

Obsługa kampanii AdWords

Spis treści

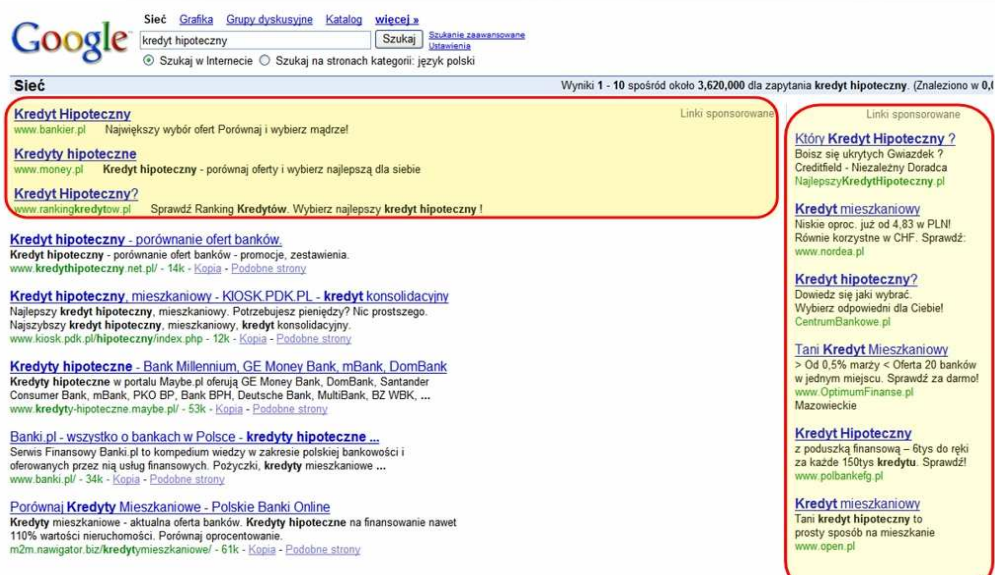
1. Wstęp	2
2. Dwa modele kampanii.....	3
2.1. Reklama płatna za działanie (PPA)	3
2.2. Reklama płatna za kliknięcie (PPC).....	3
3. Współpraca.....	4
4. Słowa kluczowe	4
5. Wskaźniki.....	4
6. Raporty	4
7. Statystyki	5
8. Koszt kampanii.....	5

1. Wstęp

Dzięki Google AdWords możesz dotrzeć do użytkowników, którzy aktywnie szukają oferowanych przez Ciebie produktów lub usług. Oznacza to, że docierasz do potencjalnych klientów z grupy docelowej, jaką wybrałeś. Cennik AdWords oparty na systemie koszt za kliknięcie ułatwia kontrolowanie kosztów i oznacza, że zapłacisz tylko wtedy, gdy użytkownik kliknie na Twoją reklamę.

Reklama w najpopularniejszej wyszukiwarce, jaką jest Google, to boksy reklamowe, wyświetlające link do Twojej strony www. Pojawiają się tuż obok wyników wyszukiwania. Boksy reklamowe pojawiają się tylko po wpisaniu określonych słów kluczowych. Takie rozwiązanie sprawia, że Twoja reklama trafia tylko do osób poszukujących Twoich towarów lub usług, a Ty nie płacisz za jej wyświetlenie. Płacisz tylko za kliknięcia osób zainteresowanych Twoją ofertą.

Bez względu na wysokość budżetu, reklamy można wyświetlać w najpopularniejszej wyszukiwarce Google. Państwa reklamy są wyświetlane obok odpowiednich wyników wyszukiwania, a więc tylko tym użytkownikom, którzy szukają danych słów kluczowych



2. Dwa modele kampanii.

2.1. Reklama płatna za działanie (PPA)

Reklama płatna za działanie (pay per action) to element modelu cenowego umożliwiającego reklamodawcom płacić jedynie za dokonanie przez użytkownika działania zdefiniowanego przez reklamodawcę w jego witrynie. Zamiast płacić za kliknięcia lub wyświetlenia reklamodawcy mogą wybrać opcję płacenia za dokonanie przez użytkownika zakupu, subskrybowania biuletynu, rejestrację lub dokonania dowolnego innego, jasno zdefiniowanego działania. Reklamy PPA kwalifikują się do wyświetlania w witrynach wydawców w sieci partnerskiej Google, a wydawcy mogą wybierać określone reklamy PPA, które pasują do ich witryn, i wyświetlać je w nowo utworzonych przez nich jednostkach reklam.

Reklamy PPA kwalifikują się do wyświetlania w witrynach wydawców w sieci partnerskiej Google, a wydawcy mogą wybierać określone reklamy PPA, które pasują do ich witryn i wyświetlać je w nowo utworzonych przez nich jednostkach reklam.

**konwersja zachodzi za każdym razem po wykonaniu
określonego działania.**

2.2. Reklama płatna za kliknięcie (PPC)

PPC (pay per click) to w tłumaczeniu opłata za kliknięcie. Większość popularnych wyszukiwarek ([Google](#), [Yahoo](#), [MSN](#), [Onet](#), [WP](#) i inne) sprzedaje płatne wyniki swoich wyszukiwań. Zwykle kilka pierwszych wyników lub też wyniki pojawiające się w bocznym panelu to właśnie płatne ogłoszenia - reklamy - adwords. Ogłoszeniodawcy płacą wyszukiwarce za każde kliknięcie i/lub za każde wyświetlenie ich ogłoszenia na komputerze internauty. Ogłoszeniodawca wybiera słowa kluczowe, po których wpisaniu powinno się wyświetlać ich ogłoszenie oraz kwotę przeznaczoną na każde kliknięcie. Dodatkowo ustala się jeszcze bardzo wiele opcji konfiguracyjnych decydujących o sposobie wyświetlania ogłoszenia.

Zasada działania i konfiguracji Adwords - PPC jest z pozoru prosta, lecz dla prawdziwego sukcesu i opłacalności kampanii ogłoszeniowej Adwords - PPC potrzebna jest olbrzymia wiedza, analiza i doświadczenie związane z zarządzaniem tego typu programem.

Ryzyko samodzielnego zarządzania tego typu programem, bez wcześniejszego doświadczenia jest dosyć duże. Możesz narazić się na straty finansowe a co najgorsze nie dotrzeć do swoich klientów - reklamobiorców marnując cenny czas.

Jeżeli nie masz doświadczenia lub po prostu brakuje Ci czasu na prowadzenie działalności tego typu to powinieneś powierzyć zarządzanie swoimi kampaniami Adwords - PPC specjalistom. Zarządzanie systemów Adwords - PPC to złożona praca polegająca na:

- Odpowiednim dobraniu słów kluczowych
- Odpowiednim dobraniu pozostałych kryteriów wyświetlania Twoich ogłoszeń
- Analiza rynku konkretnej branży oraz konkurencji
- Śledzeniu i Analizie Statystyk i wyników prowadzonych kampanii

Odpowiedniemu dostrajaniu zgłoszonych kampanii i ustawień

3. Współpraca

Klient zostaje poprowadzony przez ustalenie sposobu płatności, wyjaśnienie spraw podatkowych, omówienie wszystkich etapów, aż do końca - czyli docelowej obsługi kampanii.

Współpraca przebiega według następujących etapów:

- Klient określa interesujące go słowa i frazy kluczowe. Na ich podstawie przeprowadzona jest analiza zgodności słów z tematyką strony i profilem klienta.
- Konsultant wykonuje keyword research, czyli badanie słów kluczowych. Używając narzędzi udostępnionych przez Google oraz analizując strony konkurencji
- Ustalony zostaje dzienny budżet oraz maksymalna stawka za kliknięcie
- Konsultant zakłada kampanie oraz odpowiednią ilość grup reklam w każdej z nich, a następnie rozpoczyna emisję reklam.

4. Słowa kluczowe

Odpowiedni dobór słów kluczowych nie jest sprawą prostą i ich zestaw należy na bieżąco modyfikować eliminując najmniej opłacalne dla klienta.

5. Wskaźniki

O jakości reklam i klików świadczy wiele wskaźników. Najważniejszymi z nich są CTR (ilość klików przez liczbę wyświetleń), CPC (koszt kliknięcia), wskaźnik konwersji oraz ROI (zwrot z inwestycji).

Dla mierzalnych akcji - jak zakup, wypełnienie formularza, zapisanie się na listę subskrypcji - możliwe jest obliczenie wskaźnika konwersji - czyli liczby wykonanych akcji przez liczbę wejść.

6. Raporty

System AdWords pozwala na tworzenie przez konsultanta dowolnych raportów dotyczących wszystkich parametrów kampanii.

Klient otrzymuje co tydzień automatycznie generowany raport oraz raz w miesiącu raport miesięczny wraz z komentarzem.

7. Statystyki

W celu jak najlepszej kontroli kampanii AdWords zostają zintegrowane z systemem statystyk Google Analytics. Ten tandem pozwala nie tylko na bardzo dokładną analizę ruchu kierowanego z płatnych linków, ale również obserwację wejść z wyników organicznych (naturalnych) z wszystkich wyszukiwarek oraz wejść bezpośrednich.

8. Koszt kampanii

Cena kampanii reklamowej uzależniona jest od ilości fraz reklamowych oraz wysokości budżetu i dzieli się na 3 elementy:

- ustawienie kampanii
- miesięczna kwota wydatkowana na kliknięcia lub za wywołaną akcję
- monitorowanie i prowadzenie kampanii

Cena:

W ramach realizacji kampanii HM pobiera 15% od kwoty netto miesięcznego budżetu. Natomiast minimalne wynagrodzenie wynosi 150zł/ netto.

Cena obejmuje:

Dobór słów kluczowych – analiza słów i konkurencji

- Stworzenie tekstów dla linków sponsorowanych – analiza stron klienta, konkurencji i rynku
- Analizę i wybór dogodnych przestrzeni reklamowych
- Aktywowanie kampanii – zaplanowanie kampanii w mediach, wprowadzenie do systemów reklamowych i nastawienie statystyk online
- Udostępnienie statystyk online z wglądem w ceny
- Zarządzanie kampanią

Przykłady kalkulacji kampanii*

- dla akcji PPC

Budżet: ok 2500zł netto miesięcznie

Szacowana liczba kliknięć: do ok. 16 000

Średni koszt za kliknięcie: ok 0,15-0,60 PLN

Skala kampanii: globalna

- dla akcji PPA

Budżet: ok 2500zł netto miesięcznie

Szacowana liczba rejestracji: do ok. 400

Średni koszt za wykonaną akcję: ok 6 PLN

Skala kampanii: globalna

**Powyższa kalkulacja jest jedynie przykładem, ponieważ do oszacowania konwersji będzie niezbędne przeprowadzenie kampanii testowej.*