

The Graduate



Webcom[®]
Academy

Google

Реклама в поисковой сети

Вебинар 1

15.02.2017

Спикер: Алексей Ярошенко
Сертифицированный тренер Google

Для чего бизнесу
нужен AdWords?



Преимущества рекламы в Google Поиске



Google - поисковик
номер один в мире



Google знает намерение
пользователя здесь и сейчас



Максимально
точный таргетинг



Контроль рекламного
бюджета



Плата за клик по
объявлению



Оценка эффективности
рекламы

При запуске первой поисковой кампании нужно знать ответы всего на 5 главных вопросов

**Где
показываются
объявления?**

**Кому
показываются
объявления?**

**Какие бывают
объявления?**

**Сколько стоит
реклама?**

**Как
показывать
объявления на
хорошей
позиции?**

Давайте обсудим ответы на каждый из них

**Геотаргетинг,
языковой
таргетинг,
таргетинг по
устройствам**

**Группы
объявлений и
ключевые
слова**

**Форматы
объявлений и
расширения**

**Бюджет и
стратегии
назначения
ставок**

**Аукцион,
рейтинг,
показатель
качества**

**Геотаргетинг,
языковой
таргетинг,
таргетинг по
устройствам**

**Группы
объявлений и
ключевые
слова**

**Форматы
объявлений и
расширения**

**Бюджет и
стратегии
назначения
ставок**

**Аукцион,
рейтинг,
показатель
качества**

Кампания

Структурная единица аккаунта AdWords, для которой задаются настройки:

- Сеть
- Геотаргетинг
- Языковой таргетинг
- Дневной бюджет и др.

В аккаунте может быть одна или несколько кампаний

Кампания состоит из одной или нескольких групп объявлений.

Геотаргетинг

Физическое местоположение

Как определяется соответствие пользователя геотаргетингу?

- IP-адрес
- Местоположение устройства: Wi-Fi, GPS, GPRS



Местоположение, которым интересуется пользователь

- Географическое название в запросе
- Домен Google (к примеру, google.fr)

снять хостел в париже

Люди, которые находятся в целевом местоположении, указали его в поисковом запросе или проявили к нему интерес (рекомендуется)

Люди из целевого местоположения

Люди, которые указали целевое местоположение в поисковом запросе или проявили к нему интерес

Основные виды геотаргетинга

Таргетинг на страны

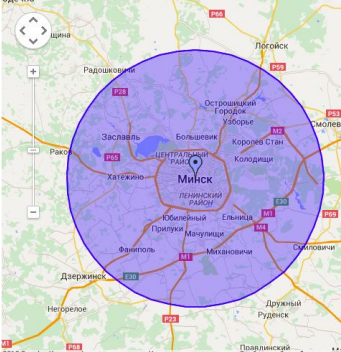
Таргетинг на области, города и регионы

Таргетинг на территорию определенного радиуса

при таком способе таргетинга система автоматически определяет, какие города и области входят в заданный радиус

Белар	Расширенный поиск	
Соответствия	Охват ?	
Беларусь - страна	5 560 000	Добавить Исключить Поблизости

алматы	Расширенный поиск	
Соответствия	Охват ?	
Алматы, Алматинская область, Казахстан - город	1 640 000	Добавить Исключить Поблизости
Алматинская область, Казахстан - провинция или область	1 700 000	Добавить Исключить Поблизости



Поиск | Таргетинг в радиусе | Группы местоположений | Группа местоположений

Минск 20 миль

Поиск

Нажмите на синий маркер выше и выберите точку на карте. ?

В радиусе 20,0 миль от Минск, BY - собственный X

[Добавлено](#) [Удалить](#)

Местоположения в пределах этой цели ?

Показать все ▾ Охват ? [Добавить все](#)

Возможно, ваши объявления не привлекают клиентов, так как отсутствуют достаточные сведения об интернет-пользователях в выбранной целевой области. При этом объявления в целевой области могут показываться пользователям мобильной версии Поиска Google или Карт Google. Подробнее...

Выбранные местоположения

Выбрано: (1) [Показать местоположения](#)

Языковой таргетинг

Как определяется язык пользователя?

Поиск – на основе языка интерфейса поисковой системы

Контекстно-медийная сеть – язык сайтов, на которых размещается реклама

Язык по умолчанию
определяется на уровне домена

- В каждом домене Google есть язык по умолчанию. Например, для Google.com это английский, для Google.ru – русский и т. д.
- В контекстно-медийной сети Google языковой таргетинг определяется по языку веб-сайта

Но есть некоторые нюансы...

- Пользователи могут изменить язык поисковой выдачи
- Например, испаноговорящий пользователь, проживающий в США, может выполнять поиск на сайте Google.com, выбрав при этом в языковых настройках интерфейса испанский язык

Языковой таргетинг

Рекомендации:

- Если у вас несколько языков, запускайте их в **разных рекламных кампаниях**
- Запросы должны быть подобраны на языке целевого пользователя
- Тексты объявлений должны быть написаны на языке целевого пользователя

СОВЕТ: для русскоязычных пользователей запускайте рекламные кампании с таргетингом на русский и английский язык

Таргетинг на устройства

По умолчанию объявления показываются на всех устройствах: компьютерах, планшетах и мобильных. Коррект. ставок -100% исключает показы на устройстве

Группы объявлений		Настройки		Объявления		Ключевые слова		Аудитории		Расширения объявлений		Автоматические цели		Быстрая статистика	
Все настройки		Местоположения		Расписание показа объявлений		Устройства									
Просмотр по: Уровень кампании ▾		Фильтр ▾		Сегментировать ▾		Столбцы ▾								Просмотр истории изменений	
<input type="checkbox"/>	Устройство	Коррект. ставок [?]	Клики [?] ↓	Показы [?]	CTR [?]	Сред. цена за клик [?]	Стоимость [?]	Сред. поз. [?]							
<input type="checkbox"/>	Компьютеры	-- <input type="checkbox"/>	152	2 168	7,01 %	0,23 \$	34,81 \$	3,1							
<input type="checkbox"/>	Мобильные устройства с полнофункциональными браузерами	-- <input type="checkbox"/>	19	225	8,44 %	0,21 \$	3,90 \$	2,8							
<input type="checkbox"/>	Планшетные ПК с полнофункциональными браузерами	-- <input type="checkbox"/>	7	98	7,14 %	0,20 \$	1,39 \$	2,6							
Всего			178	2 491	7,15 %	0,23 \$	40,10 \$	3,0							

СОВЕТ: убедитесь, что ваш сайт удобен для использования на мобильных устройствах. Рост трафика с мобильных намного быстрее, чем с компьютеров

Геотаргетинг,
языковой
таргетинг,
таргетинг по
устройствам

**Группы
объявлений и
ключевые
слова**

Форматы
объявлений и
расширения

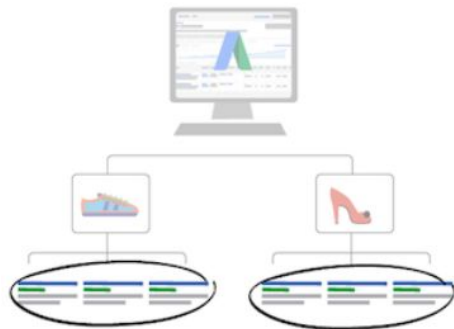
Бюджет и
стратегии
назначения
ставок

Аукцион,
рейтинг,
показатель
качества

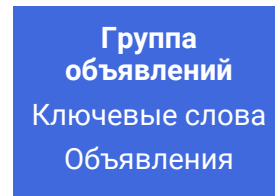
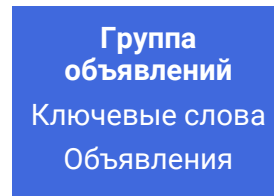
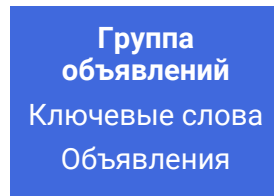
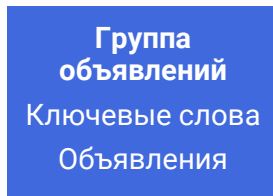
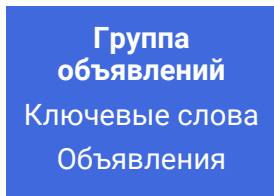
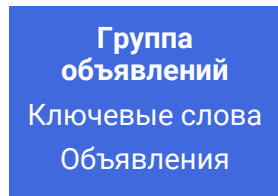
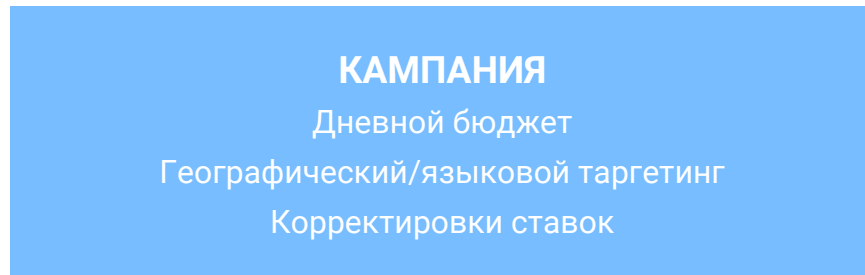
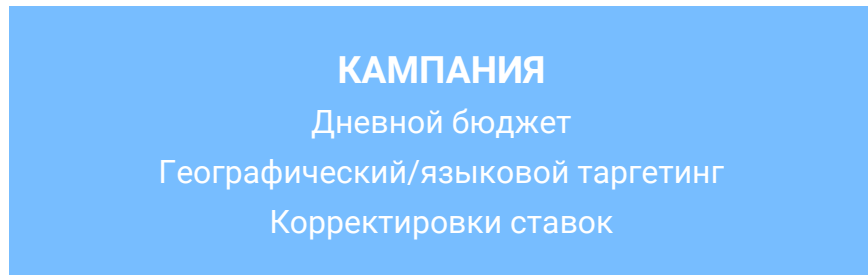
Группы объявлений

Группа объявлений содержит одно или несколько объявлений с таргетингом на **общий набор ключевых слов**.

Все ключевые слова и объявления кампании можно разбить на **группы объявлений** в соответствии с **тематикой** (например, по категориям товаров или услуг)



Структура аккаунта AdWords



СОВЕТ: если вы впервые настраиваете кампанию в AdWords, опирайтесь на структуру вашего сайта при планировании структуры аккаунта

Структура аккаунта AdWords

Магазин товаров для дома

Светильники

Торшеры

Люстры

Бра

Ковры

Настенные
ковры

Напольные
ковры

Персидские
ковры

[Купить Люстры из Чехии](#)

Роскошные **люстры** из чешского кристалла. Скидки до 50%!

www.SuperDom.by/Люстры

купить люстру

купить люстру в минске

покупка люстры

купить недорогие люстры

Ключевые слова

Ключевые слова являются одним из способов настройки таргетинга рекламы на целевую аудиторию.

Чем релевантнее ключевые слова, тем выше эффективность рекламы.

Как выглядит поисковая выдача?

Рекламное размещение над результатами органического поиска

Результаты органического поиска

взять кредит алматы

All Images News Videos Maps More Settings Tools

About 382,000 results (0.67 seconds)

Финансовая поддержка - Взять в банке - tengribank.kz
 Ad www.tengribank.kz/Банк/Взять
 быстро и надежно! На любые цели по одному документу. Узнайте больше.
 Для физ. лиц · Минимум документов · До 4-х лет · В тенге
 На потребительские нужды · Контакты банка · Финансы под депозит · Подробнее о банке

Список кредитов банков Казахстана
allbanks.kz/credits/ Translate this page
 Банки Казахстана: Все Астана Алматы. Выбрать, Абай ... Казахстана. Подать заявку на кредит ...
 Кредит без залога и поручительства. Kassa Nova.

Заявка на кредит в 12 банков
allbanks.kz/credit_requests/ Translate this page
 Банки Казахстана: Все Астана Алматы ... На этой странице Вы можете подать заявку на кредит в 10 банков ... Город, где вы желаете получить кредит.

Отсрочка платежей кредита - 3 месяца платите только проценты
 Ad www.ecocredit.ru/
 Кредит до 1400 евро
[greitas kreditas](#) · [Paskolos internetu](#) · [Kreditai per 15min](#) · Быстрый кредит · Кредит за 15 минут

Searches related to **взять кредит алматы**

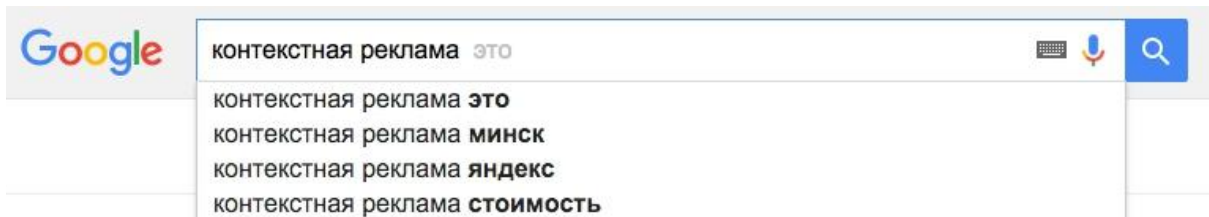
беззалоговые кредиты в алматы
 кредит казком

Go [ooooo](#)oogle >
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Next

Рекламное размещение под результатами органического поиска

Как происходит показ объявлений в поиске?

Когда пользователь вводит **поисковой запрос**, на который может производиться показ рекламы, рекламодатели участвуют в **аукционе** по соответствующим **ключевым словам**



Как подобрать ключевые слова для своей кампании?

- Подбор ключевых слов
- Просмотр статистических данных и прогнозов трафика

Ваш продукт или услуга Категория товаров

Варианты групп объявлений	Варианты ключевых слов		Загрузить
Ключевые слова (по релевантности)	Ср. число запросов в месяц	Уровень конкуренции	Рекомендованная ставка
окна пвх минск	3 600	высокий	1,26 \$
окна пвх могилев	260	высокий	0,52 \$
купить окна пвх	320	высокий	1,41 \$
окна пвх витебск	260	средний	0,51 \$
окна пвх брест	210	средний	0,39 \$
окна пвх в минске	390	высокий	1,34 \$

Идеи для поиска ключевых слов

- Название самого товара или услуги
- Название специалиста
- Проблема клиента
- Сленг/жаргон
- Синонимы
- Номенклатура
- Транслит (русский/английский)
- Разные части речи

Как распределить ключевые слова по группам?

Популярные подходы:

- По структуре сайта: *люстры, торшеры, бра*
- По товару/услуге: *печать на майках, печать на толстовках*
- По характеристике/бренду: *shanel, burberry*
- По вхождению фразы: *окна ПВХ минск, окна ПВХ в коттедж*

Типы соответствия ключевых слов

С помощью типов соответствия вы можете контролировать, насколько близко поисковый запрос пользователя должен соответствовать вашему ключевому слову, чтобы ваше объявление показалось

Широкое соответствие: ключевое слово

Модификатор широкого соответствия: +ключевое +слово

Фразовое соответствие: "ключевое слово"

Точное соответствие: [ключевое слово]

Типы соответствия ключевых слов

Широкое соответствие: содержится ваше ключевое слово или фраза, опечатки, иногда – синонимы, похожие запросы

Ключевое слово с модификатором	Объявления могут показываться по запросам	Объявления НЕ будут показываться по запросам
натяжные потолки	натяжные потолки натяжные потолки минск навесные потолки потолок из гипсокартона подвесной потолок	пластиковые окна

Типы соответствия ключевых слов

Модификатор широкого соответствия: содержится ваше ключевое слово или фраза, опечатки, разные словоформы

+Обозначается +плюсом

Ключевое слово с модификатором	Объявления могут показываться по запросам	Объявления НЕ будут показываться по запросам
+натяжные +потолки	натяжные потолки натяжные сатиновые потолки ремонт натяжного потолка	навесной потолок стяжка пола

Типы соответствия ключевых слов

Фразовое соответствие: содержится ваше ключевое слово или фраза в заданной последовательности и форме. До или после этого запроса могут содержаться и другие слова.

“Обозначается кавычками”

Ключевое слово с фразовым соответствием	Объявления могут показываться по запросам	Объявления НЕ будут показываться по запросам
“натяжные потолки”	натяжные потолки в минске заказать натяжные потолки	потолки натяжные натяжные сатиновые потолки

Типы соответствия ключевых слов

Точное соответствие: запрос точно соответствует выбранным ключевым словам, без дополнительных слов или букв.

[Обозначается квадратными скобками]

Ключевое слово с точным соответствием	Объявления могут показываться по запросам	Объявления НЕ будут показываться по запросам
[натяжные потолки]	натяжные потолки	натяжные потолки минск заказать натяжные потолки потолок натяжной

Типы соответствия ключевых слов

Минус-слова позволяют отсеять нерелевантные поисковые запросы и предотвратить нежелательные клики. Объявление не будет показываться по запросам, содержащим минус-слова.

Минус-слово	Объявления могут показываться по запросам	Объявления НЕ будут показываться по запросам
гипсокартона [навесные потолки]	потолок гипсокартон навесные потолки минск	потолки из гипсокартона навесные потолки

Добавление минус-слов приводит к более узкому таргетированию, уменьшению нецелевых показов и, соответственно, к увеличению CTR.

Как понять, по каким запросам шли показы?

Вкладка Ключевые слова - Поисковые запросы

Нужно создать отдельные группы объявлений и добавить в них слова, связанные с: доставкой цветов цветами в коробке магазином цветов

Поисковый запрос	Тип соответствия ?	Добавл./искл. ?	Ключевое слово ?	Клики ?	Показы ? ↓
Итого				178	2 491
цветы минск	Точное соответствие	Добавлено	[цветы минск]	9	134
доставка цветов минск	Фразовое соответствие (близкий вариант)	Отсутствует	"цветы минск"	5	129
цветы в коробке минск	Широкое соответствие	Отсутствует	+цветы +минск	6	26
купить цветы в минске	Фразовое соответствие	Отсутствует	"цветы в минске"	3	20
магазин цветов минск	Фразовое соответствие (близкий вариант)	Отсутствует	+цветы +минск	2	15
магазины цветов минск	Фразовое соответствие (близкий вариант)	Отсутствует	+цветы +минск	2	10
цветы купить минск	Широкое соответствие	Отсутствует	+цветы +минск	3	9
цветы минск купить	Фразовое соответствие	Отсутствует	+цветы +минск	2	8
заказ цветов минск	Фразовое соответствие (близкий вариант)	Отсутствует	+цветы +минск	2	8
цветок орхидея фаленопсис цены минск	Широкое соответствие	Отсутствует	+цветы +минск	3	7

Нужно добавить минус-слова:
орхидея
фаленопсис

Геотаргетинг,
языковой
таргетинг,
таргетинг по
устройствам

Группы
объявлений и
ключевые
слова

Форматы
объявлений и
расширения

Бюджет и
стратегии
назначения
ставок

Аукцион,
рейтинг,
показатель
качества

Текстовые объявления



Релевантность



Информативность
и точность



Уникальность

Текстовые объявления

- подчеркните **уникальность** своей компании, товаров и предложений
- включите в объявление **цены** и специальные предложения
- используйте в объявлении **призыв** к действию
- используйте **ключевое слово** в объявлении
- пишите объявления, соответствующие **целевой странице**
- тестируйте объявления

Параметры развернутых текстовых объявлений

Заголовок 1 длиной 30 символов – Заголовок 2 ¹
 длиной 30 символов

Объявление www.example.com/path/path ← Конечный URL
 + Путь 1 и 2

Описание длиной 80 символов, в котором вы можете
 подробно рассказать о товаре

Образцы объявлений

Новые программы вузов – Постройте успешную карьеру

Объявление www.example.com/Онлайн-курсы

Мы предлагаем стационарное и онлайн-обучение. Запросите информацию сегодня!

Аренда новых квартир в Москве – Поиск вариантов онлайн

Объявление www.example.com/Москва/Квартиры

Фото, планы, цены и другая информация о квартирах в Москве!

Онлайн-хранилище для ПК и Mac – Защитите свои файлы...

Объявление www.example.com/Хранение_данных/Free_Trial

Защитите свой компьютер от потери данных. Акция! Бесплатный пробный период.

Мужская трекинговая обувь – Вперед за приключениями!

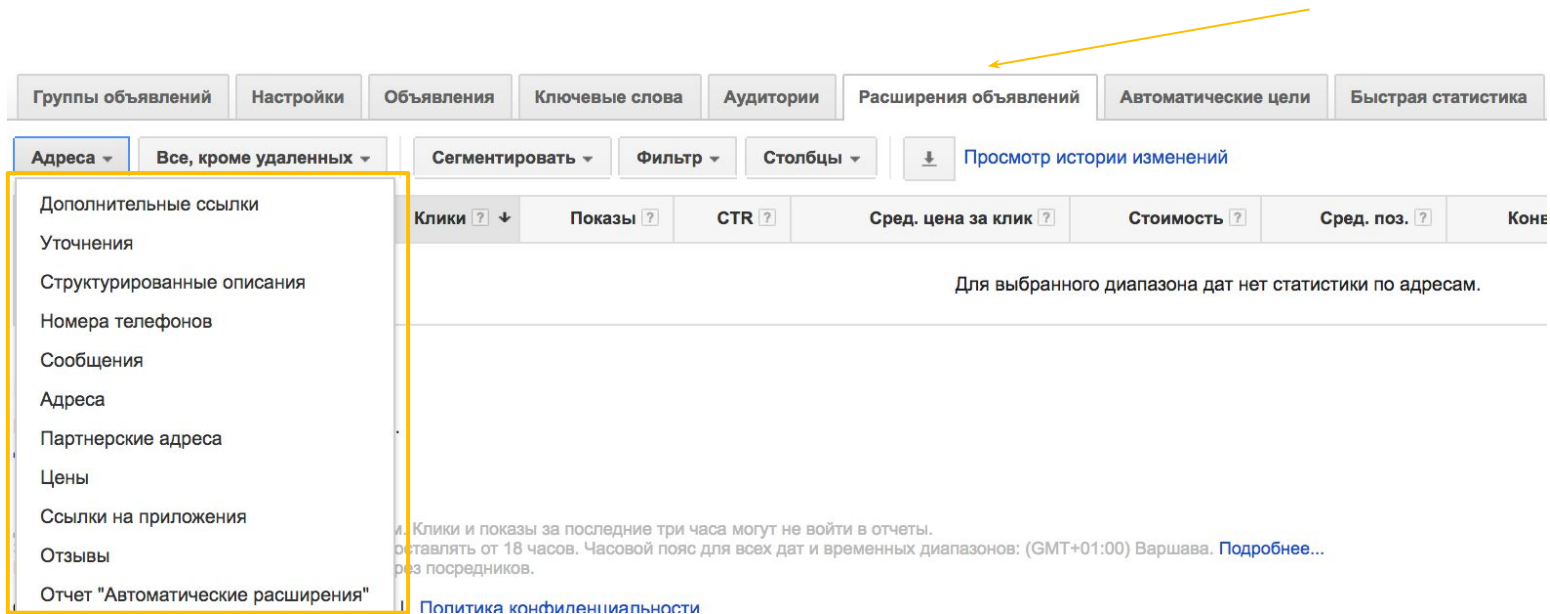
Объявление www.example.com/Мужская_обувь/Трекинг

Бесплатная доставка. Зарегистрируйтесь и участвуйте в розыгрышах призов!

Расширения объявлений

Расширения объявлений

Задаются на уровне кампании или группы объявлений (на ваше усмотрение).



Группы объявлений Настройки **Объявления** Ключевые слова Аудитории **Расширения объявлений** Автоматические цели Быстрая статистика

Адреса ▾ Все, кроме удаленных ▾ Сегментировать ▾ Фильтр ▾ Столбцы ▾ ↓ [Просмотр истории изменений](#)

Клики [?] ↓	Показы [?]	CTR [?]	Сред. цена за клик [?]	Стоимость [?]	Сред. поз. [?]	Конец
Для выбранного диапазона дат нет статистики по адресам.						

Дополнительные ссылки
Уточнения
Структурированные описания
Номера телефонов
Сообщения
Адреса
Партнерские адреса
Цены
Ссылки на приложения
Отзывы
Отчет "Автоматические расширения"

и. Клики и показы за последние три часа могут не войти в отчеты.
оставлять от 18 часов. Часовой пояс для всех дат и временных диапазонов: (GMT+01:00) Варшава. [Подробнее...](#)
рез посредников.

[Политика конфиденциальности](#)

Дополнительные ссылки

Установите ссылки на внутренние разделы сайта.

Добавляйте минимум 4 ссылки, чтобы они смотрелись симметрично.

Финансовая поддержка - Взять в банке - tengribank.kz

Ad www.tengribank.kz/Банк/Взять ▼

Быстро и надежно! На любые цели по одному документу. Узнайте больше.

Для физ. лиц · Минимум документов · До 4-х лет · В тенге

[На потребительские нужды](#) · [Контакты банка](#) · [Финансы под депозит](#) · [Подробнее о банке](#)

Адреса

Помогите пользователю найти ваш ближайший магазин/офис

Онлайн займы без процентов - за 30 минут на Вашу карту

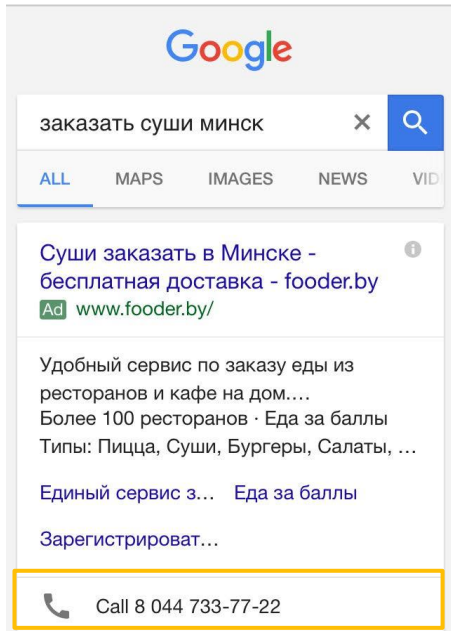
Ad www.megaзаем.kz/Онлайн-займ/за-30-минут ▼

До 160 тысяч тенге, без процентов и бумажной волокиты. 100% онлайн! Заходи
50% скидка · Первый раз без процентов · Не выходя из дома · За 30 минут · 100% онлайн

📍 Яблоневый сад, 11а, мкр Баганашыл, Алматы, Казахстан - +7 727 390 2424

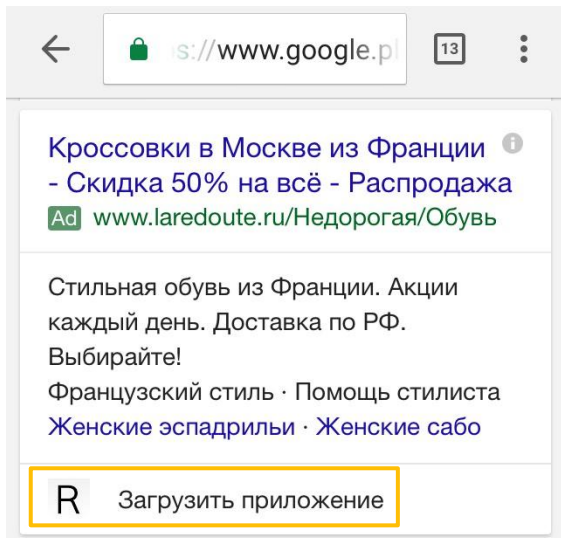
Номер телефона

Предоставьте пользователю возможность позвонить вам



Ссылки на приложения

Добавьте ссылки для перехода в магазин приложений или загрузки ваших приложений



Уточнения

Добавьте описательный текст к вашему объявлению, чтобы помочь людям узнать больше о том, что вы предлагаете

Кредит наличными на карту - до 150 000 тг. Быстрое рассмотрение

Ad www.hommes.kz/Онлайн_кредит_за_5_минут ▼

Онлайн **кредит** по Казахстану. Заявка

Онлайн заем до 150 000 тг · Зачисление во всех банках · Выдаем от 18 до 55 лет

Структурированные описания

Акцентируйте внимание потенциального клиента на особенностях ваших товаров и услуг

заказать суши минск

ALL MAPS IMAGES NEWS VID

Суши заказать в Минске -
бесплатная доставка - fooder.by

Ad www.fooder.by/

Удобный сервис по заказу еды из
ресторанов и кафе на дом....
Более 100 ресторанов · Еда за баллы

Типы: Пицца, Суши, Бургеры, Салаты, ...

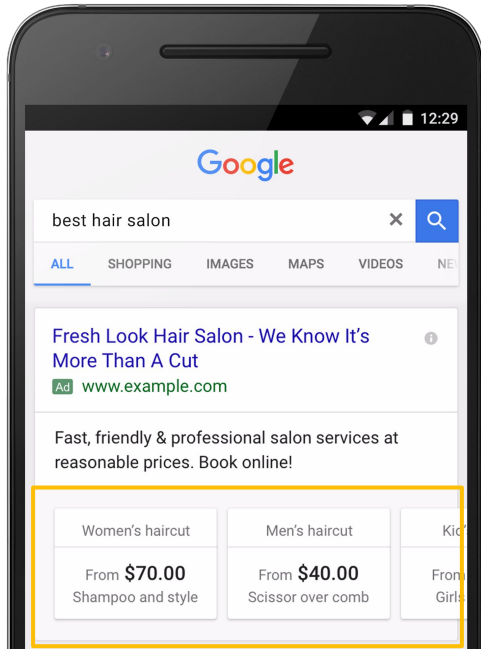
Единый сервис з... Еда за баллы

Зарегистрироват...

Call 8 044 733-77-22

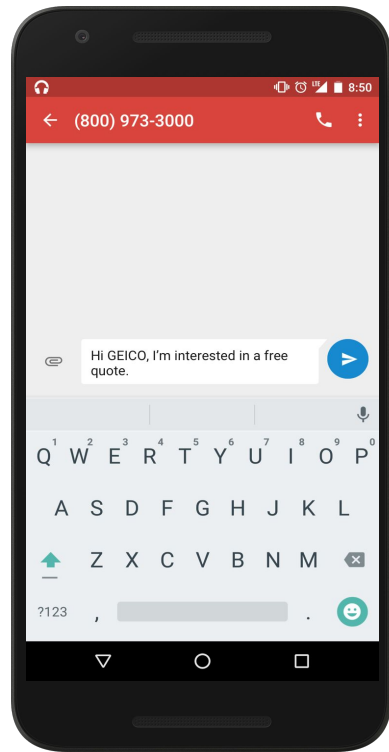
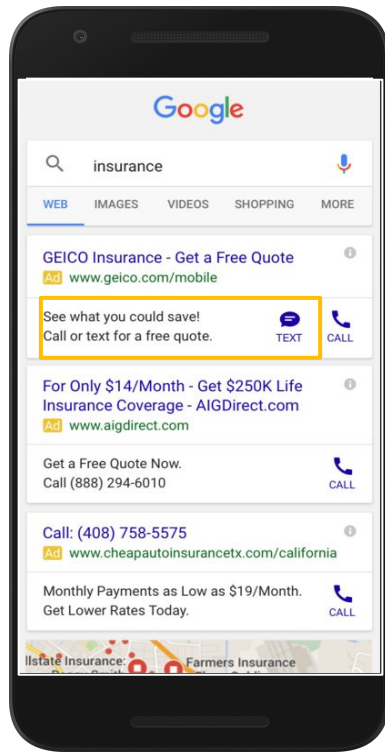
Цены

Добавьте в объявление цены на ваши товары или услуги (USD, EUR, RUB)



Сообщения

Предоставьте пользователю
возможность написать вам



Геотаргетинг,
языковой
таргетинг,
таргетинг по
устройствам

Группы
объявлений и
ключевые
слова

Форматы
объявлений и
расширения

**Бюджет и
стратегии
назначения
ставок**

Аукцион,
рейтинг,
показатель
качества

Бюджет

Вы можете определить бюджет самостоятельно или следовать рекомендациям Google AdWords.

Как рассчитать дневной бюджет самостоятельно?

- Разделите ваш месячный бюджет на 30,4;
- Начните с малого. Установите бюджет для получения 1000 тестовых кликов.

Рекомендованный бюджет

- Предлагается только для действующих рекламных кампаний (не менее 15 дней);
- Может не предлагаться, если по расчету системы бюджета хватает для показа всей целевой аудитории.

Бюджет

Иногда дневной бюджет **может превышать** установленные ограничения (**до 20%**)

Причина

Система получила больше кликов, чем прогнозировала

Месячный
расход

При этом **месячный расход не превысит 30.4 ***
средний дневной бюджет: в другие дни система компенсирует перерасход

Метод показа объявлений

При **равномерном показе** объявления показываются с одинаковой частотой в течение всего дня. Рекомендуется, если необходимо обеспечить охват аудитории в течение всего дня

При **ускоренном показе** объявления показываются с максимальной частотой, пока не будет израсходован весь дневной бюджет

☰ [Метод показа \(дополнительные настройки\)](#)

Метод показа ?

- Стандартный: равномерный показ объявлений в течение суток
- Ускоренный: показ объявлений с максимальной обоснованной частотой

Сохранить

Отмена

Стратегии назначения ставок

П Применимо для Поиска
К Применимо для КМС
В Применимо для Видео

Базовые

Назначение цены за
клик вручную П К

Максимальное количество
кликов П К

Цена за тысячу **показов** К

Максимальная цена за
просмотр В

Продвинутые

Целевое **положение** на странице поиске П

Оптимизатор цены за **конверсию** П К

Целевая цена за **конверсию** П К В

Стратегии назначения ставок

Максимальное количество кликов (рекомендуется)

- Система автоматически выставляет ставку при каждом аукционе
- Можно установить предел ставки

Подойдет, если:

- Вы новичок в AdWords и не знаете, какие ставки нужно устанавливать
- Вы не хотите тратить время на управление отдельными ставками
- Вас главным образом интересует привлечение трафика на веб-сайт

Назначение цен за клик вручную

- Вы сами устанавливаете ставку
- Система не превышает установленную ставку

Подойдет, если:

- Конкуренция по разным ключевым словам отличается
- Важно показываться в топе по приоритетным ключам максимально часто
- Есть опыт и время, чтобы следить за эффективностью ставок

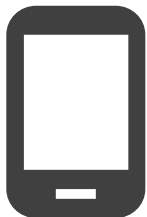
Корректировка ставок по времени



Управляйте ставками
в зависимости от дня
и времени суток

<input type="checkbox"/>	День недели и время	Коррект. ставок [?]
<input type="checkbox"/>	Понедельник, 10:00 AM–10:00 PM	--
<input type="checkbox"/>	Вторник, 10:00 AM–10:00 PM	--
<input type="checkbox"/>	Среда, 10:00 AM–10:00 PM	--
<input type="checkbox"/>	Четверг, 10:00 AM–10:00 PM	--
<input type="checkbox"/>	Пятница, 10:00 AM–10:00 PM	--
<input type="checkbox"/>	Суббота, 10:00 AM–10:00 PM	+ 40%
<input type="checkbox"/>	Воскресенье, 10:00 AM–10:00 PM	+ 40%

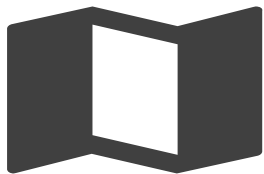
Корректировка ставок по устройствам



Управляйте ставками
для устройств

Устройство	Коррект. ставок <small>?</small>
Компьютеры	-- <input type="checkbox"/>
Мобильные устройства с полнофункциональными браузерами	+ 20% <input checked="" type="checkbox"/>
Планшетные ПК с полнофункциональными браузерами	-- <input type="checkbox"/>

Корректировка ставок по местоположениям



Управляйте ставками
для местоположений

Местоположение	Коррект. ставок <small>?</small>
Беларусь	--
В радиусе 100,0км от Минск, BY	+ 30%

Геотаргетинг,
языковой
таргетинг,
таргетинг по
устройствам

Группы
объявлений и
ключевые
слова

Форматы
объявлений и
расширения

Бюджет и
стратегии
назначения
ставок

Аукцион,
рейтинг,
показатель
качества

Аукцион

Процесс выбора объявлений, которые будут показаны по данному запросу, и порядка их следования. Аукцион проводится при каждом поиске в Google.

- Всякий раз, когда объявление AdWords соответствует поисковому запросу, оно участвует в аукционе, от исхода которого зависит, будет ли оно показано, и если да, то на какой позиции .
- Вот как работает аукцион:
 - Пользователь выполняет поиск. Основываясь на ключевых словах, система AdWords отбирает все объявления, соответствующие запросу.
 - Те из них, которые не отвечают критериям для показа (например, отклоненные или с таргетингом на другую страну), отсеиваются.
 - Из оставшихся объявлений показываться будут только те, у которых достаточно высокий рейтинг.

Как определяется рейтинг объявления



Показатель качества

Показатель качества – это **числовая оценка релевантности** ваших объявлений, ключевых слов и целевой страницы для пользователя.

Показатель качества рассчитывается для **каждого ключевого слова** при каждом его попадании в аукцион.

Максимальный 10

Показатель качества [Подробнее...](#)

10/10

Ожидаемое значение CTR: **Выше среднего**
Релевантность объявления: **Выше среднего**
Качество целевой страницы: **Выше среднего**

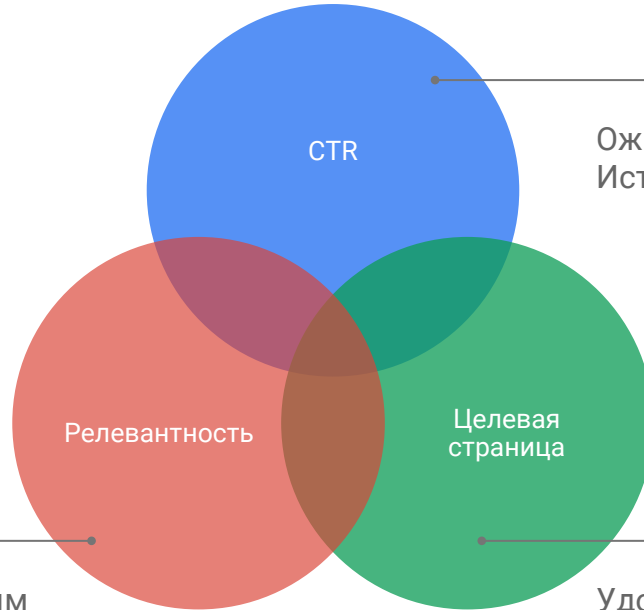
Минимальный 1

Показатель качества [Подробнее...](#)

1/10

Ожидаемое значение CTR: **Ниже среднего**
Релевантность объявления: **Ниже среднего**
Качество целевой страницы: **Ниже среднего**

Составляющие показателя качества



Ожидаемый CTR объявления
Исторический CTR отображаемого URL

Релевантность объявления ключевым
словам и запросам
Релевантность посадочной страницы

Удобство, полезность и информативность
Технические характеристики
Удобство просмотра **на мобильных**

Фактическая цена за клик

Фактическая сумма, которую вы платите, когда пользователь нажимает на объявление. Обычно она меньше (иногда – намного), чем указанная вами максимальная цена за клик, определяющая верхний предел ставки.

Чем выше показатель качества ваших ключевых слов, тем ниже фактическая цена за клик.

Прежде чем запускать рекламу, узнайте все детали оплаты

- При создании аккаунта выбирается “Страна”
 - Влияет на доступные способы оплаты
 - Для Беларуси лучше выбрать Беларусь, для Казахстана - Казахстан
- При создании также выбирается “Валюта”
 - Самая популярная в BY/KZ - доллар США
- Важно понимать:
 - Реклама оплачивается с помощью кредитной или дебетовой карты
 - Закрывающие документы в белорусских и казахстанских аккаунтах не предоставляются

Добро пожаловать в Google AdWords!

Итак, давайте начнем создание вашего аккаунта.

Укажите свой адрес электронной почты, часовой пояс, страну и валюту. Обратите внимание, что эти параметры нельзя будет изменить.

Введите свой адрес электронной почты

Страна

 Беларусь ▾

Часовой пояс

(GMT+03:00) Минск ▾

Часовой пояс используется при создании отчетов и выставлении счетов.

Валюта

Доллар США ▾

Сохранить и продолжить

После того, как кампания начала работать, важно следить за ее эффективностью и оптимизировать

**Как понять,
приносит ли
реклама
продажи?**

**Какие
показатели в
аккаунте
отслеживать?**

Поговорим об основах анализа эффективности кампании

**Отслеживание
конверсий**

**Статистика
AdWords**

Отслеживание конверсий

Бесплатный инструмент отслеживания конверсий AdWords позволяет узнать, как часто пользователи **после клика** по объявлению покупают товары и услуги, подписываются на рассылки, скачивают приложения, совершают телефонные звонки и другие полезные для рекламодателей действия.

Конверсия - это любое действие пользователя, которое представляет для вас ценность.

Конверсии

Микро



- Просмотр страницы товаров
- Заполнение корзины
- Оформление заказа

СОВЕТ: Используйте микроконверсии для оценки общей эффективности кампании

Макро



- Покупка
- Загрузка приложения
- Звонок

СОВЕТ: Анализируйте прибыльность и принимайте решения о бюджете/ставках, включайте макроконверсии в столбец “Конверсии”

Следите за ежедневной статистикой по CTR, Сред. позиции, Сред. цене за клик, Конверсиям

Группы объявлений												Настройки	Объявления	Ключевые слова	Аудитории	Расширения объявлений	Автоматические цели	Быстрая статистика
Вид: День	Фильтр	Столбцы										Просмотр истории изменений						
День	Клики	Показы	CTR	Сред. цена за клик	Стоимость	Сред. поз.	Процент потерянных показов в поиск. сети (бюджет)	Процент потерянных показов в поиск. сети (рейтинг)	Конверсии	Стоимость конверсии	Кэфф. конверсии							
вт, 1 мар. 2016 г.			20,83 %	0,20 \$		3,0	78,99 %	3,62 %	0,00	0,00 \$	0,00 %							
ср, 2 мар. 2016 г.			4,92 %	0,16 \$		2,9	49,35 %	18,96 %	0,00	0,00 \$	0,00 %							
чт, 3 мар. 2016 г.			13,04 %	0,17 \$		3,2	81,20 %	8,97 %	0,00	0,00 \$	0,00 %							
пт, 4 мар. 2016 г.			15,79 %	0,17 \$		2,7	89,80 %	0,75 %	0,00	0,00 \$	0,00 %							
сб, 5 мар. 2016 г.			6,25 %	0,20 \$		2,9	47,49 %	7,82 %	0,00	0,00 \$	0,00 %							
вс, 6 мар. 2016 г.			6,19 %	0,16 \$		2,9	56,73 %	14,91 %	0,00	0,00 \$	0,00 %							
пн, 7 мар. 2016 г.			5,97 %	0,26 \$		2,6	71,17 %	4,38 %	0,00	0,00 \$	0,00 %							
вт, 8 мар. 2016 г.			14,29 %	0,30 \$		2,0	77,14 %	2,86 %	0,00	0,00 \$	0,00 %							
ср, 9 мар. 2016 г.			9,68 %	0,21 \$		2,8	62,77 %	4,26 %	0,00	0,00 \$	0,00 %							
чт, 10 мар. 2016 г.			15,00 %	0,26 \$		1,6	66,18 %	4,41 %	0,00	0,00 \$	0,00 %							
пт, 11 мар. 2016 г.			20,00 %	0,24 \$		2,9	79,52 %	2,41 %	0,00	0,00 \$	0,00 %							
сб, 12 мар. 2016 г.			11,11 %	0,21 \$		3,2	34,48 %	18,97 %	0,00	0,00 \$	0,00 %							

Узнайте, сколько вы теряете показов из-за ограниченного бюджета и недостаточного рейтинга

Группы объявлений												
Настройки		Объявления		Ключевые слова		Аудитории		Расширения объявлений		Автоматические цели		Быстрая статистика
Вид: День	Фильтр	Столбцы	Просмотр истории изменений									
День	Клики	Показы	CTR	Сред. цена за клик	Стоимость	Сред. поз.	Процент потерянных показов в поиск. сети (бюджет)	Процент потерянных показов в поиск. сети (рейтинг)	Конверсии	Стоимость конверсии	Козфф. конверсии	
вт, 1 мар. 2016 г.			20,83 %	0,20 \$		3,0	78,99 %	3,62 %	0,00	0,00 \$	0,00 %	
ср, 2 мар. 2016 г.			4,92 %	0,16 \$		2,9	49,35 %	18,96 %	0,00	0,00 \$	0,00 %	
чт, 3 мар. 2016 г.			13,04 %	0,17 \$		3,2	81,20 %	8,97 %	0,00	0,00 \$	0,00 %	
пт, 4 мар. 2016 г.			15,79 %	0,17 \$		2,7	89,80 %	0,75 %	0,00	0,00 \$	0,00 %	
сб, 5 мар. 2016 г.			6,25 %	0,20 \$		2,9	47,49 %	7,82 %	0,00	0,00 \$	0,00 %	
вс, 6 мар. 2016 г.			6,19 %	0,16 \$		2,9	56,73 %	14,91 %	0,00	0,00 \$	0,00 %	
пн, 7 мар. 2016 г.			5,97 %	0,26 \$		2,6	71,17 %	4,38 %	0,00	0,00 \$	0,00 %	
вт, 8 мар. 2016 г.			14,29 %	0,30 \$		2,0	77,14 %	2,86 %	0,00	0,00 \$	0,00 %	
ср, 9 мар. 2016 г.			9,68 %	0,21 \$		2,8	62,77 %	4,26 %	0,00	0,00 \$	0,00 %	
чт, 10 мар. 2016 г.			15,00 %	0,26 \$		1,6	66,18 %	4,41 %	0,00	0,00 \$	0,00 %	
пт, 11 мар. 2016 г.			20,00 %	0,24 \$		2,9	79,52 %	2,41 %	0,00	0,00 \$	0,00 %	
сб, 12 мар. 2016 г.			11,11 %	0,21 \$		3,2	34,48 %	18,97 %	0,00	0,00 \$	0,00 %	

Изучайте эффективность рекламы в разной сегментации, например, по часам дня

Группы объявлений	Настройки	Объявления	Ключевые слова	Аудитории	Расширения объявлений	Автоматические цели	Быстрая статистика					
Вид: Время суток -	Фильтр -	Столбцы -	Просмотр истории изменений									
Время суток [↑]	Клики [?]	Показы [?]	CTR [?]	Сред. цена за клик [?]	Стоимость [?]	Сред. поз. [?]	Процент потерянных показов в КМС (рейтинг) [?]	Процент потерянных показов в КМС (бюджет) [?]	Конверсии [?]	Стоимость конверсии [?]	Кэфф. конверсии [?]	
6		16	6,25 %	\$	\$	2,1	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	
7		32	6,25 %	\$	\$	2,8	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	
8		45	8,89 %	\$	\$	2,8	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	
9		216	10,65 %	\$	\$	2,5	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	
10		106	12,26 %	\$	\$	2,3	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	
11		51	7,84 %	\$	\$	2,7	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	
12		56	8,93 %	\$	\$	2,9	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	
13		38	5,26 %	\$	\$	2,7	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	
14		25	12,00 %	\$	\$	3,0	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	
15		9	0,00 %	\$	\$	3,6	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	
16		13	0,00 %	\$	\$	3,4	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	
17		5	20,00 %	\$	\$	5,0	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	
18		13	0,00 %	\$	\$	3,1	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	
19		28	0,00 %	\$	\$	4,1	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	
20		32	3,12 %	\$	\$	3,2	--	--	0,00	0,00 \$	0,00 %	

Сравнивайте эффективность рекламы на компьютерах и мобильных, корректируйте

Группы объявлений | Настройки | **Объявления** | Ключевые слова | Аудитории | Расширения объявлений | Автоматические цели | Быстрая статистика

Ключевые слова | Минус-слова | Поисковые запросы

Все активные ключевые слова | **Сегментировать** | Фильтр | Столбцы | Найти ключевые слова | Просмотр истории изменений

Клики по сравнению с Отсутствует

Отсутствует
Время
Конверсии
Тип соответствия поисковым запросам
Сеть (с поисковыми партнерами)
Тип клика
Устройство
Вверху или на других позициях
Рекомендации +1

Статус | Макс. цена за клик | Конечный URL | Клики | Показы | **CTR** | Сред. цена за клик | Стоимость | Сред. поз. | Процент потерянных показов в поиск. сети (рейтинг)

Статус	Макс. цена за клик	Конечный URL	Клики	Показы	CTR	Сред. цена за клик	Стоимость	Сред. поз.	Процент потерянных показов в поиск. сети (рейтинг)
Допущено	0,30 \$		45	411	10,95 %	\$	\$	2,3	9,61 %
			38	357	10,64 %	\$	\$	2,3	10,98 %
			4	28	14,29 %	\$	\$	1,5	3,51 %
			3	26	11,54 %	\$	\$	2,1	5,56 %
Допущено	0,20 \$		3	106	2,83 %	\$	\$	4,5	12,86 %
			2	93	2,15 %	\$	\$	4,6	13,70 %
			1	8	12,50 %	\$	\$	3,5	8,57 %
			0	5	0,00 %	\$	\$	2,8	25,00 %

Узнайте, как часто ваши объявления кликают над/под результатами органического поиска

Группы объявлений | Настройки | **Объявления** | Ключевые слова | Аудитории | Расширения объявлений | Автоматические цели | Быстрая статистика

Ключевые слова | Минус-слова | Поисковые запросы

Все активные ключевые слова | **Сегментировать** | Фильтр | Столбцы | Найти ключевые слова | [Просмотр истории изменений](#)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА | Изменить | Отсутствует | [Допущено](#) | Стратегия назначения ставок | Автоматизация | Ярлыки

Ключевое слово	Время	Конверсии	Тип соответствия поисковым запросам	Сеть (с поисковыми партнерами)	Тип клика	Устройство	Вверху или на других позициях	Рекомендации +1	Макс. цена за клик	Конечный URL	Клики	Показы	CTR	Сред. цена за клик	Стоимость	Сред. поз.
Google Поиск: вверху									0,30 \$		45	411	10,95 %	\$	\$	2,3
Google Поиск: другое											40	159	25,16 %	\$	\$	2,0
Сайты партнеров по поиску											5	252	1,98 %	\$	\$	2,4
Сайты партнеров по поиску											0	0	0,00 %	\$	\$	0,0
Сайты партнеров по поиску											0	0	0,00 %	\$	\$	0,0
Контекстно-медийная сеть											0	0	0,00 %	\$	\$	0,0
Google Поиск: вверху									0,20 \$		3	106	2,83 %	\$	\$	4,5
Google Поиск: вверху											2	8	25,00 %	\$	\$	3,2
Google Поиск: другое											1	98	1,02 %	\$	\$	4,6
Сайты партнеров по поиску: вверху											0	0	0,00 %	\$	\$	0,0
Сайты партнеров по поиску: другое											0	0	0,00 %	\$	\$	0,0
Контекстно-медийная сеть											0	0	0,00 %	\$	\$	0,0

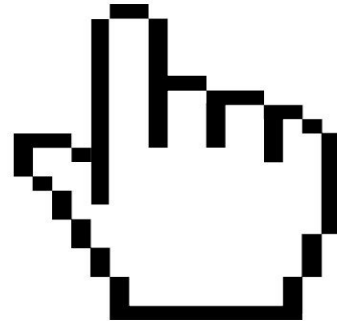
Узнайте, совершают ли пользователи клики по вашим расширениям

Группы объявлений		Настройки		Объявления		Ключевые слова		Аудитории		Расширения объявлений		Автоматические цели		Б	
Дополнительные ссылки ▾		Все, кроме удаленных ▾		Сегментировать		Фильтр ▾		Столбцы ▾		↓		Просмотр истории изменений			
Ссылка сайта		Отсутствует		?		CTR ?		Сред. цена за клик ?							
Заголовок ?		Время		841		9,75 %		\$							
Ссылка сайта		Конверсии		841		9,63 %		\$							
Мобильные объявления с интерактивным номером телефона ?		Сеть		841		0,00 %		\$							
		Сеть (с поисковыми партнерами)		43		2,33 %		\$							
		Тип клика		857		8,75 %		\$							
Заголовок ?		Устройство		857		8,63 %		\$							
Ссылка сайта		Вверху или на других позициях		857		0,00 %		\$							
Мобильные объявления с интерактивным номером телефона ?		Рекомендации +1		42		2,38 %		\$							
		Это расширение по сравнению с другими		831		8,66 %		\$							
Заголовок ?		Одобрено		71		8,54 %		\$							
Ссылка сайта				0		0,00 %		\$							
Мобильные объявления с интерактивным номером телефона ?				1		43		\$							
		Одобрено		61		765		7,97 %							
Заголовок ?				61		765		7,97 %							
Ссылка сайта				0		765		0,00 %							
Мобильные объявления с интерактивным номером телефона ?				0		37		0,00 %							

Принципы оптимизации

Если кликов недостаточно,
попробуйте:

- Расширить список ключевых слов
- Изменить тип соответствия
- Изменить ставки или бюджет



Принципы оптимизации

Если CTR ключевого слова низкий, попробуйте:

- Проработать минус-слова
- Изменить тип соответствия ключевых слов
- Проверить среднюю позицию объявлений
- Переписать текст объявления



Принципы оптимизации

Если показатель качества низкий, попробуйте:

- Поработать над CTR
- Изменить посадочную страницу
- Обеспечить релевантность между запросами и текстом объявления
- Включить в текст объявления фразы из посадочной страницы

Ключевое слово: **брокерские услуги**

Объявление показывается прямо сейчас?
Да

Показатель качества [Подробнее](#)
6/10

Ожидаемое значение CTR: **Среднее**
Релевантность объявления: **Среднее**
Качество целевой страницы: **Среднее**

[Просмотр и диагностика объявлений](#)

Принципы оптимизации

Если средняя стоимость за клик высокая, попробуйте:

- Снизить ставку
- Поработать над показателем качества
- Проанализировать список ключевых слов (выявив и отключив дорогие и неэффективные)
- Пересмотреть список минус-слов на предмет лишних



Учиться и быть в курсе новинок: Справка

Google

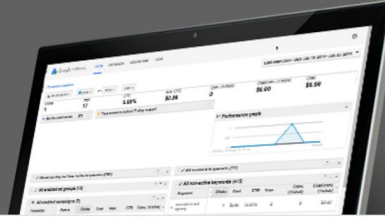
Справка - AdWords ADWORDS ФОРУМЫ СВЯЗАТЬСЯ С НАМИ

НАЧАЛО РАБОТЫ **УПРАВЛЕНИЕ ОБЪЯВЛЕНИЯМИ** РЕЗУЛЬТАТЫ ОПЛАТА ОБУЧЕНИЕ

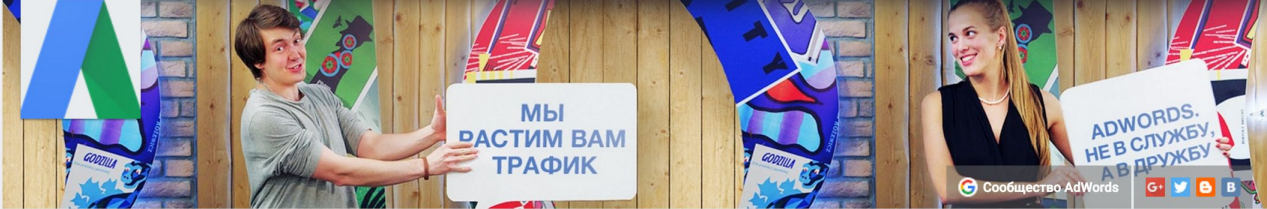
Добро пожаловать в Справочный центр AdWords!

- **Начало работы**
 - Руководство по AdWords
 - Основы AdWords
 - Создание объявлений и кампаний
 - Выбор места и времени показа объявлений
 - Как узнать, выполняется ли показ объявления
 - Администрирование и безопасность аккаунта
 - Глоссарий
- + Управление объявлениями
- + Результаты
- + Оплата
- + Обучение

INFORMATION




Учиться и быть в курсе новинок: YouTube



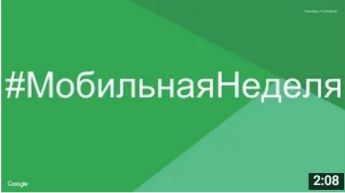
Google для бизнеса ✓

Subscribed 13,413

Home Videos Playlists Channels Discussion About 🔍

Also subscribed 

#МобильнаяНеделя с Google



#МобильнаяНеделя
1 day ago • 202 views
С 14 по 18 марта представляем Мобильную Неделю в Сообществе Рекламодателей:
<https://www.ru.advertisercommunity.com/t5/Mobilnaya-rekla.....>







#СпроситеAdWords

#СпроситеAdWords - это еженедельный выпуск коротких видео, в которых мы будем отвечать на самые важные, интересные и часто встречающиеся вопросы наших рекламодателей. ...

WATCHED

[Как автоматизировать приостановку и запуск кампаний в AdWords? - Спросите Google AdWords](#)

Интересные каналы

-  Google Россия ✓
Subscribe
-  Google ✓
Subscribe
-  Google Maps ✓
Subscribe
-  Google Chrome ✓
Subscribe
-  Google Developers ✓
Subscribe
-  Google Analytics ✓
Subscribe

Учиться и быть в курсе новинок: Сообщество

Google

Поиск по сообществу

Ekaterina Kokh | Отправлено 13-03-2016 05:34 PM

Мобильная реальность: введение в мобильную рекламу

★ 8

#МобильнаяНеделя от Google

Открываем **Мобильную Неделю!** В течение пяти рабочих дней **с 14 по 18 марта** на просторах нашего Сообщества рекламодателей вас ждет масса интересного: статьи, вебинары, видеовстречи, инфоргафики, интересные дискуссии и многое другое!

Следите за разделом **"Мобильная реклама"**, а также за обновлениями в социальных сетях с **#МобильнаяНеделя!**

В течении этой недели мы постараемся охватить в наших обучающих материалах целый спектр тем:

- 14 марта: Мобильная реальность: введение в мобильную рекламу
- 15 марта: Подготовка к экзамену по мобильной рекламе и видеовстреча с вебмастерами
- 16 марта: Мобильные кампании: измеряем и настраиваем
- 17 марта: Мобильные приложения VS Мобильные сайты
- 18 марта: Мобильная пятница: бизнес кейсы и истории успеха

Метки: Мобильная реклама (2), МобильнаяНеделя (2)

О Сообществе
Форумы
Обучение
Google AdWords
Google Analytics
Google Мой Бизнес
Спецпроекты
Наши эксперты
Избранное

Учиться и быть в курсе новинок: Вконтакте

Старонка

Google для бизнеса
AdWords Россия и СНГ - это мы!

Пра кампанію: Рады приветствовать вас на официальной странице Google для бизнеса в России и СНГ!


Здесь мы будем регулярно делиться с вами обновлениями по продуктам, которые созданы помогать вашему бизнесу (AdWords, AdSense, Google Apps for business, Google+ и др.) Мы будем публиковать советы от экспертов компании Google, советы ведущих специалистов рекламной индустрии, интересные статьи, а также видеоуроки Онлайн-школы Google!

Мы также будем рады ответить на ваши вопросы, связанные с функциями продуктов Google для бизнеса!

Следите за обновлениями!

Ваша команда Google
Сайт: <https://www.ru.advertisercommunity.com/>


544 запісы прапанаваць навіну



Google для бизнеса
Завтра в 12:00 по Москве и Минску и в 15:00 по Алматы проводим вебинар по стратегиям и эффективности рекламы на мобильных устройствах. Не пропустите!
<https://goo.gl/9RIA96>

Вебинары от команды Google Adwords

16 мар Реклама на мобильных устройствах: стратегии и анализ показателей



Дадаць да закладак

Вы падпісаліся на навіны

Расказаць сябрам

Падпісанты
3 694 падпісанты

СПАСИБО!