



Cube -Think Diffrent
OnLine design college

פרסום בגוגל
AD WORDS

Google פרסום ב

Google™
ADWORDS

נתחיל ב GOOGLE ADWORDS



Google™
AdWords

מיתוג אישי

הסיבה שהמיתוג האישי הוא כה חשוב משום שבמציאות הכלכלית של ימינו אנו משולמים ע"י הבאת ערך לכלכלה.

כיום על מנת לשווק ברשת אתם חייבים ליצור מיתוג אישי עבורכם, למתג עצמכם כמובילי נישה בתחום שלכם. ולא צריך לשקר או להגזים, האמת טובה מספיק!
המקום בו יצירת מיתוג אישי נכנס לתמונה הוא במקום בו אתם מושכים לקוחות אליכם. חישבו על זה כך לדוגמא: רשת האופנה שאתם אוהבים לרכוש בה בגדים, אתם רוכשים את הפריטים משום שהם מותג (כמובן מעבר לעובדת היותם נוחים עבורכם, מחמיאים וכו') ובפעם הבאה שתרצו לרכוש בגד עבורכם אתם תלכו לאותו מותג אופנה משום שאתם זוכרים ששם מצאתם את כל המענה לצרכים שלכם. וכאן אתם מתחילים לעקוב אחרי פרסונה מסויימת ורוכשים ממנה עוד ועוד רק משום ש היא עונה על הצרכים שלכם.





שיווק עצמי מהו?

בדיוק כפי שאתם לוקחים את שמכם לכל מקום כך עליכם לקחת גם את ההיסטוריה שלכם. שיווק עצמי הוא הדרך שלכם ל"מכור" את עצמכם בעיני הסביבה. הרי ידוע שאנו מוכרים עצמנו כל הזמן ולכולם.

בכיתה, בסופר מרקט, במקום העבודה ואפילו לבן/בת הזוג. שיווק עצמי במיטבו נעשה תוך כדי שיחה קולחת ונעימה בה אתם שוזרים פניני מידע או פניני רהב בשיחתכם.

שיווק עצמי מציג ומתייג אתכם כמומחים בתחומכם ואז אנשים מעוניינים לשמוע מה יש לכם לומר ולהיעזר בכם כנותני שירות ולרכוש מכם מוצרים משום שאתם מביני עניין ומקצוענים

"We need a Hero"

מהם פניני רהב?

פניני רהב אלו פיסות מידע המספרות דברים אישיים או מקצועיים עליכם, כגון: מדוע אתם עוסקים במקצוע הנוכחי שלכם, איך הגעתם אליו ואיך אתם תורמים לו והוא לכם?

על מנת לגלות את עצמכם מחדש עליכם לענות על 12 שאלות מפתח אשר יסדרו לכם את ילקוט הרהב שלכם והם:

1. מה הם לדעתך ולעת מכריך 5 הדברים החיוביים באישיותך?
2. מה הם 10 הדברים המעניינים ביותר שעשית או שקרו לך?
3. מה אתה עושה למחייתך, וכיצד הגעת לתחום שבו אתה עוסק בו?
4. מה גורם לך לאהוב להיות מרוצה מהעבודה- קריירה הנוכחית שלך?
5. כיצד העבודה, קריירה הנוכחית מנצלת את כישוריך ויכולותיך, ועל אילו מיזמים אתה עובד כרגע שניתן להציג לראווה?
6. באילו הישגים בקריירה שלך אתה הכי גאה ?
7. אילו מיומנויות חדשות רכשת לאחרונה?
8. אילו מכשולים עברת כדי להגיע למקום שאתה נמצא בו היום, מבחינה מקצועית ואישית, ואיזה לקח חשוב למדת מהשגיאות שעשית?
9. אילו הכשרות/לימודים השלמת ומה הרווחת מהניסיון הזה?
10. אל אילו ארגונים מקצועיים אתה קשור וכיצד?
11. כיצד אתה מבלה את זמנך הפנוי. כגון תחביבים, תחומי עניין וכו'.
12. באילו דרכים אתה משפיע על חייהם של אנשים אחרים?



כל אלו נותנים לנו את היכולת לשדר לקהל היעד שלנו את הפרסונה המקצועית שלנו כמובילי תחום. קהל היעד שלנו יחפש אותנו ברשת משום שאנו אלו אשר

➤ **מדברים בשפה שלו**

➤ **משדרים מקצועיות**

➤ **וחייבים להיות אמינים**

בגלל שהאינטרנט שופע בכל מיני "יודעי דבר" המילה שלנו חייבת להיות יציבה ואמיתית ועוד לאור העובדה שאנו חשופים בפני אנשים אשר מפלס ה"מאמין" שלהם נמוך משום שכמונו ישנם עוד כמה ברשת ואנו חייבים לבדל את עצמינו מהשאר, ואנו נעשה זאת ע"י שימוש בנכס המרכזי שלנו אשר הוא יהפוך למיתוג האישי שלנו



סקירת פרסום בגוגל אדוורדס:

מערכת הפרסום ב GOOGLE ADWORDS מאפשרת למפרסם שני סוגים
עיקריים של פרסום,

הם מבוססים על השאלות (מילות החיפוש) של הגולש, כל פעם שהגולש מקליד שאלה המכילה מילת או ביטוי חיפוש, גוגל מבצעת מכרז בין כל המפרסמים שמילת/ביטוי החיפוש הזו רלוונטית למודעות שלהם.

רק לאחר מכן היא מחליטה, בהתאם לקריטריונים שגוגל קבעה, מי המודעות אשר יופיעו ובאילו מיקומים הן יופיעו. סוג אחד של פרסום בגוגל הוא המודעות המופיעות בתוצאות החיפוש, - מודעות ממומנות (PPC) המודעות הללו יופיעו מעל לתוצאות החיפוש הרגילות (=האורגניות) בתוך רקע ורוד (עד 3 מודעות) ומשמאל (במידה והחיפוש בוצע בעברית, באנגלית זה שונה) לתוצאות החיפוש (עד 8 מודעות):



כ-63,900 תוצאות (0.40 שניות)

מודעה ממומנת PPC

- www.suncar.co.il/
 suncar ת"א נתניה וחיפה
 השכרת רכב לכל זמן ומטרה, לחץ לפרטים
- אביטל השכרת רכב**
 www.avital.co.il/03-5794077
 03-579-4077
 השכרת רכב פרטי ומסחרי בישראל...
 מחירים נוחים, ללא חיוב בשבתות וחגים!
- השכרת רכב זול בארץ**
 www.findhotel.co.il/בישראל/רכב_השכרת_רכב
 מחפש רכב בישראל? אישור מידי,
 זמינות מלאה והמחירים הטובים בישראל
- רכב להשכרה בזול**
 www.calauto.co.il/
 *6020
 מבצע - השכרת רכב רק 99 ש"ח ליום!
 כנסו לקל אוטו וסעו לשלום
- השכרת רכב אלבר**
 www.albar.co.il/
 מגוון רכבים להשכרה לעסקים ולפרטיים
 במחירים אטרקטיביים במיוחד! לפרטים..
- השכרת רכב בזול**

מודעות הקשורות להשכרת רכב בזול

השכרת רכב עסקי לטווח ארוך - yerent.com
 www.yerent.com/
 שירות אישי להשכרת רכב לעסקים קטנים מחיר משתלם החל מ+1900 מע"מ, היכנסו!

השכרת רכב בחו"ל - rentalcars.com
 www.rentalcars.com/
 הזמן און ליין רכב לחופש בחו"ל הזמן און ליין או בטלפון חינם
 rentalcars.com יש 2,397 עוקבים ב-Google+

השכרת רכב בזול - best-car.co.il
 www.best-car.co.il/
 072-322-6123
 השכרת רכבים להשכרה לכל מטרה התקשרו עכשיו לקבלת הצעת מחיר!

קל אוטו - השכרת רכב בקלות, החל מ-99 שח בלבד!
 www.calauto.co.il/content.php?id=14
 מחלקת השכרת הרכב של קל אוטו מעמידה לרשותך צי רכב חדיש ומגוון, השכרת רכב לאנשים ... קל אוטו עוזרת לכם להשיג את המחיר הזול ביותר להשכרת רכב בחופשה הבאה שלכם.

קל אוטו במבצע שכדאי לשכור! 75 שח בלבד להשכרת רכב ידני קטן, 100 ק"מ ליום ...
 www.wallashops.co.il/GroupDeal/gdp.aspx?pi=4WV4WV4ODtreno85
 75 שח בלבד להשכרת רכב ידני קטן, 100 ק"מ ליום. ... עיקר עיסוקה מכירת רכב חדש ויד ראשונה, טרייד אין, ליסינג תפעולי ומימוני והשכרת רכב לעסקים ולאנשים ... השכרת רכב זה עסק זול.

השכרת רכב - שלמה Sixt - עד 15% הנחה
 www.shlomo.co.il/
 השכרת רכב שלמה Sixt - חברת ליסינג, מכירת רכב / השכרת רכבים בחו"ל, בישראל עם סניפים רגועים (חל אריר ירושלים אילת וטוד) וטח אפשרות הניית רכב מליסינג רחוק התקופה

מחקר חדש קובע שלא המיקומים הגבוהים הם אלו שבהכרח טובים יותר, מסיבה פסיכולוגית – אנשים יודעים שהמודעות הללו עולות כסף והם חושבים שמי שנמצא למעלה "קנה" את מקומו בכסף רב יותר. מזה שמתחתיו.

הגורמים המשפיעים על ההחלטה של גוגל לגבי עצם ההופעה בדף הראשון ולגבי מיקום המודעה בדף, הם כמה מוכן המפרסם לשלם עבור ההופעה וציון האיכות של אותה מילת מפתח במסע הפרסום בגוגל הספציפי, המודעות המופיעות במנוע החיפוש של גוגל הן מודעות מסוג מודעת טקסט.



יחד עם זאת גוגל מאפשר לנו לבצע פרסום למס'
מודעות שונות
-פרסום מודעת טקסט
-פרסום מודעת תמונה
--פרסום מודעת וידאו

A close-up photograph of a person's hand holding a small white rectangular card. The card features the Google logo in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, green, blue) above the word 'AdWords' in a simple, grey, sans-serif font. The background is a plain, light-colored wall.

Google
AdWords

-פרסום מודעת תמונה

תשומת הלב של גולש ממוצע נמדדת בשניות ספורות בלבד, ולכן תמונה יכולה לתפוס את תשומת ליבו המיידית ובכך בעצם להשאיר אותו אצלנו לעוד זמן מה. כאשר התמונה מדברת ומעבירה את המסר הנכון ללקוח הוא יקבל את השדר שאתם מעוניינים להעביר ויגיב בהתאם.

מודעת תמונות תקפת וניתנת רק ברשת המדיה של גוגל.
הרשת האינטרנטית מכילה אלפי אתרים ויישומים, עיתוני און ליין, בלוגים ואתרים של Google, כגון Blogger,



כאשר אתם מפרסמים מודעת תמונה – גוגל בוחרת היכן למקם את המודעה שלכם בהתאם לרלוונטיות שלה מול תחומי העניין של לקוח הקצה.

כך למשל, אם אתם מתעניינים בהשקעות מט"ח – המודעה שתוצג לכם כאשר תגלשו באתרים שונים ברשת – תהיה של עסק אשר מוכר אפשרויות מט"ח



רשת האתרים שבהן יופיעו המודעות נקראת "רשת המדיה(התוכן) של גוגל" (צריך להגדיר במסע הפרסום עצמו) המודעות ברשת התוכן יכולות להיות מסוג טקסט(כמו במנוע החיפוש), מסוג מודעת תמונה ומסוג מודעת וידאו. שתי המערכות הנ"ל פועלות גם על מכשירי טלפון "חכמים".



איך גוגל יודע לעשות זאת ?
תשאירו את העבודה הזו לגוגל, אבל ניתן לומר שידוע שהוא עובד על מס' פרמטרים
אשר גורמים לו לעשות את העבודה עבורכם.
לכל מחשב ישנה "תעודת זהות" שנקראת כתובת IP
גוגל מזהה את הכתובת IP שלכם ובעצם מתאים עבורכם את העניין
שאתם הגדרתם בכתוב ובלא כתוב כרלוונטי עבורכם



מה זאת אומרת **שאתם הגדרתם בכתוב ובלא כתוב כרלוונטי עבורכם**

התפקיד של גוגל הוא לאסוף מידע עליכם על מנת לתת לכם את החוויה הטובה ביותר לשימוש ברשת האינטרנט.

יחד עם זאת במידע הזה גוגל עושה שימוש ונותן לגופים אחרים להשתמש בו על מנת להציע לכם שירותים שאולי תתעניינו בהם.
גוגל לא מוכר את המידע הזה אבל נותן לגופים לעשות בו שימוש.

מדובר בחווית שימוש גאונית - כן, יש כאן איזו שהיא חדירה לפרטיות והגבול הוא דק - אבל בסופו של יום אתם מקבלים הכול בלחיצת כפתור אחת, הכול סובב אתכם



פרסום מודעת וידאו

מודעת ADWORDS לוידאו נותנת לנו את האפשרות להציג סרטון ללקוחות שלנו ובעצם להסביר להם על התועלת של המוצר שלנו.

אם תמונה אחת שווה אלף מילים... כמה שווה וידאו ?

מדובר כאן בכלי לניהול מסעות פרסום שנועד לעזור לך לבנות קמפיין פרסומי בוידאו ולקבל מידע פרטני על הקמפיין, מבחינת מי צפה במודעות, מתי, וכך אתם יכולים לחדד את הקמפיין ולהגיע לתוצאות טובות יותר.



צור מסע פרסום חדש לווידאו

כללי

שם מסע הפרסום

תקציב ליום (פורמט: 100.00)

התקציב היומי מייצג את ההוצאה הממוצעת שלך במהלך החודש. ההוצאה בפועל ביום נתון עשויה להיות שונה.

שיטת הצגה (מתקדם)

כל מסעות הפרסום המקוונים

כל מסעות הפרסום לווידאו

[מסע פרסום חדש לווידאו](#)

ספריה משותפת

חשבונות YouTube מקושרים
 רשימות שיווק מחדש של סרטונים

עזרה

תחילת העבודה
 Why link YouTube accounts

שם מסע הפרסום

תקציב הפרסום ליום

שיטת הצגה (מתקדם) +

מיקומים ושפות

מיקומים ? באילו מיקומים גיאוגרפיים תרצה להציג את המודעות שלך?

כל הארצות והטריטוריות

ישראל

תנו לי לבחור...

חיפוש מתקדם

הזן מיקום למיקוד או לאי הכללה.

לדוגמה, ארץ, עיר, אזור או מיקוד דואר.

שפות ? איזו שפה הלקוחות שלך דוברים?

עברית ערוך

אזורי תצוגת המודעה


מדינה-
עיר מסויימת או ערים

באילו שפות הלקוחות שלכם מדברים ?



אין לך סרטון? ספר לנו מדוע כדי שנוכל לעזור.

הזן את הכותרת או את כתובת האתר של סרטון YouTube שאתה רוצה לפרסם



תוכל למצוא את כתובת האתר של הסרטון בסרגל הכתובות של דפדפן האינטרנט שלך. כותרת הסרטון מופיעה מתחת לסרטון.

סרטון

רשמו את כתובת הסרטון URL - WWW.YOURSITE

הגדרות מתקדמות

+ תזמן: תאריך התחלה, תאריך סיום, תזמון מודעה

+ הצגת מודעות: מכסת תדירות

+ מיקוד למכשירים

גם כאן עומדת לצידנו האפשרות לקבוע את תזמון המודעה

כמה פעמים אנו רוצים שהיא תוצג

ובאילו מכשירים אנו רוצים שהיא תוצג



הגדרות מתקדמות

תזמון: תאריך התחלה, תאריך סיום, תזמון מודעה

25 בפבר 2014

תאריך התחלה

ללא

תאריך סיום

תזמון מודעה ? הצג מודעות בכל הימים ובכל השעות ערוך

כאן נרשום את תאריך התחלת הקמפיין ובמידה ונרצה לתחום אותו בזמנים נציין זאת בתאריך הסיום



תזמון הצגת מודעות

ערוך ימים ושעות למטה. כשתסיים להגדיר את לוח הזמנים לחץ על "שמור". כדי להגיש הצעות מחיר גבוהות או נמוכות יותר במהלך פרקי זמן מסוימים, עבור למצב 'התאמת הצעות מחיר' (תמיד תוכל לחזור חזרה).

מצב: בסיסי | התאמה של הצעת מחיר ? שעות: 12 שעות | 24 שעות

אפס לכל הימים והשעות

יום	פרק זמן	חצות	4:00 בבוקר	8:00 בבוקר	צהריים	4:00 אחר הצהריים	8:00 בערב
שני	פעולות כל היום						
שלישי	פעולות כל היום						
רביעי	פעולות כל היום						
חמישי	פעולות כל היום						
שישי	פעולות כל היום						
שבת	פעולות כל היום						
ראשון	פעולות כל היום						

ירושלים (GMT+02:00)

ביטול

שמור

תזמון המודעות שלנו – כאן אנו נציין שעות פעילות הקמפיין.

הסיבה שנרשום שעות שונות לתצוגת הקמפיין היא משום שהלקוחות שלנו
-יש להם זמן מסויים בו הם נמצאים מול מחשב
-ישנים בלילות

-אם אנו מפרסמים בחו"ל – כדאי לבדוק את השעון אצלהם ולפרסם להם בשעות הערות
-ישנם אנשים אשר בשעות העבודה גולשים באינטרנט ואנו נרצה להיות שם



אופטימיזציה לצפיות: הצג מודעות הצפיות להניב צפיות נוספות

סבב מודעות ?

בצע אופטימיזציה לקבלת יותר המרות: הצג מודעות שצפיות להניב יותר המרות

ערוך רוטציה שווה: החלף בין המודעות באופן שוויוני יותר עבור כל פורמט TrueView פעיל (בזרם, בחיפוש ובתצוגה)

אין מכסה להופעות

מכסת תדירות ?

הגבל מסע פרסום זה ל- הופעות ליום עבור כל משתמש ייחודי

רשת המדיה וסרטוני

YouTube בלבד

מיקוד למכשירים

בטל את מסע הפרסום החדש

שמור והמשך

גם כאן גוגל נותן לנו את האפשרות לבחור אילו קליקים אנו רוצים לקבל, ולכן ישנן 3 אפשרויות

1. הצג מודעות שעשויות להניב צפיות גדולות יותר - קשור למילות החיפוש והמיקוד שבחרנו

2. אופטימיזציה לקבלת המרות גבוהה יותר – המרה היא הפעולה שאנו בחרנו בה שתחשב להמרה. לדוגמא: רכישה, רישום לאתר או כל דבר אחר.

3. רוטציה שווה בין 2 האפשרויות הראשונות על מנת ליצור איזון ובדיקה של הערוץ שממיר יותר תוצאות.

חשוב להבין שגוגל ממקם אתכם לפי מס' פרמטרים

1. התקציב שלכם BID

2. מילות החיפוש שאתם מבקשים להופיע שם

3. הרלוונטיות של המילים שלכם לעומת מילות החיפוש

4. **כמה אנשים** חיפשו אתכם במילת החיפוש **כמה פעמים** הופעתם **וכמה אנשים** נכנסו למודעה

כל הפרמטרים האלו שווים לדבר אחד בלבד

מה אתם שווים בעיני הסביבה הוירטואלית



התקציב שלכם BID

BID כמה כסף אתם מעוניינים לשלם כל יום ועל כל לחיצה שמישהו לוחץ על המודעה שלכם, ז"א כאן אתם מבינים כמה כסף אתם מוציאים על הקמפיין הפרסומי שלכם



מילות החיפוש שאתם מבקשים להופיע שם

מילת החיפוש היא הדרך של מנוע החיפוש גוגל לתת לכם את מבוקשכם.
אתם מעוניינים להיות במקומות הראשונים של הנישה שלכם.
ולכן אתם צריכים לרשום מילות חיפוש רלוונטיות **שהלקוח מחפש**

GOOGLE מאפשר לנו לרשום מילות חיפוש ב 3


אופנים:

1. כללי

2. "מדוייק"

3. שלילי –





מילת חיפוש כללית – מילה אשר מתארת מונח רחב.
לדוגמא: במידה ויש לכם עסק למכירת מוצרי מזון.
מילת חיפוש שאתם מעוניינים בה מבחינת מינוח רחב היא : רשתות מזון

מילת חיפוש מדוייקת – מיועדת לאנשים שיודעים מה הם מחפשים 😊
למשל: במידה ויש לכם חנות תכשיטים.
מילת חיפוש מדוייקת תהיה " טבעת יהלום K14 " - ה bid

למילה הזו יכול להיות גבוה יותר משום שאם אדם רושם את המשפט הזה סביר להניח שהוא לקוח שמעוניין לרכוש, ולנו כבעלי עסקים שווה להשקיע בו משום שאנו יכולים למקם מודעה שונה ודף נחיתה שונה רק עבור המילה הזו – דף נחיתה שידבר מכירות ועכשיו

מילת חיפוש שלילית – איזו מילה אנו לא מעוניינים להופיע בה.
לדוגמא: במידה ואתם בעלי מועדון ריקודים.
המילה מועדון חשפנות לא רלוונטית עבורכם משום שזה לא קהל היעד שאתם מחפשים!
ולכן המילה הזו תופיע בשילוב הסימן מינוס -

המודעות וידאו יוצגו בערוץ UTUBE וברשת המדיה של גוגל.
שוב לפי הרלוונטיות של המודעה.
בנוסף, אתם מגדירים מי אתם מעוניינים שיצפה במודעה לפי מילות
חיפוש לקמפיין.
השתמשו בפורמט ש tube יכול לקרוא.
במידה ויש לכם סרטון שהוא בפורמט ש tube לא יכול לקרוא, השתמשו
בתוכנות לשינוי פורמט הוידאו – קישור למס' תוכנות מופיעות בחוברת
המצורפת לקורס

The image features the YouTube logo in the center, with the word 'You' in black and 'Tube' in white on a red rounded rectangle. Several US dollar bills are shown falling around the logo, symbolizing revenue or advertising. The bills are in various orientations and positions, some partially overlapping the logo.

YouTube

איך בונים קמפיין פרסומי בגוגל

ראשית צריך לפתוח חשבון ברשת הפרסום של גוגל
בכתובת <http://adwords.google.com>



סך משוער של המרות	תוויות	המרות לאחר צפייה	שיעור המרות (אחת לכל קליק)	מחיר / המרה (אחת לכל קליק)	המרות (1 לכל קליק)	מיקום ממוצע	מחיר	מחיר ממוצע לקליק	הקלקות אחוז	הופעות	קליקים	סטטוס	תקציב	סוג משנה של מסע פרסום	סוג מסע פרסום	מסע פרסום		
-------------------	--------	------------------	----------------------------	----------------------------	--------------------	-------------	------	------------------	-------------	--------	--------	-------	-------	-----------------------	---------------	-----------	--	--

אין לך מסעות פרסום מופעלים או מושהים. לחץ על '+' מסע פרסום' למעלה כדי ליצור אחד.

0		0	0.00%	₪ 0.00	0	0.0	₪ 0.00	₪ 0.00	0.00%	0	0							סה"כ - כל מסעות הפרסום מלבד אלו שנמחקו
0		0	0.00%	₪ 0.00	0	0.0	₪ 0.00	₪ 0.00	0.00%	0	0							סה"כ - רשת החיפוש
0		0	0.00%	₪ 0.00	0	0.0	₪ 0.00	₪ 0.00	0.00%	0	0							סך הכל - רשת המדיה
0		0	0.00%	₪ 0.00	0	0.0	₪ 0.00	₪ 0.00	0.00%	0	0			₪ 0.00 ליום				סה"כ - כל מסעות הפרסום

דף הקמת הקמפיין – ניתן לראות מס' פרמטרים בדף הפתיח. כל עמודה תיתן לנו את האפשרות לצפות בתוצאות שלנו ולמקסם אותם בהתאם לאפיק ומטרת הפרסום אשר בחרנו מראש !

מסעות פרסום

קבוצות מודעות הגדרות מודעות מילות מפתח קהלים תוספי מודעות מימדים רשת המדיה

חפש

בכל מסעות הפרסום מלבד אלו שנמחקו

עמודות סנן חלוקה

יומי ללא לעומת קליקים

כל עמודה כאן שולטת לנו על קטע נוסף בקמפיין הפרסומי שלנו בגוגל.

1. מסעות פרסום – יתנו לנו את כל שמות מסעות הפרסום אשר הקמנו
2. קבוצת מודעות אשר קיימת בכל מסע פרסום שהקמנו (רזולוציה ממוקדת יותר)
3. הגדרות – איך, איפה, באילו שעות ובאילו מכשירים אנו רוצים שהמודעות שלנו יוצגו
4. מודעות – איך נראות המודעות שלנו – מבחינה כוללת, מילים, תמונות וכו'
5. מילות מפתח – באילו מילים גוגל יציג את המודעה שלנו
6. קהלים – כאן ניצור מודעת RE MARKETING

יום שלישי, 18 בפברואר 2014

יום שני, 24 בפברואר 2014

תוויות

אוטומטי

אסטרטגיית הצעת מחיר

פרטים

ערוך

מילות מפתח +

תוויות	המרות לאחר צפייה	שיעור המרות (אחת לכל קליק)	מחיר / המרה (אחת לכל קליק)	המרות (1 לכל קליק)	מיקום ממוצע	מחיר	מחיר ממוצע לקליק	אחוז הקלקות	הופעות	קליקים	מחיר מקסימלי לקליק	סטטוס	קבוצת מודעות	סוג משנה של מסע פרסום	סוג מסע פרסום	מסע פרסום	מילות מפתח		
--------	------------------	----------------------------	----------------------------	--------------------	-------------	------	------------------	-------------	--------	--------	--------------------	-------	--------------	-----------------------	---------------	-----------	------------	--	--

אין לך מילות מפתח. לחץ על '+' מילות מפתח' למעלה כדי ליצור מילות מפתח.

כאשר רוצים להוסיף מילות מפתח – צריכים שיתקיימו מס' גורמים:

1. שיהיה מסע פרסום פעיל
2. מודעות מוכנות מבחינת מלל נכון, תמונות רלוונטיות וכמובן URL שגוגל יפנה אליו

אז לוחצים על הכפתור האדום + מילות מפתח ומתחילים להוסיף מילים רלוונטיות לעסק שלנו

GOOGLE מאפשר לנו להשתמש בכלי מילות המפתח בו אנו יכולים לקבל רעיונות שונים לקמפיין שלנו. הוא בעצם מציע לנו את האפשרות לדעת מה הלקוחות חושבים כדי שנרשום את המילה הנכונה.

ככל שנחשוב בצורה רחבה יותר על הקמפיין שלנו – כך הוא יהיה נכון יותר וממוקד יותר – התוצאה הסופית היא שנקבל המרות רווחיות, ממוקדות וזולות באופן יחסי.



דרך העבודה הזו תקפה לכל סוג מודעה של גוגל
אז מה צריך לעשות כאשר מעוניינים להקים קמפיין ?

1. לתכנן את הקמפיין ממעוף הציפור
2. להקים דף נחיתה / אתר (נפנה לחלק ספציפי באתר עצמו)
3. לבנות מודעות פרסום עם כל המידע שלמדנו עד כה



GOOGLE ADSENSE להרוויח כסף מהמתחרים שלך - סוג נוסף של פרסום בגוגל מבוסס
על כך שגוגל מאפשר לך כבעל אתר להציג באתרים שלך מודעות של מתחרים אשר
רלוונטיות למילות החיפוש שהגולש ביצע.
ז"א, אם לדוגמא יש לך חנות למכירת מוצרי בנין ויש לך אתר בנושא, גוגל מאפשר לך להציג
מודעות של מתחרים אשר יש להם חנויות בנין גם כן.
כך אתה מרוויח גם מאלו שלא רכשו אצלך והעדיפו לרכוש מהמתחרה שלך.
גוגל בעצם נותן לך עמלה על ההקלקה שביצע הגולש על המודעה של המתחרה – זה נקרא
PAY PER CLICK - PPC



שנכנס לאתר שלך גם אם זה בטעות. GOOGLE REMARKETING האפשרות שלך לבצע מעקב מפולח ומדייק אחרי כל גולש



RE MARKETING מאפשר לך לשתול קוד מעקב בתוך
הדפדפן של הגולש וכך כאשר הוא נכנס לכל אתר
שהוא – המודעה שלך תופיע מול עיניו.

POWERS.

כך תמיד המפרסם נשאר בטווח החשיפה והמודעות של הלקוח – וגם אם הוא רוצה לבצע רכישה מהמתחרה... אתם עדיין תהיו שם כדי להזכיר לו עד כמה "אתם חזקים" ברשת ובנוכחות שלכם. הרי אם אתה לא שם... אתה לא קיים



על מנת להיות חזקים בגוגל ובמודעות הפרסום שלכם
אתם חייבים לחשוב בצורת גרילה, כמו הלקוח שלכם
מה שאתם חושבים על המוצר שלכם חייב להיות מגובה במציאות
האמיתית של מה הלקוח חשוב על המוצר שלכם

ולכן קמפיין טוב אשר מקיף את הדרך פעולה הזו הוא קמפיין
שיצליח למשוך תנועה איכותית ורווחים.



נתראה בשיעור הבא