
10 złotych zasad Google

Konfiguracja kampanii na sieć partnerską



-
- 1 10 złotych zasad Google dotyczących konfiguracji kampanii
 - 2 Praktyka

- 1 10 złotych zasad Google dotyczących konfiguracji kampanii
- 2 Praktyka

- 1 Tworzenie oddzielnych kampanii dla sieci partnerskiej
- 2 Oddzielne stawki CPC dla sieci partnerskiej
- 3 Małe grupy reklam o ściśle określonej tematyce
- 4 Śledzenie skuteczności treści
- 5 Duplikowane słowa kluczowe
- 6 Poprawna pisownia
- 7 Kreatywny przekaz
- 8 Zawsze na temat — dopasowanie tekstu reklamy do słów kluczowych
- 9 Bez ograniczenia do słów kluczowych wpisywanych przez użytkowników w polu wyszukiwania
- 10 Kontrola miejsc emisji reklam

1. Tworzenie oddzielnych kampanii dla sieci partnerskiej



Online Campaigns ▾ Hide show: [all](#) | [all active](#) | [all but deleted](#)

Pause Resume Delete Edit Settings Customise columns + Create a new campaign: [keyword-targeted](#) | [site-targeted](#) ?

| <input type="checkbox"/> | Campaign Name | Current Status | Current Budget [?] | Clicks | Impr. | CTR | Avg. CPC | Cost ▾ |
|--------------------------|---|-------------------------------------|--------------------|--------|---------|--------|----------|-----------|
| <input type="checkbox"/> | Cities - Europe ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 9,519 | 252,929 | 3.76% | £0.17 | £1,578.82 |
| <input type="checkbox"/> | Countries - Europe ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 3,040 | 126,030 | 2.41% | £0.17 | £525.92 |
| <input type="checkbox"/> | Content Cities - Europe ? | Active 12 Apr 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 2,545 | 268,290 | 0.94% | £0.13 | £325.81 |
| <input type="checkbox"/> | Cities - North America ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 1,667 | 68,008 | 2.45% | £0.17 | £290.43 |
| <input type="checkbox"/> | Travel ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 1,178 | 60,002 | 1.96% | £0.17 | £196.76 |
| <input type="checkbox"/> | Content Countries - Europe ? | Active 12 Apr 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 1,149 | 176,724 | 0.65% | £0.14 | £162.80 |
| <input type="checkbox"/> | Cities - Asia ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 958 | 25,790 | 3.71% | £0.16 | £153.36 |
| <input type="checkbox"/> | Brand Travel ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 907 | 3,788 | 23.94% | £0.14 | £124.92 |
| <input type="checkbox"/> | Countries - Asia ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 716 | 39,563 | 1.80% | £0.17 | £124.47 |
| <input type="checkbox"/> | Countries - Africa ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 736 | 22,185 | 3.31% | £0.17 | £124.10 |
| <input type="checkbox"/> | Countries - Central America ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 647 | 16,682 | 3.87% | £0.17 | £108.84 |
| <input type="checkbox"/> | Content Cities - North America ? | Active 12 Apr 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 533 | 80,218 | 0.66% | £0.13 | £70.52 |
| <input type="checkbox"/> | Content Countries - Central America ? | Active 12 Apr 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 463 | 82,732 | 0.55% | £0.14 | £66.53 |
| <input type="checkbox"/> | Countries - North America ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 393 | 18,446 | 2.13% | £0.17 | £65.46 |

Konwencja nazewnictwa w kampaniach dla sieci partnerskiej

2. Oddzielne stawki CPC



Online Campaigns [Hide](#) show: [all](#) | [all active](#) | [all but deleted](#)

[Pause](#) [Resume](#) [Delete](#) [Edit Settings](#) [Customise columns](#) + Create a new campaign: [keyword-targeted](#) | [site-targeted](#) ?

| <input type="checkbox"/> | Campaign Name | Current Status | Current Budget [?] | Clicks | Impr. | CTR | Avg. CPC | Cost |
|--------------------------|---|-------------------------------------|--------------------|--------|---------|--------|----------|-----------|
| <input type="checkbox"/> | Cities - Europe ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 9,519 | 252,929 | 3.76% | £0.17 | £1,578.82 |
| <input type="checkbox"/> | Countries - Europe ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 3,040 | 126,030 | 2.41% | £0.17 | £525.92 |
| <input type="checkbox"/> | Content Cities - Europe ? | Active 12 Apr 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 2,545 | 268,290 | 0.94% | £0.13 | £325.81 |
| <input type="checkbox"/> | Cities - North America ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 1,667 | 68,008 | 2.45% | £0.17 | £290.43 |
| <input type="checkbox"/> | Travel ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 1,178 | 60,002 | 1.96% | £0.17 | £196.76 |
| <input type="checkbox"/> | Content Countries - Europe ? | Active 12 Apr 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 1,149 | 176,724 | 0.65% | £0.14 | £162.80 |
| <input type="checkbox"/> | Cities - Asia ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 958 | 25,790 | 3.71% | £0.16 | £153.36 |
| <input type="checkbox"/> | Brand Travel ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 907 | 3,788 | 23.94% | £0.14 | £124.92 |
| <input type="checkbox"/> | Countries - Asia ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 716 | 39,563 | 1.80% | £0.17 | £124.47 |
| <input type="checkbox"/> | Countries - Africa ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 736 | 22,185 | 3.31% | £0.17 | £124.10 |
| <input type="checkbox"/> | Countries - Central America ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 647 | 16,682 | 3.87% | £0.17 | £108.84 |
| <input type="checkbox"/> | Content Cities - North America ? | Active 12 Apr 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 533 | 80,218 | 0.66% | £0.13 | £70.52 |
| <input type="checkbox"/> | Content Countries - Central America ? | Active 12 Apr 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 463 | 82,732 | 0.55% | £0.14 | £66.53 |
| <input type="checkbox"/> | Countries - North America ? | Active 22 Jan 2007 - 31 Dec 2010 | £1,000.00 / day | 393 | 18,446 | 2.13% | £0.17 | £65.46 |

Wskazówka AFC: ustawienie oddzielnych stawek CPC jest sprawą fundamentalną. Kliknięcia w sieci partnerskiej są generalnie tańsze od kliknięć w sieci wyszukiwania i stawki powinny to odzwierciedlać.

3. Małe grupy reklam o ściśle określonej tematyce



Program AdWords sprawdza tematykę każdej **grupy reklam**, aby określić, czy reklama odpowiada danej witrynie sieci partnerskiej:

Temat: tanie wypożyczalnie samochodów

| Keyword | Type |
|------------------------|-------|
| cheap car deal | Broad |
| cheap car deals | Broad |
| cheap car hire | Broad |
| cheap car rent | Broad |
| cheap car rental | Broad |
| cheap car rentals | Broad |
| cheap car service | Broad |
| cheap cars hire | Broad |
| cheap cars rent | Broad |
| cheap hire a car in | Broad |
| cheap hire cars in | Broad |
| cheap local car rental | Broad |
| cheap rent a car in | Broad |
| cheap rent cars in | Broad |

Temat: wypożyczalnie samochodów z rabatem

| Keyword | Type |
|---------------------------|-------|
| discount car deal | Broad |
| discount car deals | Broad |
| discount car hire | Broad |
| discount car rent | Broad |
| discount car rental | Broad |
| discount car rentals | Broad |
| discount car service | Broad |
| discount cars hire | Broad |
| discount cars rent | Broad |
| discount hire a car in | Broad |
| discount hire cars in | Broad |
| discount local car rental | Broad |
| discount rent a car in | Broad |
| discount rent cars in | Broad |

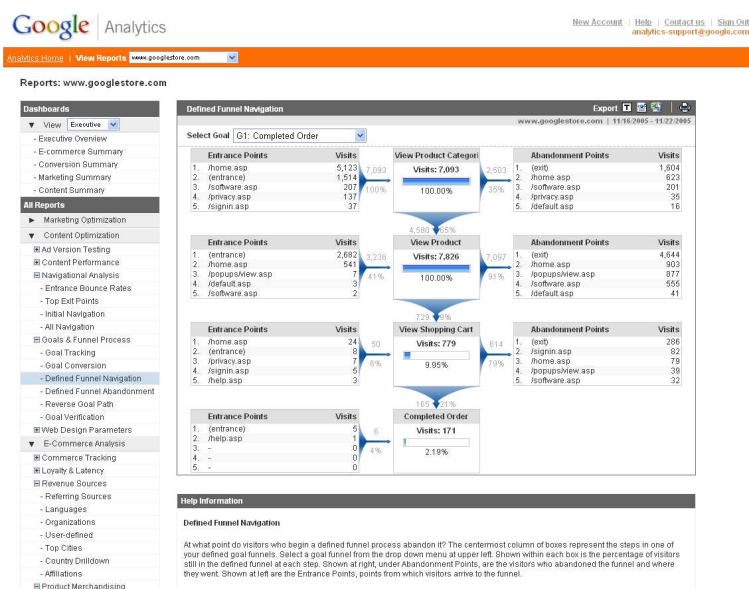
Wskazówka AFC: od 5 do 15
to optymalna liczba słów kluczowych.

4. Śledzenie skuteczności treści



1. Należy ustawić adresy URL na poziomie grupy reklam.
2. Warto użyć **Śledzenia konwersji (wartości)** i/lub usługi **Analytics**.

| <input type="checkbox"/> Ad Group Name | Status | Default Bid Max CPC | Clicks | Impr. | CTR | Avg. CPC | Cost | Avg. Pos | Conv. Rate | Cost/Conv. |
|---|------------------|------------------------|--------|--------|-------|----------|--------|----------|------------|------------|
| <input type="checkbox"/> Curtains | 324181381 Active | £0.15 | 525 | 14,048 | 3.73% | £0.14 | £76.12 | 8.6 | 0.19% | £76.12 |
| <input type="checkbox"/> Fabrics | 324181681 Active | £0.15 | 353 | 12,365 | 2.85% | £0.13 | £45.02 | 5.3 | 0.28% | £45.02 |
| <input type="checkbox"/> Lighting Generic | 324181501 Active | £0.15 | 229 | 8,977 | 2.55% | £0.14 | £32.83 | 9.6 | 0.44% | £32.83 |
| <input type="checkbox"/> Cushions | 324181441 Active | £0.15 | 200 | 5,287 | 3.78% | £0.14 | £28.68 | 5.7 | 0.50% | £28.68 |
| <input type="checkbox"/> Bedding Generic | 324181081 Active | £0.15 | 574 | 18,074 | 3.17% | £0.14 | £82.50 | 7.1 | 0.70% | £20.63 |



Dlaczego?

- Usługa Analytics pozwala identyfikować optymalne ścieżki / wyjścia.
- Tam, gdzie jest to możliwe, można śledzić skuteczność za pomocą CPA.

5. Duplikowanie słowa kluczowe



Polisa na skuter Peugeot

Niskie ceny, bez zbędnych opłat

Wybierz ofertę i kup online

www.bennetts.co.uk

Ubezpieczenia skuterów

Ubezpieczenia motorowerów

Ubezpieczenia Peugeot

Ubezpieczenia skuterów

Peugeot

Polisa na skuter Peugeot

Polisa na skuter BMW

Niskie ceny, bez zbędnych opłat

Wybierz ofertę i kup online

www.bennetts.co.uk

Ubezpieczenia skuterów

Ubezpieczenia motorowerów

Ubezpieczenia BMW

Ubezpieczenia skuterów BMW

Polisa na skuter BMW

Polisa na skuter Vespa

Niskie ceny, bez zbędnych opłat

Wybierz ofertę i kup online

www.bennetts.co.uk

Ubezpieczenia skuterów

Ubezpieczenia motorowerów

Ubezpieczenia Vespa

Ubezpieczenia skuterów

Vespa

Polisa na skuter Vespa

Aparaty cyfrowe Canon

Niskie ceny aparatów Canon

Aparaty cyfrowe — kup teraz!

www.shopping.com

Aparaty cyfrowe

Aparaty fotograficzne

Aparaty Canon

Aparaty cyfrowe Canon

Canon powershot

Aparaty cyfrowe Nikon

Niskie ceny aparatów Nikon

Aparaty cyfrowe — kup teraz!

www.shopping.com

Aparaty cyfrowe

Aparaty fotograficzne

Aparaty Nikon

Aparaty cyfrowe Nikon

Nikon coolpix

Aparaty cyfrowe Sony

Niskie ceny aparatów Sony

Aparaty cyfrowe — kup teraz!

www.shopping.com

Aparaty cyfrowe

Aparaty fotograficzne

Aparaty Sony

Aparaty cyfrowe Sony

Sony cybershot

6. Poprawna pisownia



You are here: [About](#) > [Sports & Recreation](#)

About : Sports & Recreation

Search

Sports

Fitness / Outdoor

- [Bicycling](#)
- [Bodybuilding](#)
- [Climbing](#)
- [Inline Skating](#)
- [Martial Arts](#)
- [Mountain Biking](#)
- [Paintball](#)
- [Running & Jogging](#)
- [Skateboarding](#)
- [Skiing](#)
- [Snowboarding](#)
- [Tennis](#)
- [Walking](#)

Hunting / Fishing

- [Fly Fishing](#)
- [Freshwater Fishing](#)
- [Hunting / Shooting](#)
- [Saltwater Fishing](#)

Spectator Sports

- [Baseball](#)
- [Basketball](#)
- [Boxing](#)
- [Cheerleading](#)
- [Figure Skating](#)
- [Football](#)
- [Formula 1](#)
- [Golf](#)
- [Horse Racing](#)
- [Horse Show](#)
- [Hockey](#)
- [Mixed Martial Arts](#)
- [Olympic Sports](#)
- [Rugby](#)
- [Soccer](#)
- [Swimming](#)
- [Tennis](#)
- [Volleyball](#)
- [Winter Sports](#)

Kentucky Derby: Who's Your Horse?

Guide Cindy Pierson
Dulay breaks down each horse in the field, offering everything you need to know to handicap the Run for the Roses.

[See more >](#)

More in Sports

- [Poll: Mayweather vs. De La Hoya](#)
- [Follow the NBA Playoffs](#)
- [Why Watching Playoff Hockey is Believing](#)

Sponsored Links

- [Running Teams](#)
Minute Mile is Just as Far as a 6 Minute Mile. Do You Walk Easy?
www.GoRunEasy.com
- [Gymnastics Mats](#)
Cheerleading, Martial Arts, Fitness Tumbling, Rock Climbing, Gyms, Home
www.usgymmats.com
- [Draft Coverage](#)
Insiders Experts Review & Grade the 2007 NFL Draft.
www.Scout.com

FREE Newsletters

Sign Up Now for the About Sports newsletter.

Enter email address

About Sports Professional Wrestling Cheerleading

Baseball Wrestling Cheerleading

Sign Up [See More Newsletters](#)

Most Popular

- [2007 NFL Mock Draft](#)
- [2007 Kentucky Derby Contenders](#)
- [Free Online Golf Games](#)
- [Cheerleading 101 Quiz - Learn About Cheerleading](#)
- [All-Time Stanley Cup Winners](#)

Advertisement



Główne słowa kluczowe

Sport
Derby Kentucky
Wędkarstwo
Koń
Piłka nożna
Nascar
Wyścigi konne
Koszykówka
Hokej
Nabór próbny NFL

Generalnie* witryny zawierające błędy pisowni są witrynami gorszej jakości, przez co reklamodawcy są mniej skłonni do umieszczania na nich swoich reklam.

*Wskazówka AFC: aby dotrzeć do niektórych blogów lub większej liczby stron nieanglojęzycznych, błędy pisowni są dopuszczalne.

7. Kreatywny przekaz



1

Szukasz nowego aparatu?

Opinie użytkowników i porady ekspertów
Najnowsze modele aparatów cyfrowych

www.jessops.com

2

7

{Keyword:Z Canon potrafisz}

Aparaty cyfrowe dla wszystkich
Oficjalny sklep Canon online

www.canon.co.uk

3

Pokaż zdjęcia z wakacji

Zachowaj wspomnienia z wakacji
Bezpłatne przechowywanie i
odbitki

www.snapfish.co.uk

1

Rozważanie

2

Przekaz offline

3

Okresowość

4

Odwołania do najważniejszych
wydarzeń

5

Personalizacja

6

Oferty okresowe

7

Testy nagłówków dynamicznych i
statycznych

4

Pamiętka z końca szkoły

Uwiecznij ten dzień na zawsze
aparatem cyfrowym Olympus.

www.nikon.co.uk

5

Nie zapomnij o Dniu Ojca

Podaruj tacie coś szczególnego
Doskonałe aparaty cyfrowe Pentax

www.pentax.co.uk

6

7

{Keyword:40% rabatu do końca maja}

Aparaty cyfrowe 40% taniej!
Czas oferty ograniczony.
Zamów dziś

www.msn.co.uk/shopping

8. Zawsze na temat: dopasowanie tekstu reklamy do słów kluczowych



Tekst reklamy powinien być ściśle związany z listą słów kluczowych:

Temat: tanie wypożyczalnie samochodów

Zły przykład

Ad Preview:

[Car Hire](#)
We cater for all your car rental needs on one site.
www.company.co.uk

| Keyword | Type |
|-------------------------|-------|
| Edinburgh car hire | Broad |
| Edinburgh car rental | Broad |
| Johannesburg car hire | Broad |
| Johannesburg car rental | Broad |
| London car hire | Broad |
| London car rental | Broad |
| New York car hire | Broad |
| New York car rental | Broad |
| Paris car hire | Broad |
| Paris car rental | Broad |

Dobry przykład

Ad Preview:

[Car Hire](#)
Interested in Cheap Car Hire?
Great rates, compare prices here!
www.company.co.uk

| Keyword | Type |
|------------------------|-------|
| cheap car deal | Broad |
| cheap car deals | Broad |
| cheap car hire | Broad |
| cheap car rent | Broad |
| cheap car rental | Broad |
| cheap car rentals | Broad |
| cheap car service | Broad |
| cheap cars hire | Broad |
| cheap cars rent | Broad |
| cheap hire a car in | Broad |
| cheap hire cars in | Broad |
| cheap local car rental | Broad |
| cheap rent a car in | Broad |
| cheap rent cars in | Broad |

9. Bez ograniczenia do słów kluczowych wpisywanych przez użytkowników w polu wyszukiwania



Terytorium marki



„Pierwsza randka”: tylko
800 wyszukiwań w ciągu dnia

Sieć partnerska



„Portale randkowe”: miliony stron

Myśl szerzej!

10. Kontrola miejsc emisji reklam



Poza automatycznym blokowaniem treści drażliwych, dostępne są 3 metody zapobiegania emisji reklam w nieodpowiednim kontekście:

1. Wykluczające słowa kluczowe

- [kup papiery do pakowania prezentów](#)
- [kup online papiery do pakowania prezentów](#)
- [kolorowe papiery do pakowania prezentów](#)
- [eleganckie papiery do pakowania prezentów](#)
- [papiery do pakowania prezentów](#)
- [papier do pakowania prezentów](#)
- [papiery do pakowania prezentów z nadrukiem](#)
- bezpłatne
- porady

2. Wykluczanie witryny

3. Wykluczenia kanału — filtrowanie stron z danej kategorii, na przykład:

„udostępnianie i serwery plików”, „opcje wyglądu, motywy i wygaszacze ekranu” lub „blogi i społeczności internetowe”.

- 1 10 złotych zasad Google dotyczących konfiguracji kampanii
- 2 Praktyka

- 1 Tworzenie oddzielnych kampanii dla sieci partnerskiej
- 2 Oddzielne stawki CPC dla sieci partnerskiej
- 3 Małe grupy reklam o ściśle określonej tematyce
- 4 Śledzenie skuteczności treści
- 5 Zduplikowane słowa kluczowe
- 6 Poprawna pisownia
- 7 Kreatywny przekaz
- 8 Zawsze na temat — dopasowanie tekstu reklamy do słów kluczowych
- 9 Bez ograniczenia do słów kluczowych wpisywanych przez użytkowników w polu wyszukiwania
- 10 Kontrola miejsc emisji reklam



Dziękujemy!

