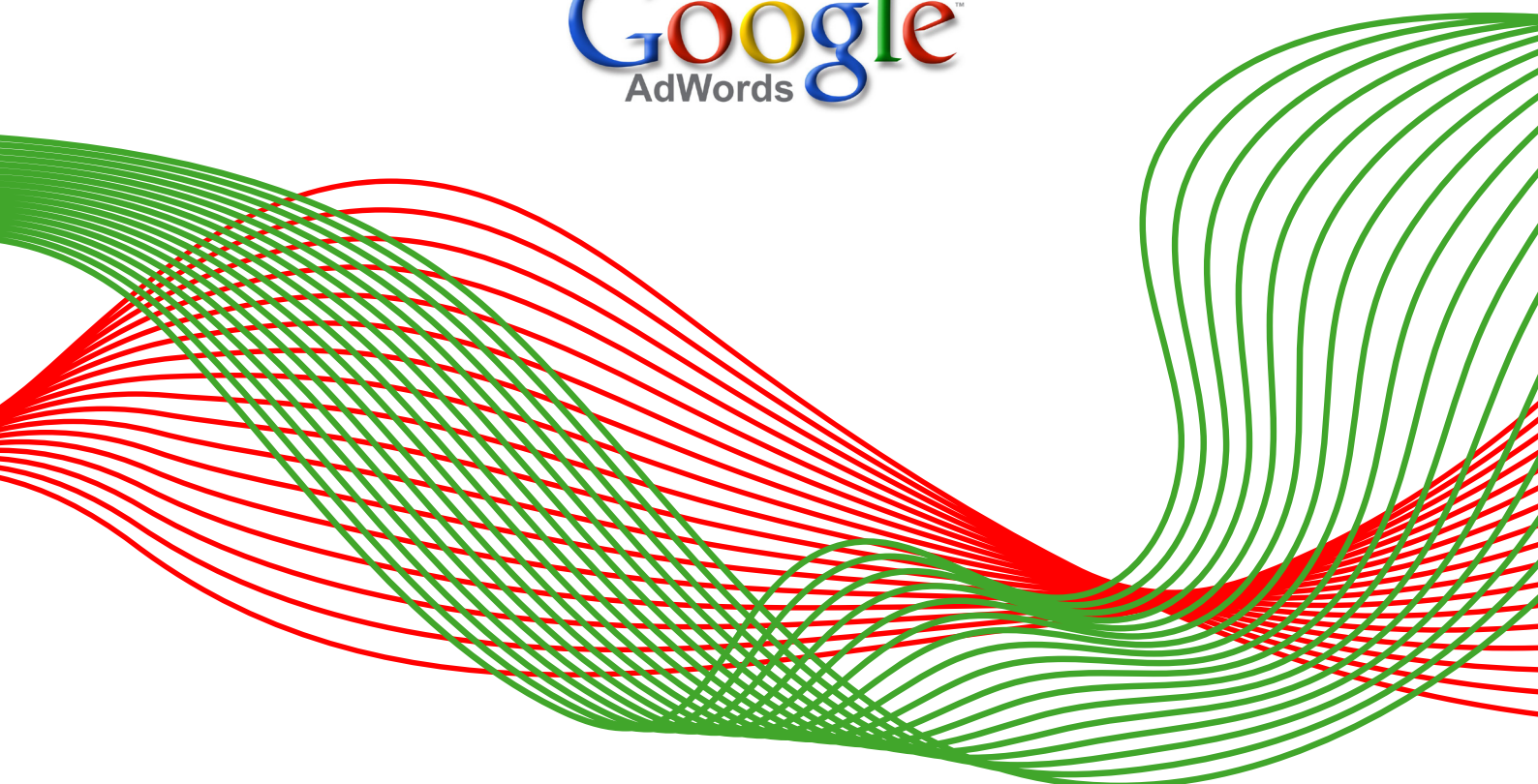


homee.pl

Poradnik Google AdWords

Jak odebrać kupon i uruchomić efektywną kampanię promocyjną w Google AdWords?



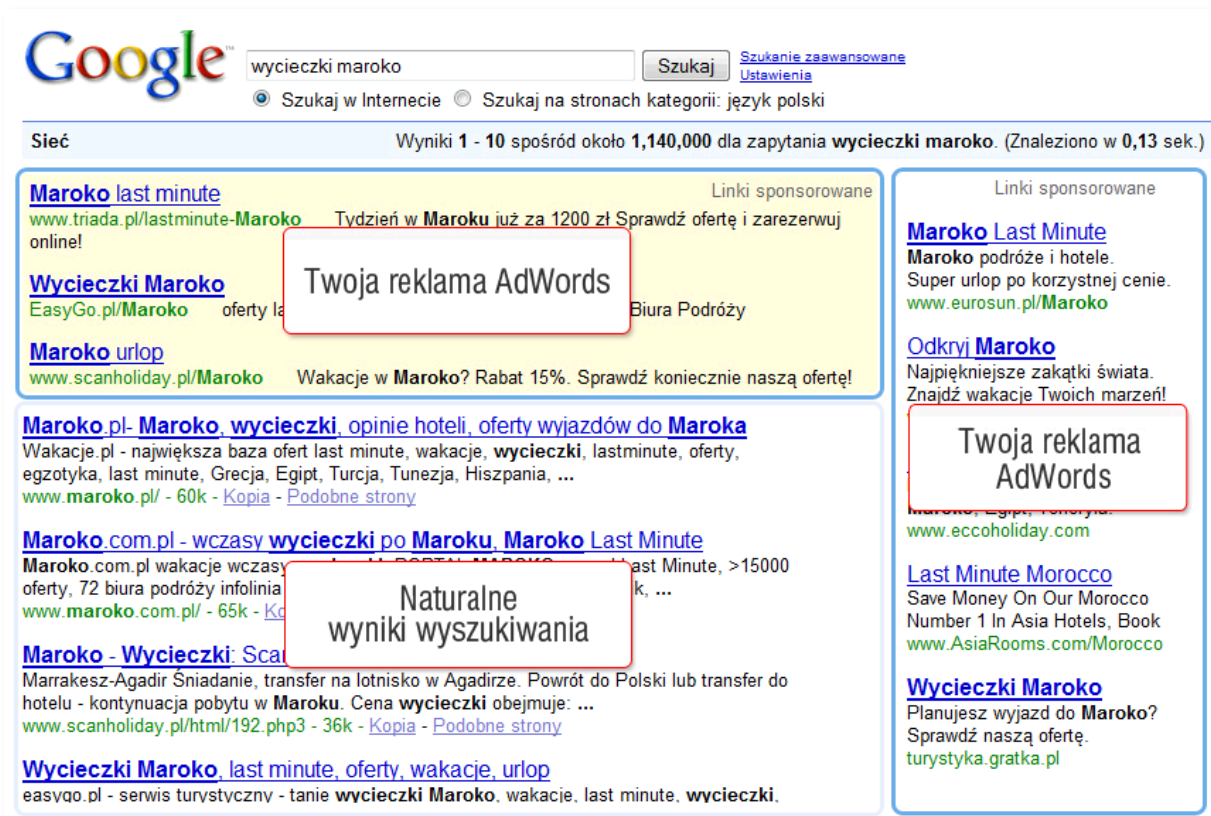
Spis treści

1. INFORMACJE OGÓLNE	3
<i>Czym jest Google AdWords?</i>	<i>3</i>
<i>Jak działa program Google AdWords?.....</i>	<i>4</i>
<i>Gdzie znaleźć kupon Google AdWords?.....</i>	<i>4</i>
2. STWORZENIE KAMPANII ADWORDS.....	6
<i>Rejestracja w programie.</i>	<i>6</i>
<i>Tworzenie kampanii.....</i>	<i>9</i>
<i>Stworzenie reklamy i słów kluczowych.</i>	<i>11</i>
<i>Wykorzystanie kuponu Google Adwords</i>	<i>12</i>
<i>Śledzenie wyników kampanii AdWords.</i>	<i>13</i>
<i>A kiedy skończy się kupon</i>	<i>14</i>
3. WSKAZÓWKI.....	15
4. SŁOWNICZEK POJĘĆ.....	17

1. Informacje ogólne

Czym jest Google AdWords?

AdWords to serwis reklamowy, który umożliwia promocję produktów i usług. Reklamy **Google AdWords** są wyświetlane obok wyników wyszukiwania w Google, a także w witrynach wyszukiwania i partnerskich należących do rozwijającej się sieci Google. Poniższa grafika przedstawia przykładowe rozmieszczenie reklam na stronie z wynikami wyszukiwania Google.



Dzięki umieszczeniu reklam w sąsiedztwie wyników wyszukiwania reklamy **Google AdWords** są bardzo skuteczne - połączą Cię z nowymi klientami dokładnie w chwili, gdy będą oni szukali Twoich produktów lub usług.

Korzystając z programu **Google AdWords**, zyskujesz pełną swobodę w zakresie samodzielnego zarządzania reklamami:

- samodzielnie zamieszczasz kampanie,
- ustalasz dzienny budżet, który przeznaczasz na realizację emisji,
- wybierasz słowa kluczowe, które pomagają dopasować Twoje reklamy do potrzeb odbiorców,
- definiujesz parametry kampanii, które pomagają w zwiększeniu jej skuteczności.

Pamiętaj, że **płacisz tylko za kliknięcie** w Twoją reklamę, a nie za samo jej wyświetlenie. Nie ma też wymogu minimalnych wydatków, ani konieczności definiowania limitu czasu dla emisji kampanii reklamowej.

Jak działa program Google AdWords?

Promocję w Google AdWords można podzielić na trzy etapy.

1. Reklamodawca samodzielnie tworzy reklamy

Samodzielnie tworzysz reklamy i dobierasz słowa lub wyrażenia (nazywane słowami kluczowymi), które są związane z Twoją działalnością. Następnie, korzystając z tych słów kluczowych, tworzysz reklamy, które są kierowane do potencjalnych klientów, gdy poszukują w witrynie Google produktów lub usług, jakie masz w ofercie.

2. Twoje reklamy są wyświetlane w Google

Gdy użytkownicy wyszukują w Google identyczne lub podobne słowa kluczowe, Twoja reklama Google AdWords może pojawić się obok wyników wyszukiwania (lub nad nimi) oznaczona jako „Link sponsorowany”. Dzięki temu reklamy docierają do odbiorców zainteresowanych ofertą Twojej firmy.

3. Reklamy przyciągają uwagę klientów

Użytkownicy mogą kliknąć reklamę i przejść na Twoją stronę aby dokonać zakupu, przejrzeć witrynę lub zdobyć więcej informacji o Twojej firmie.

Należy pamiętać, że reklamy AdWords są zawsze odseparowane od wyników wyszukiwania Google. Za pomocą programu AdWords nie można wpłynąć na wyniki wyszukiwania ani zmienić sposobu wyświetlania witryny w bezpłatnych wynikach wyszukiwania. Można jednak dzięki AdWords kierować reklamy do tych samych odbiorców, którzy wyświetlają określone wyniki wyszukiwania: do osób poszukujących produktów i usług podobnych do tych, jakie masz w swojej ofercie.

Możesz również wyświetlać swoje reklamy w witrynach partnerów w Sieci reklamowej Google, aby docierać do użytkowników, którzy przeglądają inne witryny internetowe z produktami lub usługami podobnymi do oferowanych przez Twoją firmę. Oprócz reklam tekstowych dostępne są też inne opcje formatów reklam, np. reklamy wideo, reklamy graficzne i reklamy na telefony komórkowe.

Gdzie znaleźć kupon Google AdWords?

home.pl - największy polski rejestrator domen i dostawca hostingu oferuje Ci **Kupon o wartości nawet do 350 zł** na reklamę w Google - najbardziej znanej wyszukiwarce na świecie.

Kupon znajdziesz w Panelu Administracyjnym swojego serwera w zakładce dodatki.

Zaloguj się pod adresem <https://panel.home.pl/> , jako loginu używając nazwy serwera. Kliknij w nazwę usługi widoczną na pulpicie i następnie z rozwijanego menu 'Dodatki' wybierz opcję 'AdWords'. Po akceptacji regulaminu wciśnij przycisk 'Zarejestruj się w programie AdWords' i zareklamuj swoją stronę w najpopularniejszej wyszukiwarce świata.

Wartość Twojego kuponu zależy od rodzaju usługi jaki posiadasz – szczegółowe informacje znajdziesz w tabeli poniżej.

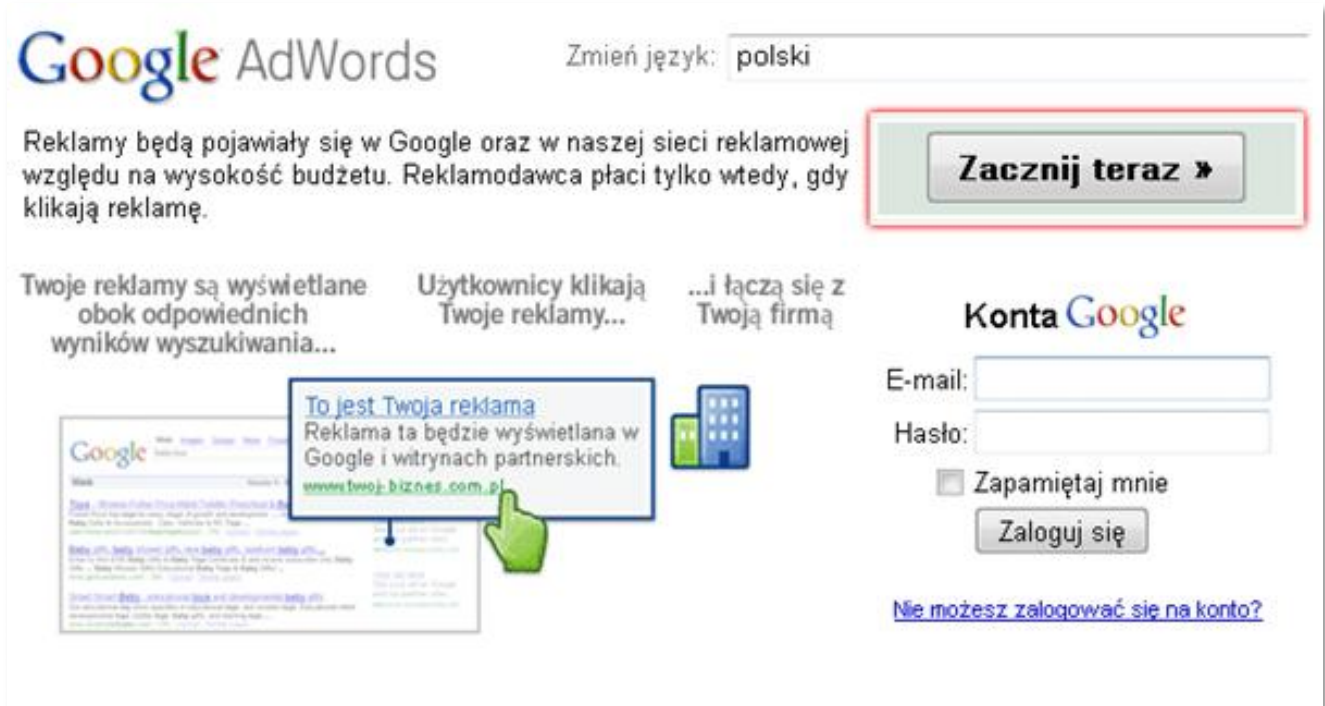
Typ usługi	Wartość kuponu
Business email, Business email PRO lub Business Web	100 zł
Domena .pl*	150 zł
Business Starter lub Windows Starter	200 zł
Business Server, Windows Server, Business Shop Starter lub Click Shop	250 zł
Business Server PRO, Windows Server PRO lub Business Shop	300 zł
Business Shop PRO, Click Shop Premium	350 zł

Kupon należy aktywować do 14 dni po założeniu konta w Google AdWords.

2. Tworzenie kampanii AdWords

Rejestracja w programie AdWords.

Zacznij od rejestracji w programie AdWords. W tym celu przejdź na stronę www.adwords.google.com/ i zarejestruj się.



Aby założyć konto Google AdWords, musisz posiadać konto Google. Jeśli korzystasz już z innych produktów Google (Gmail, iGoogle, AdSense), możesz skorzystać z tego samego adresu e-mail i hasła. To na ten adres e-mail będziesz otrzymywał wszystkie informacje związane z Twoją kampanią w Google AdWords. Jeśli nie rejestrowałeś się dotąd w żadnych produktach Google, możesz stworzyć swoje konto teraz. Wystarczy podać adres e-mail, wybrać hasło oraz wpisać znaki widoczne na obrazku. Poniższa grafika przedstawia ekran, na którym wykonasz wymienione wyżej czynności.

Tworzenie konta Google

Ustaw strefę czasową i walutę

Zweryfikuj konto

Tworzenie konta Google

Aby rozpocząć tworzenie konta AdWords, wybierz nazwę użytkownika i hasło, których chcesz używać.

Co najlepiej opisuje Twój status?

- Mam adres e-mail i hasło, których używam już w usługach Google, takich jak AdSense, Gmail, Orkut
- Nie używam podanych tu usług.

Zastąp mój login AdWords nowym, tworzonym przeze mnie Kontem Google

E-mail:

np. myname@example.com. Adres ten będzie używany do logowania na konto.

Hasło:

Co najmniej 8 znaków. [?]

Wprowadź ponownie
hasło:

Wpisz znaki widoczne na poniższym obrazku.

 &

Wielkość liter nie jest brana pod uwagę

Przesyłając ten formularz, akceptujesz [Warunki korzystania z usługi](#) i [Zasady ochrony prywatności](#)

< Wstecz

Dalej >

W następnym kroku zostaniesz poproszony o wybór strefy czasowej i waluty, w której chciałbyś płacić za swoje reklamy w AdWords.

Uwaga - po aktywacji konta nie będziesz już miał możliwości zmiany strefy czasowej i waluty!

✓ Tworzenie konta Google Ustaw strefę czasową i walutę Zweryfikuj konto

Ustaw preferowaną strefę czasową i walutę

Aby skonfigurować konto AdWords, musimy znać Twoją strefę czasową i używaną walutę (jest to waluta, w której nie waluta używana w transakcjach z klientami).

Wybierz stałą strefę czasową dla swojego konta.
Będzie to strefa czasowa dla wszystkich raportów i rozliczeń konta.

Strefa czasowa kraju lub terytorium:

Strefa czasowa:

Wybierz stałą walutę dla swojego konta.
Przed podjęciem decyzji przejrzyj dostępne [opcje płatności](#) dla walut lokalnych. Nie wszystkie waluty są dostępne.

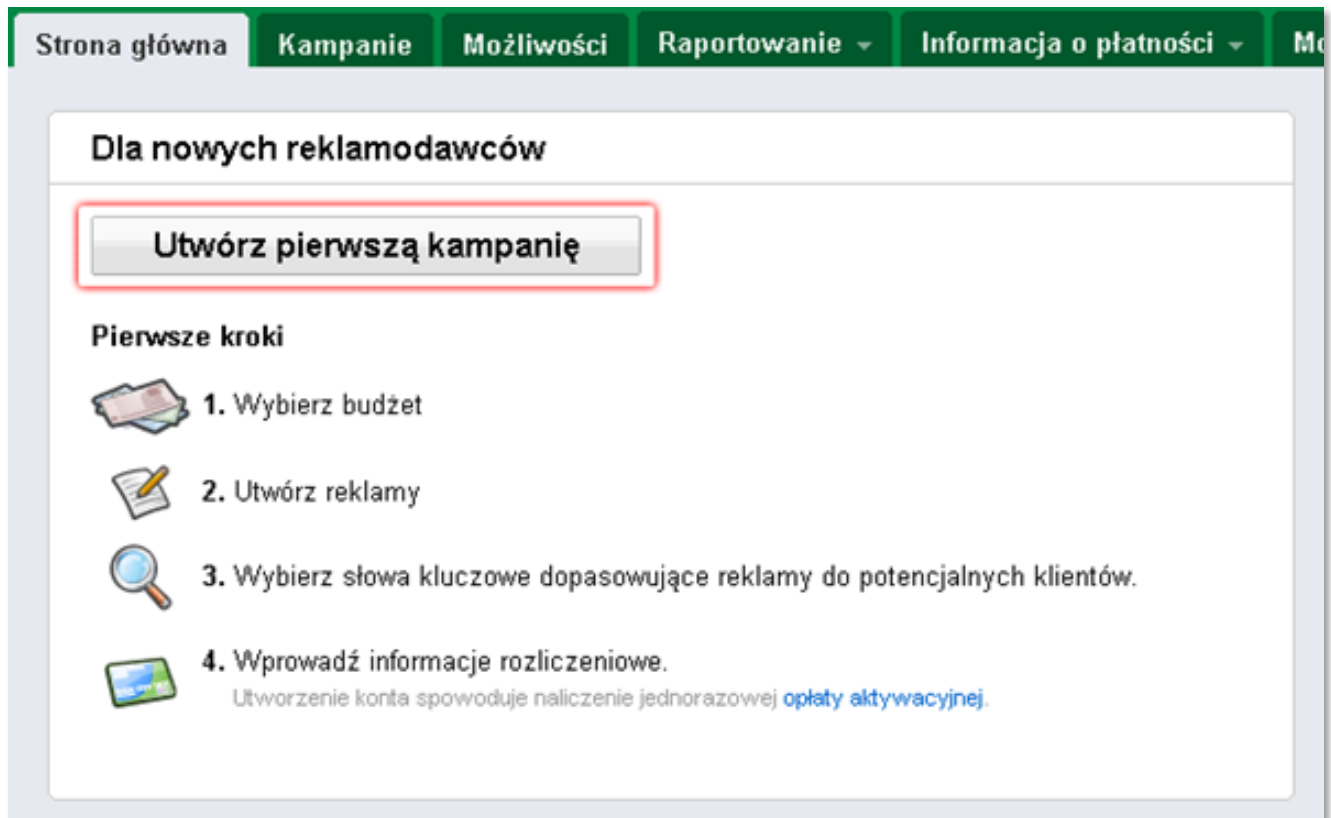
Po założeniu konta nie można zmienić ustawień strefy czasowej i waluty.
Prosimy o sprawdzenie poprawności wyboru i kliknięcie przycisku „Kontynuuj”.

Po kliknięciu przycisku **Kontynuuj**, Twoje konto zostanie utworzone. Zaloguj się teraz na swoje konto AdWords na stronie <https://adwords.google.pl>, a następnie utwórz pierwszą kampanię AdWords i skonfiguruj informacje rozliczeniowe. **Dopiero po wykonaniu obu tych czynności Twoje reklamy zaczną być wyświetlane w Internecie.**

Tworzenie kampanii.

Kliknij przycisk „Utwórz pierwszą kampanię”, aby przejść do kolejnego kroku.

Tam będziesz mógł przygotować pierwszą kampanię reklamową w Google AdWords wykonując kilka prostych kroków. Wszystkie ustawienia kampanii będziesz mógł w każdej chwili zmienić.



Na następnym ekranie zacznij od określenia podstawowych ustawień kampanii:

- W sekcji **Lokalizacje, języki i grupy demograficzne** określ na jakim terenie będą wyświetlane Twoje reklamy. Może być to cały świat, określony kraj (np. Polska), określone terytorium (np. województwo Zachodniopomorskie) lub inny region.
- Następnie wybierz język, w którym mówią osoby, którym będziesz chciał wyświetlić reklamę.
- W sekcji **Sieci, urządzenia i rozszerzenia** określ, gdzie mają być wyświetlane Twoje reklamy. Możesz zdecydować, czy będą one wyświetlać się w wynikach wyszukiwania Google, stronach znajdujących się w sieci Google lub stronach partnerskich. Jeśli jesteś początkującym użytkownikiem wybierz domyślnie zaznaczoną opcję.

- W sekcji **Stawki i budżet** określ stawki za kliknięcie oraz budżet swojej kampanii. Stawki za kliknięcie możesz ustalić samodzielnie lub wybrać opcję automatycznego ustalania stawek. W drugim przypadku możesz podać maksymalną kwotę, jaką jesteś w stanie zapłacić a system automatycznie dobierze stawkę nieprzekraczającą tego limitu. Wybierz tę opcję, jeśli jesteś początkującym użytkownikiem.
- Następnie określ budżet swojej kampanii, czyli kwotę jaką możesz wydać w ciągu jednego dnia kampanii.

Po wykonaniu powyższych czynności kliknij klawisz „Zapisz i kontynuuj” i przejdź do następnego kroku.

Wybierz ustawienia kampanii
Utwórz reklamę i słowa kluczowe >

Wybierz ustawienia kampanii

Ogólne

Nazwa kampanii

Lokalizacje, języki i grupy demograficzne

Lokalizacje ? W jakich lokalizacjach geograficznych mają być wyświetlane reklamy?

- Pakiet: **All countries and territories**
- Kraj: **Polska**
- Region: **Zachodniopomorskie, PL**

[Wybierz inne lokalizacje](#)

Wyświetl trafne adresy wraz z reklamami (zaawansowane) ?

Języki ? W jakich językach mówią Twoi klienci?

polski [Edycja](#)

Grupa demograficzna (zaawansowane)

Sieci, urządzenia i rozszerzenia

Sieci ? Wszystkie dostępne witryny (Zalecane dla nowych reklamodawców)

Samodzielny wybór

Urządzenia ? Wszystkie dostępne urządzenia (Zalecane dla nowych reklamodawców)

Samodzielny wybór

Stawki i budżet

Opcja określania stawek ? [Opcje podstawowe](#) | [Opcje zaawansowane](#)

Samodzielne określanie stawek dla kliknięć

Automatyczne określanie stawek mające na celu maksymalizację liczby kliknięć w ramach budżetu docelowego

Limit stawki CPC ? zł

Budżet ? zł dziennie

Budżet dzienny odzwierciedla średnią wydatków w skali miesiąca. Faktyczne wydatki w danym dniu mogą się od niego różnić.

Preferencja pozycji, metoda wyświetlania (zaawansowane)

Ustawienia zaawansowane

Harmonogram: data rozpoczęcia, data zakończenia, harmonogram wyświetlania reklam

Wyświetlanie reklam: rotacja reklam, ograniczenie liczby wyświetleń

Zapisz i kontynuuj
Anuluj nową kampanię

Stworzenie reklamy i słów kluczowych.

W kolejnym utworzysz swoją pierwszą reklamę tekstową oraz określisz słowa kluczowe, które będą powodowały jej wyświetlenie.

Najpierw uzupełnij pola formularza tekstem reklamy. Musisz wpisać tytuł, dwa wiersze tekstu, wyświetlany adres URL oraz docelowy adres URL. Podgląd swojej reklamy zobaczysz obok formularza.

Następnie wpisz słowa i frazy kluczowe, które będą powodowały wyświetlenie Twojej reklamy. Słowa i frazy wpisuj po jednym w linii. Staraj się wybierać je w taki sposób, aby jak najlepiej opisywały Twoje produkty lub firmę - unikaj zbyt ogólnych lub niedopasowanych słów kluczowych.

Wybierz ustawienia kampanii **Utwórz reklamę i słowa kluczowe**

Utwórz reklamę i słowa kluczowe

Utwórz reklamę

Reklama tekstowa Reklama graficzna Narzędzie do tworzenia reklam graficznych Reklama na telefon komórkowy (tylko WAP)

W tym miejscu wprowadź swoją pierwszą reklamę. Później można utworzyć więcej reklam. [Jak napisać skuteczną reklamę tekstową – pomoc](#)

Nagłówek	<input type="text" value="Najlepsze usługi"/>	Podgląd reklamy Najlepsze usługi Wybierz nasze usługi Gwarantujemy niskie ceny! przyklad.pl
Wiersz opisu 1	<input type="text" value="Wybierz nasze usługi"/>	
wiersz opisu 2	<input type="text" value="Gwarantujemy niskie ceny!"/>	
Wyświetlany adres URL	<input type="text" value="przyklad.pl"/>	
Docelowy adres URL	<input type="text" value="http:// www.przyklad.pl"/>	

Słowa kluczowe

Wybierz słowa kluczowe

Twoje reklamy mogą być wyświetlane w wynikach wyszukiwania słów kluczowych wybranych w tym miejscu. Na ich podstawie są także partnerskiej, w których pojawiają się Twoje reklamy. Rozpocznij od 10 do 20 słów kluczowych bezpośrednio powiązanych z Twoją reklamą. [Jak wybrać skuteczne słowa kluczowe – pomoc](#)

Każde słowo kluczowe należy wprowadzać w osobnym wierszu. [Dodaj słowa kluczowe w arkuszu kalkulacyjnym](#)

Przykładowe słowa kluczowe witryny
Brak przykładowych słów

Opcja zaawansowana: typy dopasowania

Ważna uwaga: nie możemy zagwarantować, że te słowa kluczowe poprawią wydajność kampanii. Zastrzegamy sobie prawo do odrzucania dodawanych słów kluczowych. Wyłączną odpowiedzialność za wybór słów kluczowych i ich używanie zgodnie z wszelkimi obowiązującymi prawami ponosi reklamodawca.

Miejsca docelowe

Wybierz miejsca docelowe

Ta kampania jest niepełna. Aby reklamy mogły być wyświetlane, musisz wykonać następujące czynności: Dodaj co najmniej jedno lub miejsce docelowe.

Uwaga: niepełna kampania może zostać zapisana, a resztę zadań można wykonać później.

Po wprowadzeniu wszystkich ustawień kliknij klawisz „Zapisz i przejdź do rozliczeń”, w celu aktywowania kuponu.

Wykorzystanie kuponu Google Adwords

Po określeniu parametrów kampanii, stworzeniu pierwszej reklamy i wybraniu słów kluczowych zostaniesz przekierowany na stronę, gdzie będziesz mógł wpisać kod z Twojego kuponu Google i w ten sposób sfinansować swoją kampanię. Na początku zostaniesz poproszony o wybranie państwa oraz uzupełnienie danych adresowych. W przypadku rejestracji konta na osobę prywatną proszę potwierdzić, że używasz reklam Google AdWords w celu prywatnym i niekomercyjnym.


Następnie wybierz formę płatności za reklamy (Kupon Google Adwords)

Zaznacz formę płatności z której ewentualnie będziesz chciał skorzystać po wyczerpaniu kwoty z kuponu. Aby wykorzystać kod promocyjny kliknij w odnośnik „Wpisz go tutaj” znajdujący się na dole strony.

Forma płatności

Po dokończeniu konfiguracji możesz dokonać płatności, korzystając z jednej z następujących metod:

Karta kredytowa Płatność kartą kredytową. Płatność jest realizowana niemal natychmiast.
[Więcej informacji](#)



Przelew Przelew środków z Twojego konta bankowego na konto bankowe Google. Płatność zostanie zrealizowana w ciągu 5 do 10 dni. [Więcej informacji](#)

Posiadasz kod promocyjny? [?](#) [Anuluj](#)

Kod promocyjny

- Po wyczerpaniu kwoty promocyjnej będziemy kontynuować wyświetlanie Twoich reklam i rozpoczniemy naliczanie kosztów według wybranej formy płatności.
- Często oferta promocyjna ma określoną datę ważności i należy z niej skorzystać nim wygaśnie.


[« Wstecz](#) [Dalej »](#)

Na kolejnym ekranie zostaniesz poproszony o akceptację Regulaminu Google AdWords (Regulamin umieszczania reklam przez Google Ireland („Google")). Jeśli zgadzasz się na jego warunki - zaznacz odpowiednie pole i kliknij **Kontynuuj**.

Po uzupełnieniu danych i dodaniu kuponu kliknij przycisk **Zapisz i aktywuj**. Zobaczysz ekran z potwierdzeniem zakończenia konfiguracji konta. Następnie kliknij **Zakończ konfigurację rozliczeń**.

Profil rozliczeniowy został utworzony.

Dziękujemy za utworzenie profilu rozliczeniowego.

 Wybrano opcję płatności samodzielnej z wykorzystaniem kodu promocyjnego. Wyświetlanie reklam rozpocznie się niemal natychmiast. Jeśli nie dokonasz płatności, reklamy zostaną wstrzymane po wyczerpaniu się kwoty promocyjnej. [Więcej informacji](#)

Dokonaj płatności

Twoja pierwsza kampania jest gotowa a konto skonfigurowane. Jeśli skorzystałeś z kuponu promocyjnego Twoje reklamy zaczną wyświetlać się po jego weryfikacji, zwykle w ciągu dwóch do trzech dni.

Śledzenie wyników kampanii AdWords.

Program Google AdWords pozwala na bieżąco monitorować skuteczność reklam i dokonywać na tej podstawie odpowiednich zmian w kampaniach.

Reklamodawcy AdWords mają dostęp do następujących danych:

- **Kliknięcia**
Kliknięcia to podstawowy miernik sukcesu kampanii AdWords, informują one o tym, czy potencjalni klienci klikają reklamy i przechodzą do witryny Twojej firmy.
- **Wyświetlenia**
Wyświetlenia informują o tym, ile razy Twoje reklamy zostały pokazane potencjalnym klientom, niezależnie od tego, czy zostały kliknięte.
- **Współczynnik klikalności (CTR – z ang. „click-through rate”)**
Współczynnik klikalności to procentowy stosunek liczby kliknięć Twojej reklamy do całkowitej liczby jej wyświetleń. CTR słowa kluczowego to ważny wyznacznik trafności tego słowa kluczowego dla potencjalnych klientów.

Informacje o wynikach Twoich kampanii zawsze znajdziesz w koncie AdWords, w Migawce konta oraz w karcie Podsumowanie kampanii. Dodatkowo, w karcie Raporty, możesz stworzyć i dostosowywać raporty o skuteczności kampanii, słów kluczowych, grup reklam lub całego konta AdWords.

A kiedy skończy się kupon ...

Po skorzystaniu z kuponu Google Adwords dodawanego w ramach serwera można dokonać dodatkowego zakupu „kredytów” na reklamę w Google. W tym celu przechodzimy do zakładki „Płatności” a następnie wybieramy opcję „Formy płatności” – „Dodaj nową formę płatności”. W tym miejscu będziesz miał możliwość wyboru dwóch form płatności, przelewem lub za pomocą karty kredytowej.



Po wybraniu opcji przelewu, na email podany jako kontaktowy zostaną przesłane informacje dotyczące tej formy płatności.

Przy wybraniu opcji „Karta kredytowa” i podaniu wszelkich danych dotyczących karty wszelkie płatności będą dokonywane poprzez automatyczne obciążenie konta.

Jeśli natomiast chcesz samodzielnie podejmować decyzję o użyciu karty, możesz zachować ją na koncie bez ustawiania jej jako podstawowej lub zastępczej formy płatności. W takim przypadku możesz użyć jej, korzystając z funkcji „Dokonaj płatności”.

Po wykorzystaniu kredytu promocyjnego Twoje reklamy będą nadal wyświetlane. Wszystkie koszty reklamowe powstałe po wyczerpaniu kwoty kredytu będą naliczane w formie płatności wybranej na stronie „Preferencje płatności”.

Jeśli kredyt promocyjny został wyczerpany i nie chcesz ponosić dodatkowych kosztów, zatrzymaj wyświetlanie reklam, wstrzymując wszystkie swoje kampanie. Jeśli nie chcesz przerywać emisji reklam, możesz także dostosować budżety swoich kampanii lub doprecyzować słowa kluczowe i tekst reklamy.

3. Wskazówki.

Wykorzystaj poniższe wskazówki, aby Twoje kampanie były skuteczniejsze. Pamiętaj, że w trakcie trwania kampanii możesz ją dowolnie modyfikować i poprawiać jej działanie.

Lista głównych słów kluczowych - konkretna i na temat

Słowa kluczowe powinny być konkretne i zgodne z profilem Twojej firmy i jej ofertą. Unikaj ogólników - być może sprawiają dobre wrażenie, ale zwykle nie odpowiadają żądanym kryteriom wyszukiwania i generują wyższe koszty. Używaj słów, które charakteryzują Twoją działalność, w tym produkty i technologie, nazwy firmowe, slogany, specjalistyczne słownictwo branżowe oraz słowa wyszukiwane na Twojej witrynie.

Rozbuduj listę słów kluczowych dodając synonimy i inne sformułowania

Ponieważ bardzo konkretne słowa kluczowe wygenerują mniej wyników (choć będą one bardziej ukierunkowane), zwiększ zasięg oddziaływania reklamy bez rezygnowania z trafności wyników, dodając alternatywną pisownię i sformułowania, liczbę pojedynczą i mnogą, a także inne słowa podobne do wybranych przez Ciebie słów kluczowych. Możesz skorzystać z list słów kluczowych opracowanych dla celów podobnych kampanii oraz użyć narzędzi generujących słowa kluczowe.

Dopracuj listę słów kluczowych eliminując słowa o zbyt ogólnym znaczeniu

Firmy niszowe lub działające na rynku regionalnym powinny unikać słów kluczowych o zbyt szerokim znaczeniu wykraczającym poza docelowy segment klientów. Jeśli działasz na niszowym rynku lub świadczysz usługi o zasięgu lokalnym, powinieneś to uwzględnić przy doborze słów kluczowych. Niektóre słowa kluczowe - np. wyrażenia bardzo popularne lub niezwiązane z branżą - są zbyt ogólne, by umieszczać je na liście.

Wybierz obszar geograficzny obsługiwany przez Twoją firmę

Wybierz słowa kluczowe dotyczące lokalizacji, aby dotrzeć do lokalnych lub regionalnych odbiorców. Przykładowo, jeśli Twoja firma sprzedaje opony w Warszawie, wpisz "opony Warszawa" zamiast "opony" - unikniesz zbędnej prezentacji reklamy użytkownikom w Łodzi lub Katowicach. Możesz także określić kampanię według kryterium kraju i języka, aby skierować komunikat reklamowy do odpowiednich odbiorców.

Wybierz opcje dopasowania słów

Dopracuj kryteria wyświetlania reklamy wybierając opcje dopasowania słów kluczowych. Dopasowanie według wszystkich słów (domyślna opcja) pozwoli na wyświetlenie Twojej reklamy, gdy wszystkie słowa wpisane przez użytkownika do wyszukiwarki będą zgodne ze słowami kluczowymi. Dopasowanie według wyrażenia wymaga wpisania słów w tej samej sekwencji; dokładne dopasowanie oznacza pojawienie się dokładnie tych samych słów kluczowych. Negatywne dopasowanie oznacza nieuwzględnianie opcji

wyszukiwania, do których Twoja reklama nie jest skierowana - jest to szczególnie przydatne w przypadku słów wieloznacznych, np. „mysz -komputer” będzie oznaczać, że interesują Cię opcje wyszukiwania dotyczące małego gryzonia, a nie akcesoria komputerowe. Zidentyfikuj najpopularniejsze wyrażenia niezwiązane z preferencjami docelowych odbiorców i zastosuj je przy ustawianiu negatywnego dopasowania.

Sprawdź wybrane słowa w Google

Po stworzeniu listy słów kluczowych przetestuj je w Google. Wyniki wyszukiwania powinny być podobne pod względem tematyki i treści do Twojej własnej strony. Jeśli nie, zweryfikuj listę i upewnij się, że zawarte w niej słowa kluczowe niosą właściwy przekaz dla odbiorców, których zainteresuje Twoja strona.

Podkreśl trafność swojej strony i stwórz powód do kliknięcia

Aby zachęcić odbiorców do klikania na Twoją reklamę, musisz sprawić, by była ona trafna, dopasowując treść reklamy do słów kluczowych - na przykład umieszczając słowo kluczowe w tytule. Odbiorca musi mieć powód, aby kliknąć na reklamę. Jakie korzyści oferujesz? Co sprawia, że twój produkt jest lepszy? Inny? Unikalny?

Reklamowana witryna spełniająca obietnicę daną w reklamie

Świadomie wybierz witrynę na swojej stronie i dopasuj w taki sposób, aby spełniała cel kampanii. Zastosuj odpowiednie mechanizmy śledzenia w celu uzyskania żądanych informacji. Przede wszystkim zaś stwórz bezpośrednie połączenie pomiędzy reklamą a witryną. Klikając na reklamę, klienci powinni znaleźć to, czego szukają - muszą mieć pewność, że znaleźli się we właściwym miejscu, odpowiadającym ich kryterium wyszukiwania.

Zadawaj właściwe pytania - a potem testuj, testuj i jeszcze raz testuj

Zrób krok do tyłu i przyjrzyj się swoim słowom kluczowym oraz treści reklamy w kontekście ogólnej kampanii. Czy są one zgodne z celami marketingowymi? Czy są jak najbardziej konkretne i trafne? Czy przekaz jest zgodny z celami marketingowymi? Uruchom kampanię i zmierz wyniki, a następnie - korzystając z pomocy naszego zespołu ds. obsługi klienta - dopracuj słowa kluczowe i treść reklamy w celu osiągnięcia maksymalnej skuteczności.

4. Słowniczek pojęć.

Poniżej znajdziesz wyjaśnienie podstawowych pojęć wykorzystywanych w systemie Google AdWords i w niniejszym poradniku.

Słowo kluczowe

Wybierane przez Ciebie słowa kluczowe to terminy lub wyrażenia, które będą powodowały wyświetlanie Twoich reklam. Jeśli reklamodawca sprzedaje np. cięte kwiaty, może użyć w kampanii AdWords słowa kluczowego „*cięte kwiaty z dostawą*”. Gdy użytkownik wpisze zapytanie „*cięte kwiaty z dostawą*” w wyszukiwarce Google, obok wyników wyszukiwania zostanie wyświetlona odpowiednia reklama.

Kampania i grupa reklam

Konta AdWords zawierają kampanie i grupy reklam. Początkowo na koncie znajduje się jedna kampania z własnym budżetem dziennym i ustawieniami kierowania. Jednocześnie aktywnych może być wiele kampanii. Możesz utworzyć osobną kampanię dla każdego reklamowanego produktu lub usługi. W każdej kampanii znajduje się co najmniej jedna grupa reklam. Grupa reklam to zestaw powiązanych reklam, słów kluczowych i miejsc docelowych.

Wyświetlenie

Liczba wyświetleń reklamy wskazuje, ile razy reklama jest pokazywana w Google lub w Sieci Google. Monitorując wyświetlenia, dowiesz się, ile osób widziało Twoją reklamę.

Kliknięcie

Jeśli użytkownik zwróci uwagę na Twoją reklamę i kliknie ją, aby uzyskać więcej informacji lub zawrzeć z Tobą transakcję, zostaje to odnotowane na koncie jako kliknięcie. Monitorując kliknięcia, dowiesz się, jak wiele osób przechodzi do Twojej witryny po kliknięciu reklamy.

Koszt kliknięcia (CPC)

Wybierasz maksymalną kwotę, jaką zamierzasz płacić za kliknięcie reklamy przez użytkownika. Jest to tzw. maksymalna stawka za kliknięcie (w skrócie „maks. stawka CPC”). Stawka CPC pomaga również w określeniu, jak często reklamy będą się mogły pojawiać i jaki będzie ich ranking na stronie.

Koszt tysiąca wyświetleń (CPM)

W niektórych kampaniach reklamodawca decyduje się płacić za *wyświetlenia* reklamy, a nie za *kliknięcia*. Maksymalny CPM to najwyższa kwota, jaką decydujesz się zapłacić za każde tysiąc wyświetleń swojej reklamy. Określanie stawek CPM jest możliwe tylko w kampaniach kierowanych na Sieć reklamową, a nie na wyszukiwarkę Google lub witryny partnerów wyszukiwania.