



Reklamy AdWords – czego nie wiedzą o nich przedsiębiorcy

Możliwość dokładnego targetowania, uruchomienia w każdej chwili, a przede wszystkim szybkiego zaistnienia w wyszukiwarce Google – to jedne z najważniejszych opcji, które cenimy sobie w reklamach AdWords. Produkt ten systematycznie wzbogacany jest jednak o nowe funkcjonalności, które warto wykorzystywać dla wspierania rozwoju swojego biznesu.

Reklamy sponsorowane AdWords przez wiele osób postrzegane są jako usługa działająca na prostych zasadach i przynosząca konkretne korzyści. To ostatnie najczęściej zyskują jednak wyłącznie reklamodawcy, którzy patrzą szerzej na możliwości reklam AdWords, korzystają z nich świadomie i w sposób profesjonalny, nie pomijając przy tym ich nowych funkcjonalności.

Obecnie Google chętnie rozdaje kupony na darmową kampanię Google Adwords, dzięki czemu coraz więcej właścicieli firm korzysta z tego rodzaju promocji. Nie znając możliwości tego narzędzia często nie są oni jednak w stanie efektywnie wykorzystać takiego bonusu. Wielu przedsiębiorców decydujących się na użycie reklam AdWords rejestruje się w programie Google AdWords, a następnie wprowadza listę słów kluczowych, przygotowuje treść reklam i obserwuje kampanię. Nierzadko po kilku dniach, kiedy kończy się budżet z kuponu, ów przedsiębiorca dostrzega w statystykach stron delikatny wzrost odwiedzalności. Nie przekłada się ona jednak na sprzedaż. Większość osób nie zdaje sobie bowiem sprawy, iż budując nawet najprostszą kampanię AdWords można sporo zaoszczędzić poprzez odpowiednią konfigurację słów kluczowych, przygotowanie treści reklam oraz dobór odpowiedniej strony docelowej. Dzięki takim zabiegom kampania nie tylko jest skuteczniejsza, ale również budżet powinien wystarczyć na dłuższy okres czasu. Poza powyższą metodą Google Adwords proponuje również inne sposoby na to, aby zachęcić internautę do kliknięcia w naszą reklamę i przejścia na docelową stronę. Przy odpowiednich zabiegach istnieje nawet możliwość zdobycia kliknięcia "za darmo".

Integracja AdWords z mapami Google

Od pewnego czasu przy tworzeniu kampanii AdWords istnieje możliwość dodania rozszerzenia lokalizacji, wskutek czego pod naszą reklamą w wynikach wyszukiwania pojawi się adres naszej firmy. W przypadku kiedy znajdzie się ona na najwyższych pozycjach (nad naturalnymi wynikami wyszukiwania) mamy szansę pokazania mapy wskazującej miejsce, gdzie dokładnie mieści się nasza firma wraz z numerem telefonu. Kliknięcie internauty w mapę nie generuje dodatkowych kosztów. Warto zwrócić uwagę na fakt, iż samo pojawienie się adresu pod naszą reklamą bardziej wyróżnia ją na tle konkurencji, przez co wzrasta prawdopodobieństwo, iż

więcej osób kliknie w taką reklamę. Niedawno Google wprowadziło w tym zakresie kolejną zmianę. W niektórych przypadkach obok naszej reklamy pojawia się niebieski "balonik" oraz mapka z prawej strony, na której zaznaczony jest adres naszej firmy. Aby dodać takie rozszerzenie warto zarejestrować naszą stronę w Miejscach Google, dzięki czemu wizytówka naszej firmy będzie mogła pojawiać się również w wynikach naturalnych. W przypadku gdy nie mamy dodanej wizytówki w Miejscach Google możemy wprowadzić ów wpis „ręcznie” z poziomu Google Adwords.

Wyższa pozycja – więcej możliwości

Dodatkową możliwość skłonienia internauty do kliknięcia w naszą reklamę stanowią tzw. "Linki witryn". Funkcja ta pozwala dodać kilka odnośników do podstron promowanej przez nas strony. Pojawiają się one tuż pod naszą reklamą. Niestety uruchamia się ona tylko w przypadkach, kiedy nasza reklama znajduje się na najwyższych pozycjach. Co więcej, musi ona posiadać wysoki wskaźnik jakości. Powinna ona również odpowiadać tematowi zapytania. Linki witryny najczęściej pojawiają się dla zapytania związanego z nazwą firmy. Funkcją taką można wykorzystać głównie do promocji naszych podstron np. określonych produktów lub też usług. Dzięki temu internauta z poziomu wyszukiwarki może wybrać interesującą go usługę i od razu przejść na podstronę dedykowaną tej usłudze lub też produktowi. Linki witryn dodaje się poprzez "Rozszerzenia" kampanii. Proces ten jest prosty i intuicyjny. Dodatkowo mamy możliwość obserwowania ilości wyświetleń takich linków oraz ilości kliknięć.

Google Instant pomaga

Niedawno wprowadzona przez Google funkcjonalność jaką jest Google Instant zrewolucjonizowała korzystanie z tej wyszukiwarki. Dzięki niej Google pokazuje wyniki wyszukiwania już w trakcie wpisywania frazy. W przypadku fraz wielowyrazowych przy wpisywaniu każdego wyrazu internauta ma możliwość obejrzenia wyników oraz reklam dla poszczególnych słów zanim jeszcze wpisze całe zapytanie. Funkcjonalność dla osób zarządzających kampaniami AdWords stwarza nowe możliwości walki o kliknięcie. Przy budowie kampanii nie powinno się przede wszystkim zapomnieć o frazach krótkich: jedno- dwuwyrazowych, dzięki którym możemy zainteresować internautę naszą reklamą zanim jeszcze wpisze całość zapytania. Oczywiście nie należy tu również zapomnieć o przygotowaniu odpowiedniej treści reklamy, która zachęci do kliknięcia.

AdWords to nie tylko linki

Przedsiębiorcy decydujący się na promocję za pomocą Google AdWords powinni wiedzieć, iż narzędzie to nie ogranicza się wyłącznie do linków sponsorowanych. Google AdWords pozwala również na umiejscowienie naszej reklamy w sieci partnerskiej, czyli na stronach internetowych, na których właściciele umieścili odpowiedni kod pozwalający programowi Google Adwords na wyświetlanie reklam. Rozliczenie odbywa się tutaj również na zasadzie kosztów za kliknięcie. Same reklamy rządzą się jednak nieco innymi prawami. W przypadku gdy internauta poszukuje jakiejś informacji w wyszukiwarce Google można przypuszczać, iż jest on otwarty na kliknięcie w reklamę. Natomiast reklamy znajdujące się na stronach internetowych w pewien sposób muszą przeszkodzić internaucie w czytaniu czy przeglądaniu strony i zachęcić go do kliknięcia. Google Adwords daje możliwość tworzenia reklam tekstowych, graficznych oraz video. Reklamy w sieci partnerskiej w głównej mierze pełnią rolę wizerunkową. Mamy tu możliwość pokazania naszej oferty bardzo szerokiemu gronu internautów, również nie zainteresowanych wstępnie naszym produktem. Google Adwords w ramach budowania reklam graficznych oferuje narzędzia, za pomocą których możemy tworzyć reklamy bez pomocy grafika oraz bez znajomości programów graficznych. Za pomocą tego narzędzia wybieramy gotowy szablon reklam, przygotowujemy treść, ustalamy czcionki i po kilku kliknięciach nasza reklama jest gotowa. Niestety musimy jednak wziąć pod uwagę fakt, iż narzędzie to dostępne jest również dla konkurencji, wskutek czego może ona przygotować reklamy podobne wizualnie do naszych. Celem umieszczenia reklamy video musimy wykonać film we własnym zakresie. W tym wypadku należy pamiętać również o tym, że płaci się dopiero za przejście z tej reklamy na naszą stronę. Same odtworzenie filmu przez internautę jest darmowe.

Poprzez odpowiedni projekt graficzny reklam nasza marka może zaistnieć w świadomości internautów częściowo bezpłatnie (oczywiście do momentu, aż taki internauta nie kliknie w reklamę). Z drugiej strony reklama ta niesie ze sobą ogromne niebezpieczeństwo szybkiego „wyklikania” budżetu. Samo kierowanie reklam możemy wykonać na dwa sposoby. Bezpośrednio wybieramy strony, na których nasza reklama ma się pojawić lub wybieramy słowa kluczowe, dla których nasza reklama jest odpowiednia i system automatycznie rozmieści ją kontekstowo. Celem wydania pieniędzy na reklamy w sieci partnerskiej w sposób rozsądny sugerujemy aby skorzystać z pierwszej metody i selektywnie wybierać strony internetowe, na których chcielibyśmy aby nasza reklama się pokazała.

Google Adwords to narzędzie proste w obsłudze, pozwalające na szybkie zaistnienie jednostki w wyszukiwarce Google, czy też nawet na konkretnych stronach internetowych. Wykorzystując owo rozwiązanie do promocji naszej firmy warto dokładnie poznać jego możliwości. Pozwoli nam to bowiem nie tylko na wprowadzenie oszczędności oraz systematyczną kontrolę budżetu. Wiedzę ma temat funkcjonalności Google AdWords możemy wykorzystać również do testowania różnych wariantów rozszerzenia reklam oraz docierania z naszą promocją do nowych miejsc.

Autor: Grzegorz Skiera
mail:grzegorz.skiera@silence.pl

Informacje o firmie Silence!

Silence! już od 2005 znajduje się w gronie firm zajmujących się profesjonalną reklamą w wyszukiwarkach internetowych. Łącząc rzetelną wiedzę merytoryczną oraz wieloletnie doświadczenie z sukcesem realizuje [kampanie pozycjonowania](#) oraz [PPC](#). Wychodząc naprzeciw potrzebom swoich klientów Silence! oferuje również usługi z zakresu [copywritingu](#) oraz [ePR](#). Specjaliści Silence! są jednocześnie prelegentami na wielu konferencjach branżowych tj. [SilesiaSEM](#) czy [Akademia Dla Przedsiębiorczych](#). Firma może pochwalić się także wieloma artykułami związanymi z tematyką marketingu i PR-u w wyszukiwarkach. Więcej informacji: www.silence.pl