dental CPR 13/08' — CPA postopno raste

CPA se je v zadnjih 3 mesecih dvigoval: 7,09 € → 10,51 € → 11,98 € (metaAds.campaignHistory). V aprilu je CPA 12,70 €. Hkrati se zmanjšuje delež kvalificiranih leadov: v januarju je bilo 19 povpraševanj + 9 telefonov, v marcu pa 13 povpraševanj + 2 telefona. Trend nakazuje postopno

'Performance Max Aligneri' — padajoči leadi in premalo povpraševanj

Skupno število leadov pada: 39 (jan) → 32 (feb) → 15 (mar). V aprilu je 14 leadov, od tega le 2 povpraševanja, 1 telefon, 1 e-mail in 10 prenosov. CPA sicer ostaja relativno nizka (5,71 €), a kakovost pada. Povpraševanja so padla s 5 v januarju na 2 v aprilu (googleAds.campaignHistory).

Priložnosti

Povečaj proračun za Meta kampanjo 'Aligneri pomlad 2026' — kaže se okrevanje

Kampanja 'Aligneri pomlad 2026' je imela v marcu 20 leadov pri CPA 4,69 €, v aprilu pa 7 leadov pri CPA 8,92 €. Glede na manjšo porabo v aprilu (62,43 €) in obetavno strukturo leadov (2 povpraševanja, 5

Izkoristi moč organskega ključnika 'cena zobnega implantata'

Ključnik 'cena zobnega implantata' je z 140 kliki in povprečno pozicijo 6,8 eden najmočnejših organskih iskalnih izrazov (organic.topQueries). Stran <https://smilelab.si/cenik-zobozdravstvo> je z 90 kliki najmočnejša organska stran. Optimizacija meta naslova in opisa za ta ključnik bi

Preglej kampanjo 'Beljenje zob search' — samo prenosi, nič kvalificiranih leadov

Kampanja ima v aprilu CPA 4,43 €, a vsi leadi so prenosi. Pred odločitvijo o morebitnem zaustavljanju je treba pregledati: ali oglas objavlja vsebino (npr. katalog), ki vodi le do prenosa? Ali je pristajalna stran obrazca za stik? Pred kakršnokoli spremembo je priporočljivo pripraviti A/B

Organska stran /implantati ima velik potencial — relativno nizek CTR

Stran <https://smilelab.si/implantati> je 5.900 prikazov med vodilnimi, CTR znaša 3,7 % in povprečna pozicija je 7,2 (organic.topPages). To kaže na to, da se stran pojavlja v iskanju, a ne dovolj visoko ali z dovolj prepričljivim opisom, da bi pridobila klika.

Google Ads

€353,61

Strošek
+17.9%

57

Leadi
+7.5%

€6,2

CPA
-9.5%

1280

Kliki
+24.5%

Kampanja	Strošek	Kliki	Leadi	CPA
Performance Max Implantati File Download: 22 • Povpraševanje: 5	€185,25	719	27	€6,86
Performance Max Aligneri File Download: 10 • Povpraševanje: 2 • Email: 1	€79,98	411	14	€5,71
Implantati search Povpraševanje: 6 • File Download: 3 • Telefon: 1	€61,82	104	10	€6,18
Beljenje zob search File Download: 6	€26,56	46	6	€4,43

Trendi kampanj

Kampanja	januar 2026			februar 2026			marec 2026		
	Poraba	Leadi	CPA	Poraba	Leadi	CPA	Poraba	Leadi	CPA
Performance Max Implanta...	€241,64	72	€3,36	€242,74	31	€7,83	€243,89	21	€11,61
Performance Max Aligneri	€119,99	39	€3,08	€114,47	32	€3,58	€71,59	15	€4,77
Implantati search	€94,83	8	€11,85	€109,04	9	€12,12	€90,06	8	€11,26
Beljenje zob search	€26,95	5	€5,39	€11,78	2	€5,89	€9,98	7	€1,43

3-mesečni trend porabe, leadov (GA4) in CPA po kampanjah.

Google Ads je v prvih 21 dneh aprila prinesel 57 interakcij — 13 povpraševanj, 2 telefonska klika, 1 e-mail in 41 prenosov — pri skupni porabi 353,61 € in CPA 6,20 €. Prenosi so prevladujoč tip leada, kar pomeni, da večina interakcij kaže zanimanje, ne pa neposredne namere za stik. Kliki so sicer zrastle za 24,5 % in CPC se je znižal na 0,28 €, kar kaže na učinkovito bidding dinamiko — a brez izboljšanja kakovosti leadov sama rast klikov ni dovolj. Kampanja 'Implantati search' ostaja najzanesljivejša: 6 povpraševanj, 1 telefon, 3 prenosi, CPA 6,18 € in v stabilnem tromesečni trend. 'Performance Max Implantati' pa zahteva strukturni pregled — CPA je v treh mesecih zrasel s 3,36 € na 11,61 €, v aprilu pa je od 27 leadov 5 povpraševanj. Kampanja 'Beljenje zob search' v aprilu ni prinesla niti enega kvalificiranega leada kljub porabi 26,56 € — to zahteva takojšnji pregled ustreznosti oglasa in pristajalne strani.

Meta Ads

€379,91

Strošek
+4.0%

32

Leadi
-15.8%

€11,87

CPA
-23.5%

819

Kliki
-3.5%

Kampanja	Strošek	Kliki	Leadi	CPA
Leads Dental CPR 13/08 Povpraševanje: 16 • File Download: 7 • Email: 1	€317,48	546	25	€12,7
Aligneri pomlad 2026 File Download: 5 • Povpraševanje: 2	€62,43	273	7	€8,92

Trendi kampanj

Kampanja	januar 2026			februar 2026			marec 2026		
	Poraba	Leadi	CPA	Poraba	Leadi	CPA	Poraba	Leadi	CPA
Leads Dental CPR 13/08	€304,71	43	€7,09	€409,87	39	€10,51	€455,35	38	€11,98
Aligneri pomlad 2026	€23,06	4	€5,77	€83,78	27	€3,1	€93,73	20	€4,69

3-mesečni trend porabe, leadov (GA4) in CPA po kampanjah.

Meta Ads je v prvih 21 dneh aprila prinesel 32 leadov — 18 povpraševanj, 1 telefon, 1 e-mail in 12 prenosov — pri porabi 379,91 € in CPA 11,87 €. Med plačanimi kanali je Meta absolutni vodja po kvalificiranih leadih: 20 od 32 je takšnih z jasno namero za stik, konverzijska stopnja pa znaša 10,2 %. Kampanja 'Leads Dental CPR 13/08' je prinesla 25 leadov (od tega 16 povpraševanj), a CPA že četrti mesec zapored narašča — z 7,09 € na 12,70 € — in impressions so padli za 13,7 % kljub višji porabi, kar so zgodnji znaki utrujenosti. Kampanja 'Aligneri pomlad 2026' je v aprilu ustvarila 7 leadov (2 povpraševanja, 5 prenosov) pri porabi 62,43 € in CPA 8,92 € — padec z marčevskih 20 leadov je opazen, a poraba je bila v aprilu precej nižja, zato je prezigodaj sklepati o strukturnem upadanju. Priporoča se opazovanje v naslednjih dveh tednih in takojšnja osvežitev kreativ za 'Leads Dental CPR 13/08', preden se trend CPA še poglobi.

Primerjava kanalov

Kanal	Seje	Delež	Leadi	Konv %	CPA
Google Ads	4,516	47.5%	57	2.5%	€6,2
Organski promet	2,856	30.0%	34	2.4%	-
Meta Ads	1,256	13.2%	32	5.1%	€11,87
Direktni promet	444	4.7%	1	0.5%	-
Referral	62	0.6%	1	3.2%	-
Družbena omrežja	126	2.6%	-	-	-
Družabna omrežja	126	-	-	-	-
Drugo plačano	58	1.2%	-	-	-
Paid Other	58	-	-	-	-
Neznano	8	-	-	-	-
AI / LLM	6	0.1%	-	-	-

Priporočila

1. Preglej in okrepi CTA na strani /implantati za neposredno povpraševanje

Stran /implantati je najprometnejša pristajalna stran (611 sej prek Cross-network), a pri tem kanalu prihaja samo eno

Visok vpliv

2. Preveri strukturo kampanje 'Performance Max Implantati' — CPA 3 mesece narašča

CPA se je dvigoval od 3,36 € (jan) na 11,61 € (mar), v aprilu je 6,86 €. Kvalificiranih leadov je vse manj — v aprilu le 5 povpraševanj iz 27 leadov. Priporoča se pregled segmentov publike, oglaševalskih sredstev in pristajalnih strani.

Visok vpliv

3. Preusmeri oglasna sredstva v 'Implantati search' — stabilen vir kvalificiranih

Kampanja beleži stabilen tok leadov (8 → 9 → 8 v zadnjih 3 mesecih) z dobro mešanico: 6 povpraševanj, 1 telefon, 3 prenosi v aprilu pri CPA 6,18 €. To je najzanesljivejši vir kvalificiranih leadov med Google Ads kampanjami. Zmeren

Visok vpliv

4. **Preuči 'Beljenje zob search' — nič kvalificiranih leadov kljub porabi**

Srednji vpliv

Kampanja je v aprilu porabila 26,56 € in prinesla 6 leadov, a vsi so prenosi (File Download). Ni niti enega povpraševanja, telefonskega klika ali e-maila. Pregledaj: ali oglas komunicira prenos namesto stika? Ali je pristajalna

5. **Optimiziraj SEO meta vsebino za /implantati/ — 5.900 prikazov, CTR 3,7 %**

Srednji vpliv

Stran <https://smilelab.si/implantati> se v Googlu pojavlja pogosto (5.900 prikazov), a CTR je izjemno nizek (3,7 %) pri povprečni poziciji 7,2. Posodobi meta naslov in opis tako, da bodo jasno komunicirali vrednost storitve.

6. **Opazuj 'Leads Dental CPR 13/08' naslednji mesec — CPA narašča, impressions padajo**

Srednji vpliv

CPA je v 3 mesecih narasel z 7,09 € na 11,98 €, v aprilu je 12,70 €. Impressions so padli za 13,7 % kljub stabilni porabi — možen znak zasičenosti publike ali ad fatigue. Priporoča se osvežitev oglasnih kreativ in pregled segmentov.

Zaključek

April 2026 prinaša spodbudno sliko v smislu obsega — 125 leadov in rast za 40,4 % sta jasna signala, da se skupni doseg povečuje. A za celotno sliko je treba gledati kakovost: od vseh leadov je 55 kvalificiranih (povpraševanja, telefoni, e-maili), ostalo so prenosi datotek. Meta Ads ostaja najzanesljivejši kanal za neposredna povpraševanja, organski promet krepi temelje z merljivo rastjo pozicij in CTR, pri Google Ads pa so pred nami konkretne naloge — pregled kampanj z naraščajočo CPA in brez kvalificiranih leadov. Prednostne naloge za maj so jasne: strukturni pregled kampanje 'Performance Max Implantati', takojšnja osvežitev kreativ pri 'Leads Dental CPR 13/08', pregled kampanje 'Beljenje zob search' in SEO optimizacija strani /implantati/. Osnova je dobra — zdaj je čas za natančne prilagoditve, ki bodo povečale delež res kvalificiranih povpraševanj.