

МІФИ ПРО GOOGLE ADWORDS

Google™
AdWords



ЄВГЕН ГАЛКІН,
акаунт-менеджер Google Україна

Кількість українських користувачів Інтернету зростає з кожним роком. І все більша кількість підприємців намагається залучити нових клієнтів через Всесвітню мережу. При цьому часто підприємці стають жертвами міфів про контекстну рекламу.

У цій статті ми хотіли б застерегти від помилок, які припускають новачки. Ось деякі з них.

Невеликим компаніям не варто навіть намагатись конкурувати з великими гравцями ринку.

Це не так, адже в Google AdWords важлива не стільки розмір ставки, скільки якість оголошення. Якщо ваші оголошення релевантні і на них часто звертають увагу користувачі, а на цільових сторінках багато якісного контенту, то ви зможете посісти високі позиції зі ставкою в рази нижчою, ніж у конкурентів. Крім того, ви можете вибрати ті слова, за якими конкуренція нижча. Наприклад, фрази з трьох і більше слів, за якими обсяг пошуку малий.

Мої клієнти не ходять у Пошук.

Google AdWords - це не тільки пошукова реклама. Ви можете рекламуватись у мережі наших партнерів, а це сотні тисяч сайтів по всьому світу. Крім того, це можливість використовувати десятки різноманітних форматів: від текстових оголошень до відео- і флеш-банерів. І також завжди є можливість запустити рекламу в суміжній тематиці. Наприклад, якщо людина цікавиться снастями для лову риби, її, можливо, може зацікавити туристичне спорядження.

Для того щоб запустити рекламу, мені потрібні послуги агентства.

Google AdWords - не біом Ньютона! Ця система створювалася в першу чергу для власників малого і середнього бізнесу і користування нею не вимагає спеціальних знань. Крім того, ви і тільки ви краще за будь-якого фахівця з реклами розумієте специфіку свого бізнесу.

Це занадто дорого для мене.

На вартість кліка має сильний вплив якість ваших оголошень і оптимізація акаунта. Різниця між гарним акаунтом з чіткою структурою, релевантними оголошеннями і неоптимізованим акаунтом, в якому всі слова звалені до купи, може бути вражаючою. Ціна за клік буде відрізнятись в рази, а вартість нового клієнта буде набагато нижчою в тому акаунті, над яким попрацювали

з оптимізації. Тому затратьте хоча б трохи часу на настройку, і результати виправдають ваші сподівання. Врешті-решт, вигода від реклами вимірюється не кількістю звернень користувачів, а поверненими інвестиціями.

Якщо моя реклама не посідає перші позиції, вона втрачає сенс.

Насправді ваша реклама може бути навіть ефективнішою на низьких позиціях, тому що ставка буде набагато нижчою. Якщо ваше оголошення привертає увагу своєю релевантністю і гарно складеним текстом, ви зможете зацікавити достатню аудиторію і з найнижчих позицій. Але якщо для вас все-таки принципово перебувати на певних позиціях, у такому разі ви маєте всі можливості вписати потрібне вам місце в настройках кампанії.

У тих, хто запускає платну рекламу в Google AdWords, поліпшується позиція в органічній видачі.

Чи є ви рекламодавцем у Google AdWords, чи ні, це жодним чином не впливає на позицію вашого сайта в органічній видачі. Пошукова і рекламна видача - дві незалежні системи, і наявність запущеної мережі не впливає на ваші позиції в пошукових результатах.

Я і так на хороших позиціях у Пошуку, мені не потрібна реклама.

Тільки уявіть, скільки можливих варіантів ключових слів може використовувати людина, шукаючи ту послугу, яку надаєте саме ви. Навряд чи за всіма цими запитами ви будете на першому місці у Пошуку. Крім того, видача варіюється у різних людей залежно від історії пошуку, місця розташування та ін. Перебуваючи одночасно в органічній і рекламній видачі, ви значно підвищуєте вірогідність нового кліка.

*Більше про Google AdWords можна дізнатися тут:
www.google.com.*