



**MOTOCMS**  
beautiful websites made easy



# ИНСТРУКЦИЯ ПО ЗАПУСКУ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В **GOOGLE ADWORDS**



## ВСТУПЛЕНИЕ



Продвигая свой онлайн-бизнес, вы рано или поздно начнете с Google. Несмотря на то, что компания — абсолютный лидер на рынке информационных услуг, Google сотрудничает не только с крупными компаниями. Начинающие предприниматели тоже могут успешно развивать свой бизнес с помощью Google.

В этой книге вы узнаете, почему инструменты от Google идеально подходят для запуска первой кампании по продвижению вашего бизнеса. Благодаря этому руководству вы сможете быстро понять, как устроена платформа Google Adwords. Вам не придется тратить много времени на обучение — весь материал изложен кратко и доступно.

Что ж, давайте сперва определим, готов ли ваш бизнес к продвижению с помощью инструментов Google.

# СОДЕРЖАНИЕ

## 1 ГОТОВИМСЯ К ПРОДВИЖЕНИЮ С GOOGLE

- 01 Адаптируем свой сайт под требования Google
- 02 Google Analytics: определяем маркетинговые цели
- 03 Учимся на чужих ошибках: анализируем конкурентов
- 04 Бренд или продукт: определяем свою цель
- 05 Оцениваем бюджет и расходы

## 2 ПЕРВАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ В GOOGLE ADWORDS

- 01 Регистрация и активация аккаунта
- 02 Связываем аккаунты в Google Adwords и Google Analytics
- 03 Виды кампаний: поисковая, контекстно-медийная, видео

## 3 РЕМАРКЕТИНГ И ОТСЛЕЖИВАНИЕ КОНВЕРСИИ

## 4 АНАЛИЗИРУЕМ ДАННЫЕ С GOOGLE ANALYTICS



# АДАПТИРУЕМ СВОЙ САЙТ ПОД ТРЕБОВАНИЯ GOOGLE

Существует список действий, которые вы должны предпринять, прежде чем начать продвижение своего онлайн-бизнеса с помощью Google. Так или иначе, эта компания является одной из главных в мире современных технологий, и с установленными ею правилами придется считаться. В конце концов, прибыль от этого получит не Google, а ваш бизнес.

## Почему Google Adwords — лучший в своем роде инструмент

Если вы хотите, чтобы ваш бизнес процветал, рано или поздно вам придется научиться работать с Google AdWords. Иначе ваша компания просто не выживет среди конкурентов. Вы должны быть на одном уровне с теми, кто уже работает с Google и пытается рассказать о своем бизнесе всему миру.

Сколько людей используют Google? Статистика впечатляет. Каждую секунду система обрабатывает порядка 40000 поисковых запросов в секунду. За сутки количество поисковых запросов может достигать 3,5 миллиона. Вы сможете рекламировать свой бизнес в поисковых сетях, e-mail сервисах, YouTube или других сервисах Google.

## Поисковая оптимизация

SEO — главный участник игры, именуемой бизнесом. Хорошая поисковая оптимизация всегда позитивно сказывается на любом бизнесе. Оптимизируя контент на сайте, вы делаете важный шаг к началу

первой рекламной кампании в Google AdWords. Ведь, освоив основные принципы SEO, гораздо проще создать и запустить рекламу онлайн.

Оптимизация сайта — это уже половина пути к продаже объявлений с Google. По сути, при работе с AdWords вы будете сталкиваться с теми же инструментами. Думаю, не стоит и говорить, что если ваш бренд будет узнаваем, бизнес начнет стремительно развиваться.

## Мобильный подход

Пользователи со всего мира заходят в интернет с мобильных устройств, потому что это удобно. Более того, Google отдает предпочтение сайтам, адаптированным под мобильные устройства. Адаптивный дизайн — это не роскошь, а необходимость, если вы хотите выйти в ТОП поисковой выдачи и провести эффективную рекламную кампанию.

Рекомендуем вам ознакомиться с проектом AMP и создать [AMP-версию сайта](#), особенно если вы — владелец крупного онлайн-бизнеса и многостраничного веб-ресурса. Ускоренные мобильные страницы (Accelerated Mobile Pages) — это open-source проект от Google, созданный для ускорения ваших сайтов.

## Всегда в курсе

Сотрудничая с Google, вы должны быть в курсе последних событий в мире современных технологий. Время от времени компания может вносить изменения в поисковые алгоритмы или обновлять инструменты. Поэтому вы должны всегда следить за последними трендами и новинками. Google AdWords вам в этом поможет.



## GOOGLE ANALYTICS: ОПРЕДЕЛЯЕМ МАРКЕТИНГОВЫЕ ЦЕЛИ

Любая рекламная кампания не обходится без предварительного анализа, который определяет дальнейшее развитие бизнеса. Вся информация, собранная в ходе анализа, пригодится вам при работе с Google AdWords.

Основная “фишка” Google Analytics в том, что эта платформа помогает определить маркетинговые цели. В процессе работы вы начинаете лучше понимать поведение своих клиентов и определяете, в каком направлении вам стоит двигаться.

Начать работу с Analytics можно следующим образом:

- [Зарегистрируйтесь в Google Analytics](#) или войдите в систему с помощью существующего аккаунта;
- Добавьте код отслеживания на сайт, чтобы Google Analytics начал работу с информацией;
- Определите свои бизнес-цели.

### Почему Analytics?

Перед началом работы с Google AdWords вам нужно активировать аккаунт в Google Analytics. Эти две платформы тесно связаны между собой. Вся ваша статистика из Google Adwords будет отображаться в Google Analytics, если вы свяжете эти два аккаунта между собой.

Если у вас уже есть аккаунт Google, все, что от вас требуется — ввести логин и пароль. Первый раздел, на который нужно обратить внимание — Администратор. Здесь вы сможете работать с основными настройками Analytics.

### Отслеживание информации

В первую очередь вы должны разрешить Analytics отслеживать информацию с вашего сайта. Для этого перейдите в раздел

Администратор и выберите нужную учетную запись. Затем в колонке Ресурс выберите нужный ресурс, после чего нажмите Информация отслеживания > Код отслеживания.

Этот код вы должны скопировать и вставить на свой сайт. Помните, что код нужно добавить на каждую страницу, чтобы получить полный отчет.

## Устанавливаем цели

Устанавливая цели в [Google Analytics](#), вы можете попытаться предугадать поведение ваших клиентов и увеличить показатели конверсии. Все цели делятся на 5 типов:

- **Целевая страница** — цель касается определенной страницы вашего сайта;
- **Продолжительность** — предположите, сколько времени будет проводить пользователь на той или иной странице сайта;
- **Страниц/экранов за посещение** — [определенное действие](#), выполняемое пользователями на вашем сайте;
- **Умная цель** — [автоматически сформированная цель](#), основанная на полученных ранее данных (рекомендовано для опытных пользователей).

Для создания цели нажмите на вкладку Цели в столбце Представление. Вы можете задать имя цели, ее тип и другие параметры.

## УЧИМСЯ НА ЧУЖИХ ОШИБКАХ: АНАЛИЗИРУЕМ КОНКУРЕНТОВ

Успешность вашего бизнеса напрямую зависит от текущих трендов в той или иной сфере. Чтобы отслеживать все тенденции, вам не нужно тратить все свободное время на чтение бестселлеров и блогов о маркетинге. Достаточно просто проанализировать сайты конкурентов.

Анализируя опыт конкурентов, вы улучшаете свой бизнес. Перед запуском кампании по продвижению своего бизнеса настоятельно рекомендуем вам узнать больше о конкурентах.



**Цены и скидки.** Определите оптимальную цену для своих товаров/услуг, проанализировав расценки конкурентов. Обращайте внимание не только на среднюю стоимость продуктов, но и на специальные предложения для клиентов: распродажи, скидки и т.д..

**Словарь ключевых слов.** Хотите верьте, хотите нет, но при работе с клиентами важно каждое слово. Поэтому вам стоит изучить контент на сайтах конкурентов. Во-первых, это поможет вам подобрать правильные ключевые слова для SEO-оптимизации. Во-вторых, вы узнаете, что интересно клиентам, какие слова побуждают их к определенным действиям, а какие лучше не употреблять.

**Источники продвижения.** Лучший способ заявить о себе в интернете — как можно чаще упоминать о своем сайте на тех веб-ресурсах, где есть информация и о ваших конкурентах. В первую очередь это касается социальных сетей и e-mail рассылок. Просмотрите страницы конкурентов в социальных сетях, проанализируйте контент, подпишитесь на новости, чтобы всегда быть в курсе событий и т.д..

Еще один важный момент — за Google-объявлениями конкурентов тоже желательно проследить. Обратите внимание на название объявления, его описание и другие элементы, которые помогут вам понять, с чем вы имеете дело.

## **БРЕНД ИЛИ ПРОДУКТ: ОПРЕДЕЛЯЕМ СВОЮ ЦЕЛЬ**

Начиная рекламную кампанию в Google AdWords, вы можете выбрать одно из двух направлений. Можно сделать акцент на распространении бренда в целом или же на продвижении конкретных товаров/услуг.

Если вы только начинаете свой путь в мире онлайн-бизнеса, лучше остановиться на продвижении конкретных продуктов. Разумеется, все зависит от того, какого результата вы хотите достичь:



**Популяризировать свой бренд.** Если вы хотите, чтобы название вашего бренда после кампании в Google AdWords стало известно всем и каждому, имейте в виду, что для нового бизнеса этот способ может не сработать. Если вы — начинающий бизнесмен, вам понадобится очень много времени и сил, чтобы достичь успеха в кампании по продвижению бренда.

Вопрос в том, достаточно ли известен ваш бренд для подобных кампаний. К примеру, если о вас уже знают в определенных регионах, и вы хотите выйти на более глобальный уровень, кампания в Google AdWords может сработать. Но если вы еще новичок, лучше сконцентрироваться на продвижении конкретных товаров и услуг. Так вы более эффективно потратите свой бюджет и ничего не потеряете.

**Популяризировать конкретные товары или услуги.** По правде говоря, этот путь более надежен, прост и эффективен. Создавая кампанию для продвижения продукта, вы получаете прибыль здесь и сейчас, а результаты кампании по продвижению бренда заставят себя долго ждать.

## ОЦЕНИВАЕМ БЮДЖЕТ И РАСХОДЫ

И наконец мы подошли к более конкретным вопросам. Как много средств вам понадобится на первое время? Как упоминалось выше, Google AdWords не требует колоссальных бюджетов для запуска кампании по продвижению.

Мы проанализировали финансовый аспект работы с AdWords и выделили основные преимущества.

**Свобода выбора.** Вы можете остановить кампанию в любой момент. С вас не будет снято дополнительных платежей, если вы измените свои планы. Оплачивать услуги вы сможете тремя способами — с помощью дебетовой и кредитной карт, или же напрямую через банк.

**Любой бюджет на ваше усмотрение.** Вы выбираете тот тариф, который вам больше нравится. Тратьте на продвижение столько, сколько считаете нужным. Если понадобится, вы сможете изменить стоимость объявления в любой момент, не останавливая рекламную кампанию.

**Вы не переплачиваете.** Кампании оплачиваются ежедневно, поэтому вы можете успешно контролировать свои расходы. Существует ежедневный лимит платежей, который поможет вам заплатить ровно столько, сколько было запланировано. Если вы выходите за рамки ежедневного бюджета, деньги со счета не будут сняты.

Поскольку платформа является онлайн-аукционом, объявления принимают участие в своеобразных “торгах”. В отличие от традиционных аукционов, система Google обрабатывает объявления, учитывая только их рейтинг.

Объявления ранжируются и отображаются в зависимости не от стоимости, а от качества и релевантности. Помните, при работе с Google “дороже” не значит “лучше”. Компания пристально следит за релевантностью и привлекательностью всех объявлений.



## Глава 2

# Первая рекламная кампания в Google AdWords

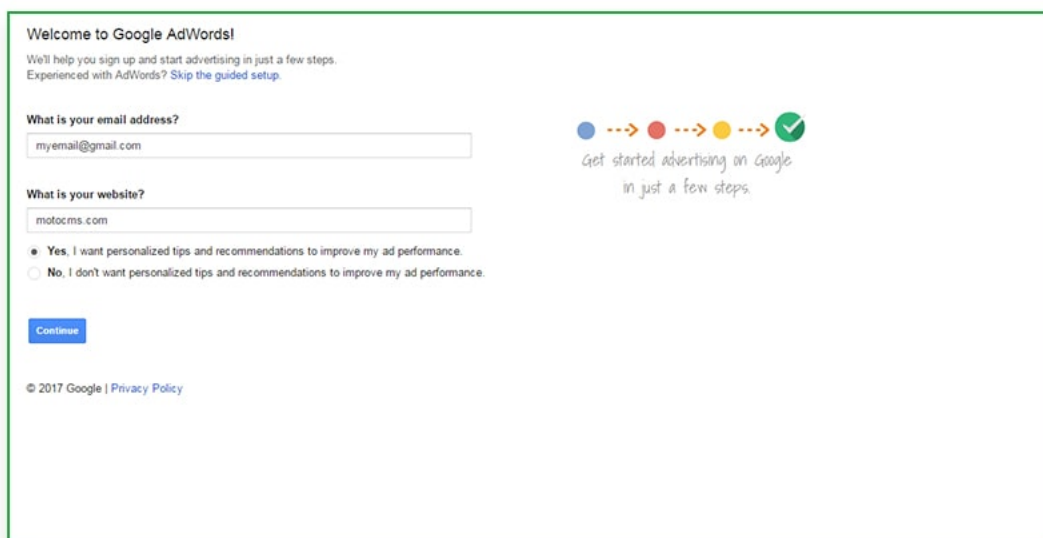
## РЕГИСТРАЦИЯ И АКТИВАЦИЯ АККАУНТА GOOGLE ADWORDS

Поскольку Google позволяет использовать один профиль для всех сервисов, вы можете использовать аккаунт в Gmail для начала работы с Google AdWords.

Если вы не уверены, что справитесь с этим самостоятельно, вы всегда можете позвонить оператору и проконсультироваться в телефонном режиме.

The screenshot shows the Google AdWords homepage. At the top, there's a navigation bar with links: Home, How it Works, Pricing, Marketing Goals, Tools, Resources, and a SIGN IN button. The main content area has a large heading "Get your ad on Google today." followed by a subheading "Be seen by customers at the very moment that they're searching on Google for the things you offer. And only pay when they click to visit your website or call." Below this is a green "START NOW" button. Further down, it says "Call to get set up by our AdWords Specialists: 1-855-233-0477". On the right side, there's a large image of a treehouse with a person standing on it. Below the image is a small advertisement for "The Tree House Brothers" with their website "treehousebrothers.com" and a phone number. Below the main content area, there's a blue section titled "BENEFITS" with the heading "Why Google AdWords?". It lists three benefits: "Attract more customers.", "Reach the right people at the right time.", and "Advertise locally or globally." Each benefit is accompanied by a short description.

Но мы собираемся разобраться со всем самостоятельно. Для того, чтобы зарегистрироваться, нажмите на кнопку Начать сейчас. Процесс регистрации крайне прост и состоит всего из нескольких шагов. Сначала вас попросят ввести свой e-mail и адрес вашего сайта, после чего вам нужно будет указать основные сведения о вашем бизнесе.



Welcome to Google AdWords!

We'll help you sign up and start advertising in just a few steps.  
 Experienced with AdWords? [Skip the guided setup.](#)

What is your email address?

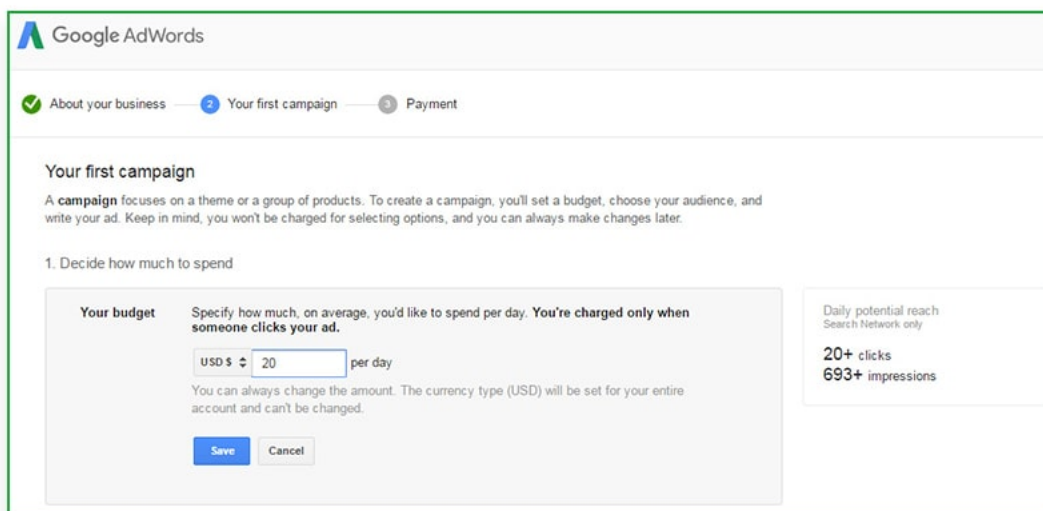
What is your website?

☒ Yes, I want personalized tips and recommendations to improve my ad performance.  
☐ No, I don't want personalized tips and recommendations to improve my ad performance.

[Continue](#)

© 2017 Google | [Privacy Policy](#)

После того, как вы предоставите Google информацию о вашем бизнесе, укажите ежедневный бюджет вашей кампании. На этой же странице будет информация о том, как эти средства могут быть потрачены в дальнейшем. Не тратьте на свою первую кампанию большие суммы денег — сначала наберитесь опыта.



Google AdWords

☒ About your business — 
 ☒ Your first campaign — 
 ☐ Payment

**Your first campaign**

A **campaign** focuses on a theme or a group of products. To create a campaign, you'll set a budget, choose your audience, and write your ad. Keep in mind, you won't be charged for selecting options, and you can always make changes later.

1. Decide how much to spend

**Your budget**

Specify how much, on average, you'd like to spend per day. **You're charged only when someone clicks your ad.**

USD \$  per day

You can always change the amount. The currency type (USD) will be set for your entire account and can't be changed.

[Save](#) [Cancel](#)

Daily potential reach  
 Search Network only

20+ clicks  
 693+ impressions



Затем выберите страны/города, в которых должны отображаться ваши объявления.

**Your first campaign**

A **campaign** focuses on a theme or a group of products. To create a campaign, you'll set a budget, choose your audience, and write your ad. Keep in mind, you won't be charged for selecting options, and you can always make changes later.

1. Decide how much to spend

Your budget: \$20.00 per day

2. Choose a target audience

**Locations**

☐ All countries and territories ☒ Let me choose...

Targeted locations	Reach (?)	Remove all
United States - country	237,000,000	Remove   Nearby

Enter a location to target or exclude.

[Advanced search](#)  
For example, a country, city, region, or postal code.

Daily potential reach  
Search Network only  
143+ clicks  
7K+ impressions

В разделе Сети вы определяете способ отображения объявлений. После настройки сетей выберите комбинации ключевых слов для кампании.

**Networks** Search Network, Display Network

**Keywords** Add around 15-20 keywords. (?)  
These are the search terms that may trigger your ad to appear next to search results.

Keyword	Search popularity (?)	
website	22,000	X
sitebuilder	49,500	X
build your own website	12,100	X
build a website	22,200	X
make website	9,900	X
build website	6,600	X
web design	450,000	X
web designer	74,000	X
web page design	33,100	X

Enter more keywords separated by commas

Daily potential reach  
Search Network only  
172+ clicks  
8K+ impressions

Третий шаг — назначение ставок. Вы можете назначить их автоматически или вручную. При автоматическом назначении Google сам предложит вам ставку соответственно вашему бюджету.

**Networks** Search Network, Display Network

**Keywords**

website builder free website free website builder create website website creator  
 create a website make your own website make a website website maker  
 best website builder website builders free website maker website builder free  
 website builder software create website free create your own website sitebuilder  
 build your own website build a website make website build website web design  
 web designer web page design

3. Set your bid

**Bid** The most you're willing to pay for a click on your ad.

☐ AdWords automatically sets your bids to help you get as many clicks as possible within your budget.

☒ I'll set my bids manually

\$ 0.5 Suggested bid amount for your budget: \$0.20

Save Cancel

Daily potential reach  
 Search Network only  
 84+ clicks  
 4K+ impressions

4. Write your ad

И, наконец, самая интересная часть — настройка объявлений. Укажите свой сайт, два заголовка и описание к объявлению. Рядом будут отображены советы по написанию объявления — не забудьте их прочесть.

4. Write your ad

**Text ad**

**Landing page**  
 http://www.motocms.com

**Headline 1**  
 MotoCMS Website Builder

**Headline 2**  
 Create Your Site without Coding

**Description**  
 2500+ Website Templates with Built-in Admin Panel for Any Industry. Try for Free

Tips for writing your ad:  
 • Use a clear call to action  
 • Include at least one keyword  
 • Capitalize the first letter of every word  
 • Include specific prices or promotions

Save Cancel

**Ad preview**

MotoCMS Website Builder - Create Your Site without Coding  
 Ad www.motocms.com

2500+ Website Templates with Built-in Admin Panel for Any Industry. Try for Free

Daily potential reach  
 Search Network only  
 84+ clicks  
 4K+ impressions

Нажмите на кнопку Сохранить, и ваше первое объявление готово. Не забудьте внимательно просмотреть его и убедиться, что все в порядке.



best website builder   website builders   free website maker   website builder free  
 website builder software   create website free   create your own website   sitebuilder  
 build your own website   build a website   make website   build website   web design  
 web designer   web page design

3. Set your bid

Bid \$0.50

4. Write your ad

**Text ad**


MotoCMS Website Builder - Create Your Site without Coding  
 Ad [www.motocms.com](http://www.motocms.com)  
 2500+ Website Templates with Built-in Admin Panel for Any Industry. Try for Free

☒ Send me personalized tips and recommendations to improve my ad performance.

[Save and continue](#)

© 2017 Google | [Privacy Policy](#)

Если вы хотите, чтобы Google помогал вам создавать качественные объявления, выберите соответствующий пункт под разделом Написать объявление.


 Google AdWords

☒ About your business  
 ☒ Your first campaign  
 **3** Payment

**Payment**

Provide your payment information below. Remember, you won't be charged until your ad starts showing and people start clicking it.

**Your ad**

MotoCMS Website Builder - Create Your Site without Coding  
 Ad [www.motocms.com](http://www.motocms.com)  
 2500+ Website Templates with Built-in Admin Panel for Any Industry. Try for Free

Daily potential reach  
 84+ Clicks  
 Budget and bidding  
 \$20.00 daily budget  
 \$0.50 default bid

Your ad could be formatted differently to fit a user's device, but your ad text will stay the same.

**Payment information**

Billing country United States

Time zone (GMT-07:00) Pacific Time

Timezone applies to your entire account and cannot be changed later.

Укажите свою страну, часовой пояс, тип аккаунта и другую необходимую информацию.

Timezone applies to your entire account and cannot be changed later.

Introductory offer

☒ Send me AdWords promotional offers, invitations to try new features, and Google surveys.

Account type

Name and address

Primary contact

How you pay

Выберите метод оплаты, который вам наиболее подходит.

How you pay

You pay for this service only after you accrue costs, via an automatic charge when you reach your billing threshold or 30 days after your last automatic payment, whichever comes first.

Payment method

/

☒ Credit or debit card address is same as above

☒ I agree to the AdWords [terms and conditions](#).

© 2017 Google | [Privacy Policy](#)

После того, как вы создадите свою первую кампанию и Google проанализирует информацию о ставках, вы сможете работать с wybran-ными ключевыми словами.



Moto > All campaigns > Website Builder - EN >  
 Ad group: [website builder]

Enabled Type: Standard Ad group bids (Max. CPC) Edit Active bid adjustments: Device

Settings Ads Ad extensions Keywords Audiences Auto targets Dimensions Labs

Keywords Negative keywords Search terms

All but removed keywords Segment Filter Columns Find keywords View Change History

	Keyword	Status	Max. CPC	Clicks	Imp.	Avg. CPC	Qual. score	Avg. Pos.	CTR	Cost	Conversions	View-through conv.	Est. first page bid	Est. top page bid
	[web site builder]	Eligible	(enhanced)	0	0	\$0.00	5/10	0.0	0.00%	\$0.00	0.00	0		
	[website builder]	Eligible	(enhanced)	0	0	\$0.00	7/10	0.0	0.00%	\$0.00	0.00	0		

Мы настоятельно рекомендуем вам создать еще немного объявлений и привязать к ним ключевые слова из первого объявления. Так вы сделаете кампанию более эффективной.

Moto > All campaigns > Website Builder - EN >  
 Ad group: [website builder]

Enabled Type: Standard Ad group bids (Max. CPC) Edit Active bid adjustments: Device

Settings Ads Ad extensions Keywords Audiences Auto targets Dimensions Labs

All ads Segment Filter Columns Search View Change History

	Ad	Status	Labels	% Served	Campaign type	Campaign subtype	Clicks	Imp.	CTR	Avg. CPC	Cost	Avg. Pos.	Conversion
	Moto CMS Website Builder Create Your Own Website in New Way without Any Coding & Design Skills. www.motocms.com	Approved	--	--	Search Network only	All features	0	0	0.00%	\$0.00	\$0.00	0.0	
	MotoCMS Website Builder 2500+ Ready-Made Templates www.motocms.com/website_builder No Coding Skills. 2 min Installation. Drag'nDrop Editor. Built-in Admin	Approved	--	--	Search Network only	All features	0	0	0.00%	\$0.00	\$0.00	0.0	

Используйте **Планировщик ключевых слов** для поиска подходящих комбинаций. Вот пример использования этого инструмента.

Campaign: Website Builder - EN

Enabled Type: Search Network only - All features Edit Budget: /day Edit Targeting: Albania; Argentina; (41 more) Edit Active bid adjustments: Device

Ad groups Settings Ads Ad extensions Keywords Audiences Auto targets Dimensions Labs

All but removed ad groups Segment Filter Columns Find ad groups View Change History

	Ad group	Status	Default Max. CPC	Clicks	Imp.	CTR	Avg. CPC	Cost	Avg. Pos.
	[online website builder]	Eligible	(enhanced)	0	0	0.00%	\$0.00	\$0.00	0.0

## СВЯЗЫВАЕМ АККАУНТЫ В GOOGLE ADWORDS И GOOGLE ANALYTICS

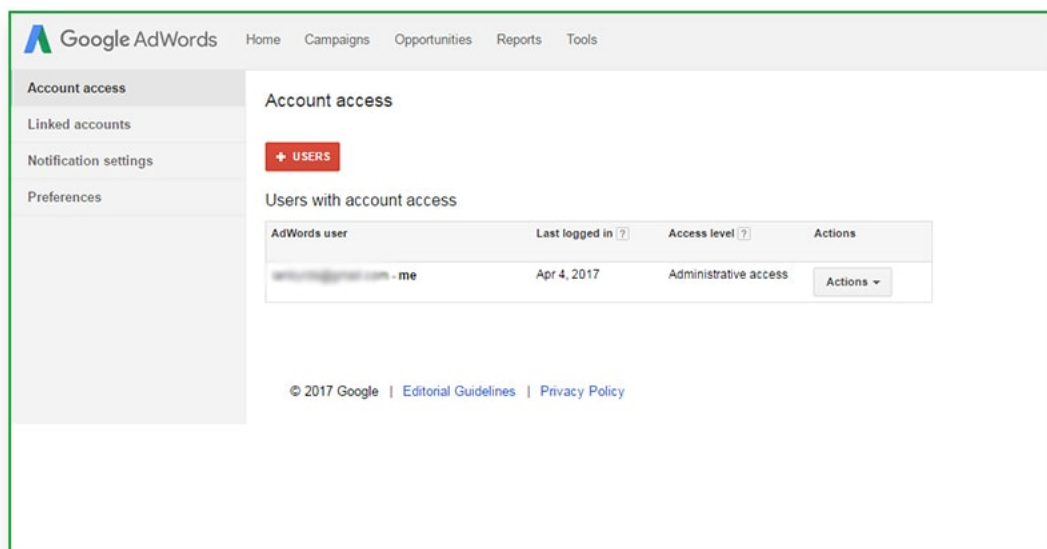
Мы уже рассказали вам, как начать работу с Google Analytics. Если вы смогли разобраться с аккаунтом в Analytics, это отлично, ведь без правильного анализа информации у вас вряд ли что-то получится.

Теперь мы свяжем аккаунты в Analytics и Google AdWords. Зачем? Давайте вспомним:

- Вы сможете импортировать информацию (например, цели) из Analytics в AdWords;
- Вы сможете проверять данные из AdWords в Analytics.

Сначала убедитесь, что у вашего аккаунта Google есть [разрешение на изменение данных](#) для Analytics и [доступ с правами администратора](#) для AdWords.

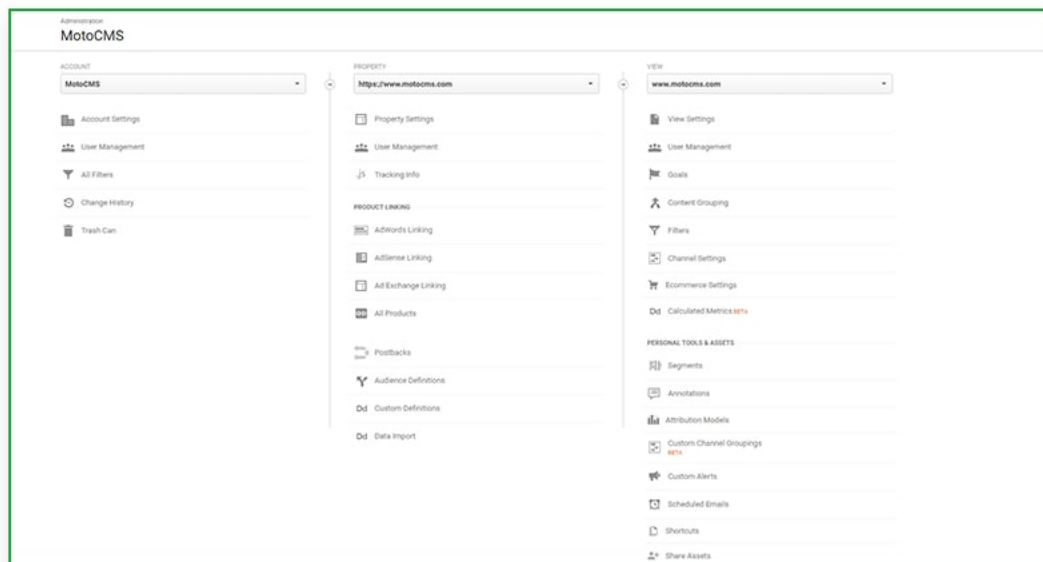
Для того, чтобы проверить ваш статус в AdWords, войдите в свой аккаунт и нажмите на иконку Ставки, Настройки аккаунта и Помощь. Затем выберите пункт Настройки аккаунта.



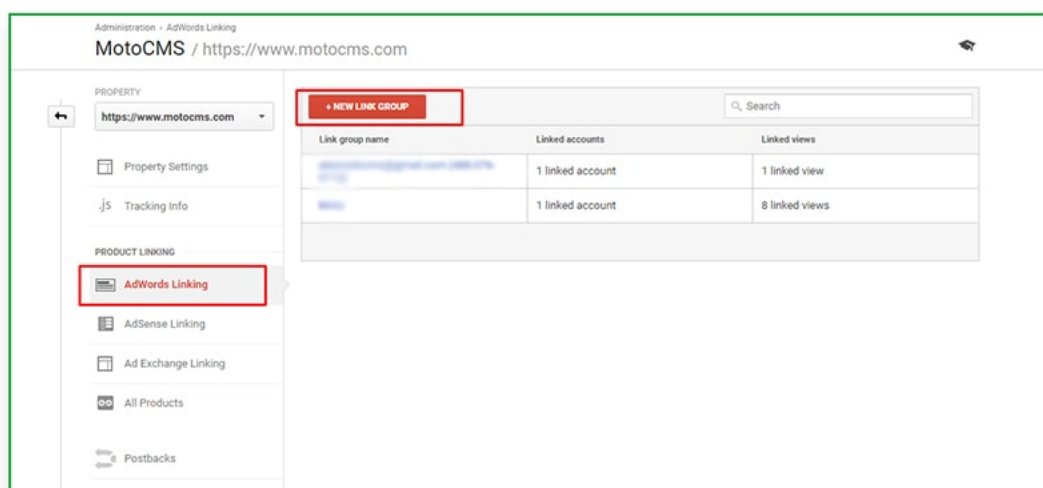
Для изменения разрешений в Google Analytics войдите в аккаунт и нажмите на вкладку Администратор. Выберите свой аккаунт и столбец Ресурс. В столбце Ресурс выберите раздел Связь с AdWords, после



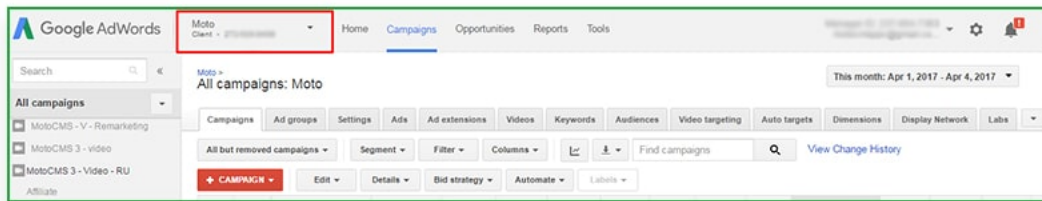
чего выберите Управление пользователями. В столбце Разрешения ресурсов нажмите кнопку Редактировать и введите свой e-mail адрес.



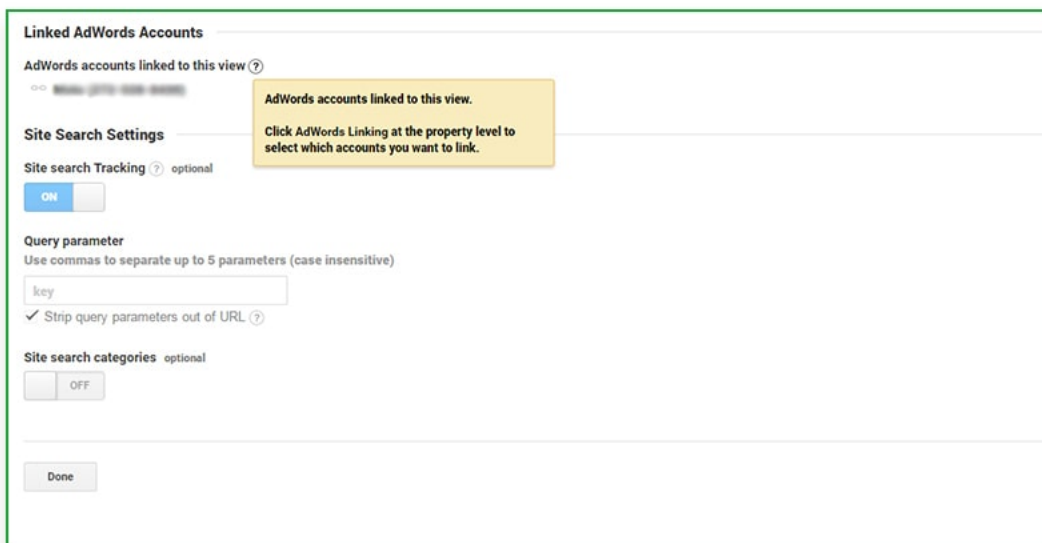
Процесс связывания достаточно прост. Нажмите на кнопку + Группа связанных аккаунтов.



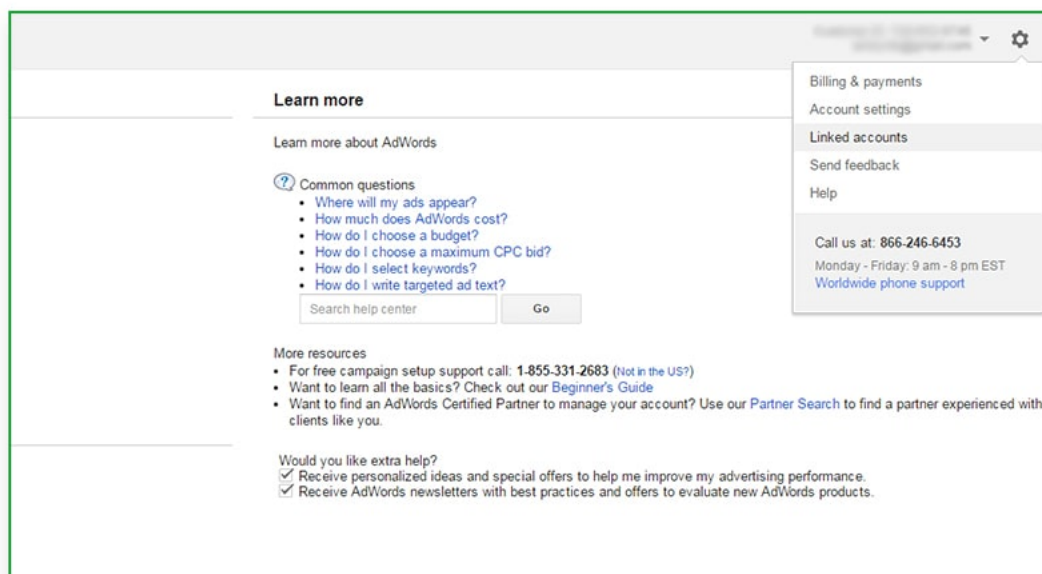
Для продолжения вам нужно ввести ID аккаунта Google AdWords — девятизначное число, и сохранить изменения.



В разделе Настройки вы можете увидеть все привязанные аккаунты AdWords.

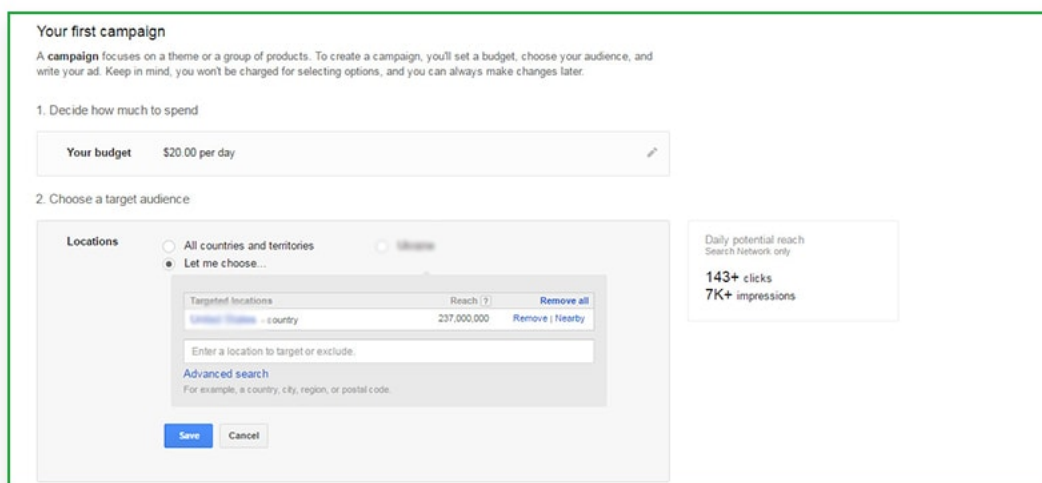


В аккаунте AdWords нажмите на иконку в правом верхнем углу для вызова панели меню, и выберите пункт Связанные аккаунты.

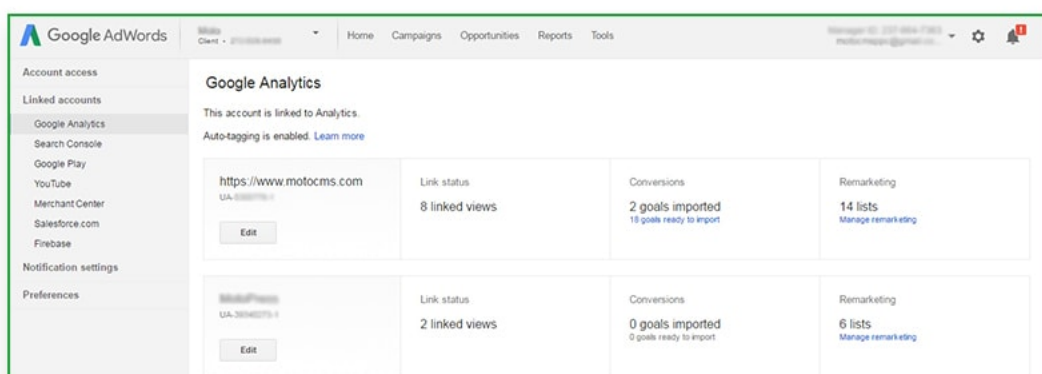




В открывшемся окне вы увидите все возможные варианты интеграции аккаунта AdWords с другими аккаунтами. Здесь вам нужно выбрать пункт Google Analytics.



Если у вас есть доступ и вы все сделали правильно, после сохранения изменений вы увидите такую форму.



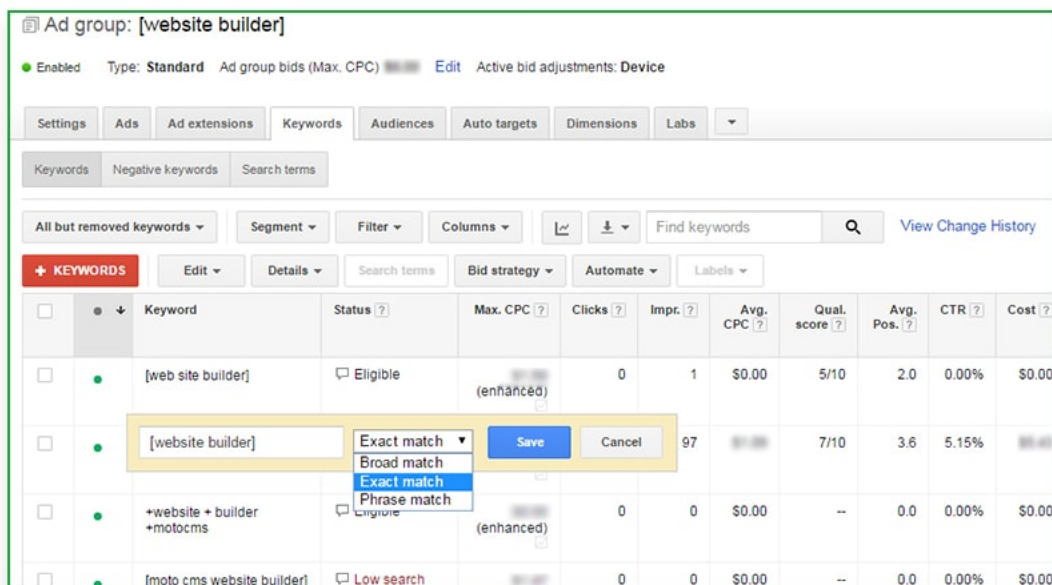
Здесь вы сможете импортировать свои цели. Вот и все! Теперь, когда ваши аккаунты Google AdWords и Google Analytics связаны, вы можете проверять сведения о вашей первой кампании.

## ВИДЫ КАМПАНИЙ: ПОИСКОВАЯ, КОНТЕКСТНО-МЕДИЙНАЯ, ВИДЕО

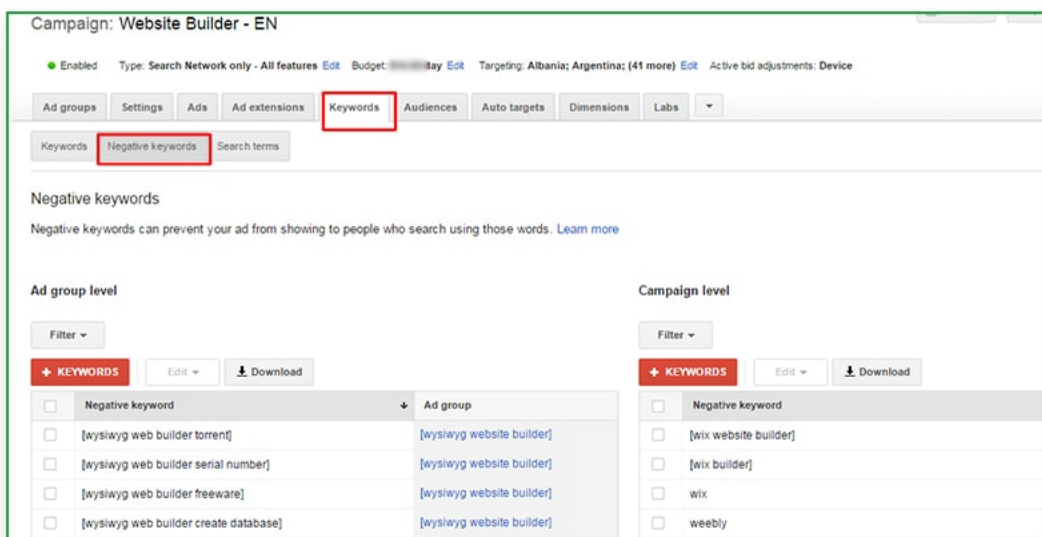
### ПОИСКОВЫЕ КАМПАНИИ

Для создания поисковой кампании вам нужно выбрать ключевые слова на определенную тему, используя [Планировщик ключевых слов](#).

Разделите ключевые слова на группы, и для каждой группы создайте 2-3 объявления. Новичкам лучше использовать точные или фразовые соответствия, чтобы получить как можно больше трафика.

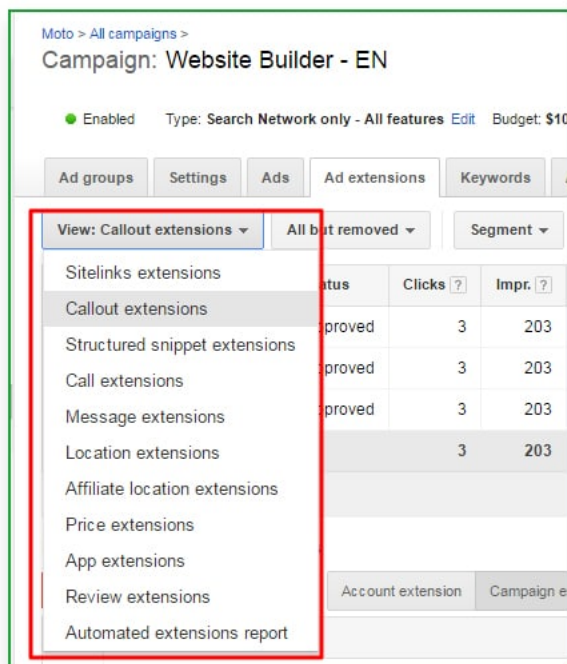


Не забудьте и о минус-словах, чтобы исключить все варианты, которые вам не подходят.



Расширения — еще один пункт, на который стоит обратить внимание. Они делают ваше объявление более информативным, добавляя информацию о вашем местоположении, дополнительную ссылку, цену и т.д..

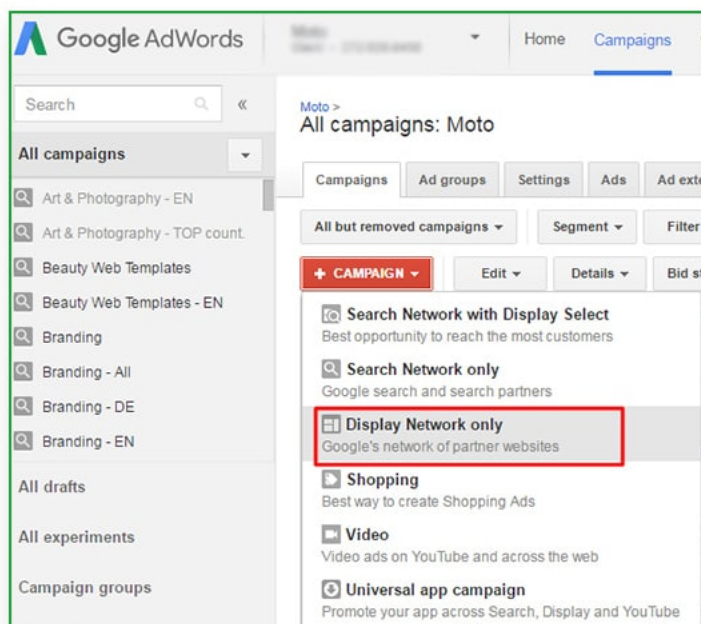




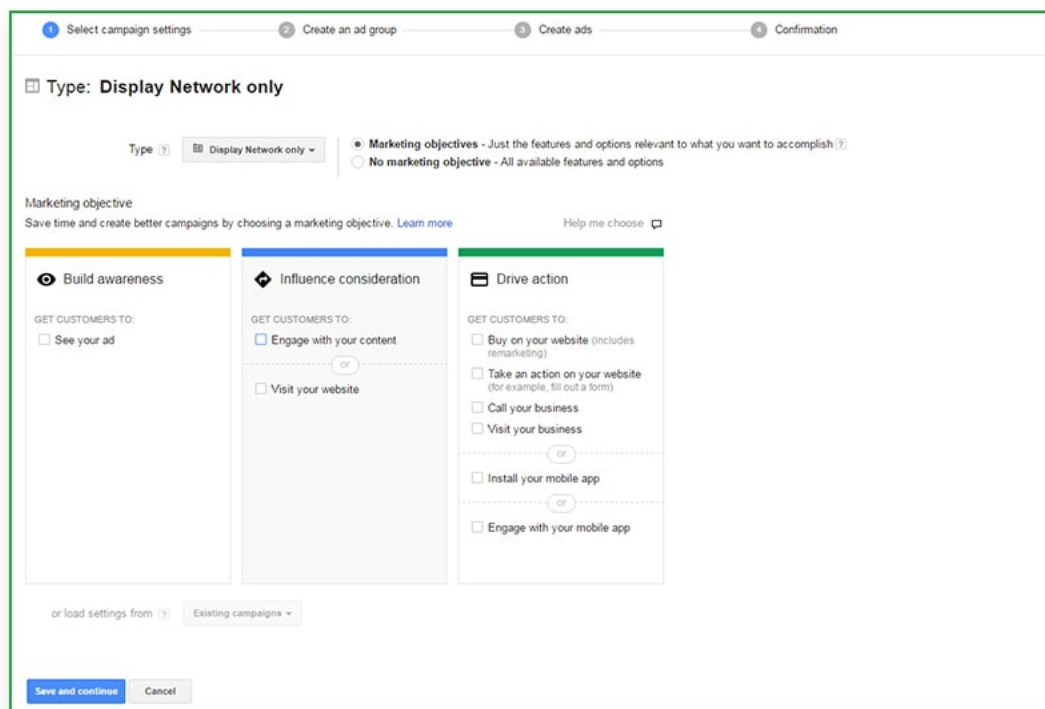
Расширения необходимы, если вы хотите провести эффективную кампанию. То, какие расширения вам нужны, зависит только от ваших целей и планов. Абсолютно все расширения бесплатны.

## КОНТЕКСТНО-МЕДИЙНАЯ КАМПАНИЯ

Первое, что нужно знать о контекстно-медийных кампаниях — они идеальны для продвижения вашего бренда. Эти кампании подходят как для крупных бизнесов, так и для стартапов, которые ищут своих первых клиентов. К слову, контекстно-медийные кампании дешевле поисковых.



Контекстно-медийные кампании основываются на одной из трех маркетинговых целей: повысить узнаваемость бренда, повысить интерес потенциальных клиентов или призвать посетителей к действию.



1 Select campaign settings 2 Create an ad group 3 Create ads 4 Confirmation

Type: **Display Network only**

Type: ☒ Display Network only

Marketing objectives - Just the features and options relevant to what you want to accomplish.   
☒ Marketing objectives - Just the features and options relevant to what you want to accomplish.   
☐ No marketing objective - All available features and options

Marketing objective

Save time and create better campaigns by choosing a marketing objective. [Learn more](#) Help me choose

**Build awareness**

GET CUSTOMERS TO:

☐ See your ad

**Influence consideration**

GET CUSTOMERS TO:

☐ Engage with your content

OR

☐ Visit your website

**Drive action**

GET CUSTOMERS TO:

☐ Buy on your website (includes remarketing)

☐ Take an action on your website (for example, fill out a form)

☐ Call your business

☐ Visit your business

OR

☐ Install your mobile app

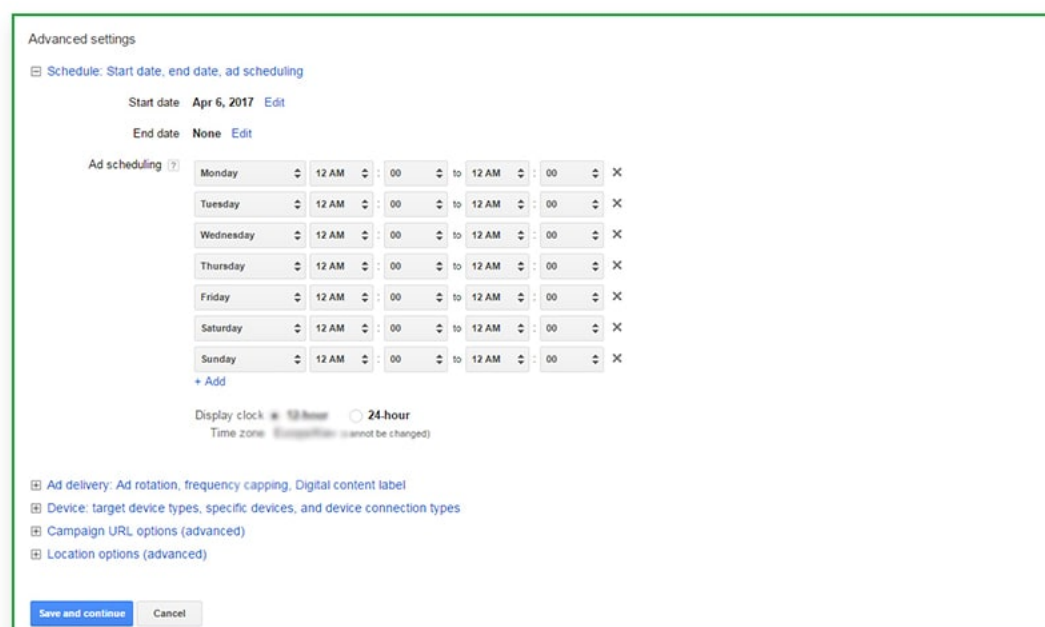
OR

☐ Engage with your mobile app

or load settings from: Existing campaigns

**Save and continue** Cancel

Укажите название кампании, язык и бюджет. Процесс интуитивно прост и понятен с самого начала. Повысить эффективность вашей кампании помогут дополнительные настройки.



Advanced settings

☒ Schedule: Start date, end date, ad scheduling

Start date: Apr 6, 2017 Edit

End date: None Edit

Ad scheduling

Day	Start	End
Monday	12 AM	12 AM
Tuesday	12 AM	12 AM
Wednesday	12 AM	12 AM
Thursday	12 AM	12 AM
Friday	12 AM	12 AM
Saturday	12 AM	12 AM
Sunday	12 AM	12 AM

+ Add

Display clock: ☒ 12-hour ☐ 24-hour

Time zone: [Europe/Moscow](#) (cannot be changed)

☒ Ad delivery: Ad rotation, frequency capping, Digital content label

☒ Device: target device types, specific devices, and device connection types

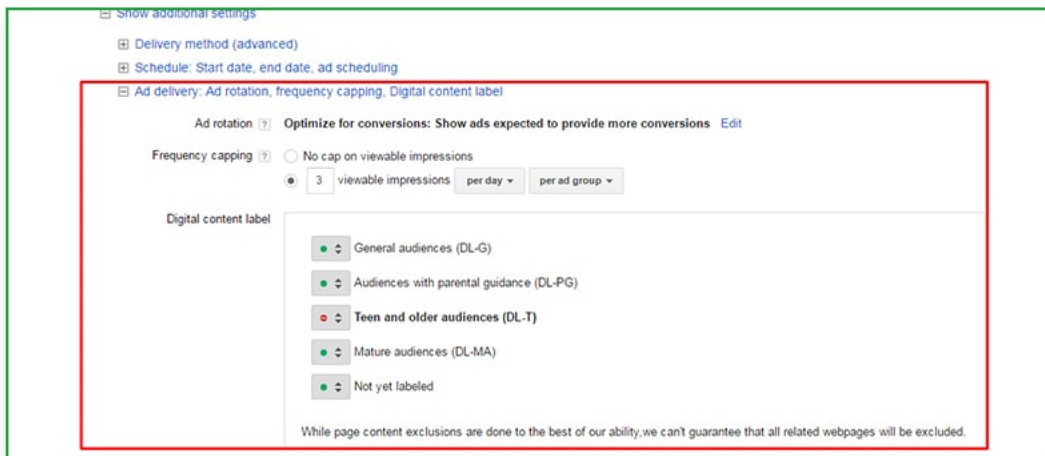
☒ Campaign URL options (advanced)

☒ Location options (advanced)

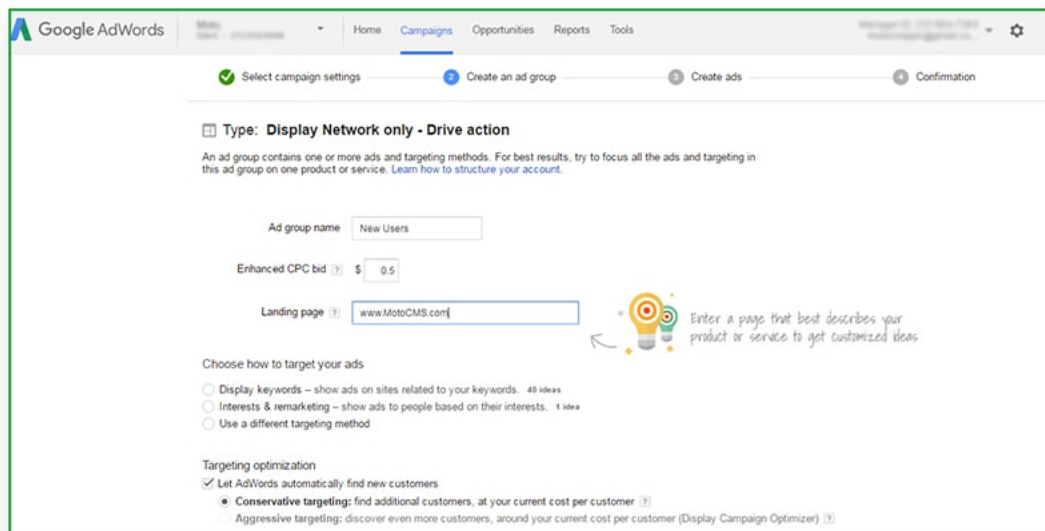
**Save and continue** Cancel



В дополнительных настройках обратите внимание на пункт Метод показа объявлений. Этот пункт определяет скорость растрачивания вашего бюджета (частоту показа ваших объявлений).



По завершению работы с дополнительными настройками сохраните изменения и приготовьтесь ко второй стадии — созданию группы объявлений.



Давайте настроим таргетинг вашей группы объявлений. Существует три основных типа таргетинга. При выборе первой опции ваши объявления будут отображаться при поиске по определенным ключевым словам.

Choose how to target your ads

☒ Display keywords – show ads on sites related to your keywords. 40 ideas  
☐ Interests & remarketing – show ads to people based on their interests. 1 idea  
☐ Use a different targeting method

**Display keywords** ?

Keyword ideas [Enter your own keywords](#)

Keyword	Impr./Wk.	Relevance
website builder	10M - 15M	★★★★★
website building	25M - 30M	★★★★★
site builder	5M - 10M	★★★★★
online website builder	10M - 15M	★★★★★
cms for ecommerce	2.5M - 3M	★★★★★
cms open source	1.5M - 2M	★★★★★
cms system	1.5M - 2M	★★★★★
cms web	3.5M - 4M	★★★★★
liferay cms	25K - 30K	★★★★★
web design cms	5M - 10M	★★★★★
website design sites	150M - 200M	★★★★★

**Selected keywords: 8**

- website builder
- website builder templates
- website creator
- best website builder
- website build
- ecommerce website builder
- website building
- online website builder

После выбора ключевых слов вам нужно задать для них соответствующие настройки. Параметр Аудитория установлен по умолчанию. При выборе этого параметра объявления будут показываться людям, выполняющим поиск по необходимым ключевым словам. Параметр Контент задает определенные ограничения. При выборе этого параметра вы работаете с ключевыми словами, но не с пользователями.

performance. You are always responsible for the changes you make to your campaigns.

**Keyword setting** ?

☐ Audience: Show ads to people likely to be interested in these keywords and also on webpages, apps, and videos related to these keywords (recommended)  
☒ Content: Only show ads on webpages, apps, and videos related to these keywords  
 Your ads may reach significantly fewer people if you choose this option. [Learn more](#)

[Narrow your targeting further \(optional\)](#)

Второй способ предлагает взять за основу контекстно-медийной кампании интересы пользователей и ремаркетинг. Если вы не хотите полагаться на ключевые слова, можете добавить соответствующие аудитории, чтобы процесс поиска клиентов был более конкретным.

**Narrowed further by Interests & remarketing** ?

In-market audiences Ideas All

Search by related term or phrase Search

In-market audiences: 497

- Apparel & Accessories
- Autos & Vehicles
- Baby & Children's Products
- Beauty Products & Services
- Business Services
  - Advertising & Marketing Services

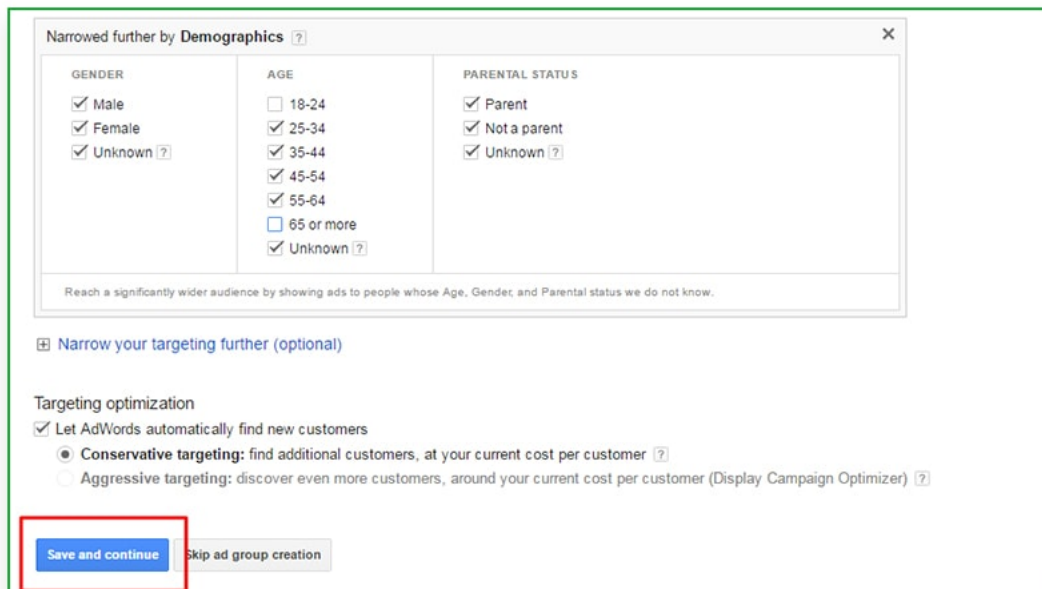
**Selected: 3**

**In-market audiences: 3**

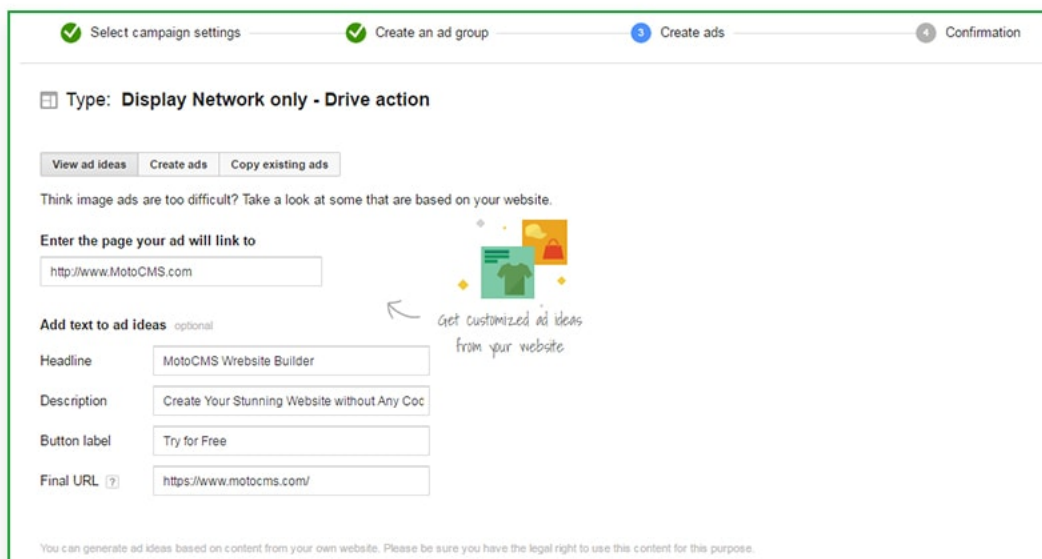
- Advertising & Marketing Services > SEO & SEM Services
- Business Technology > Web Services > Web Design & Development
- Business Technology > Web Services > Web Hosting



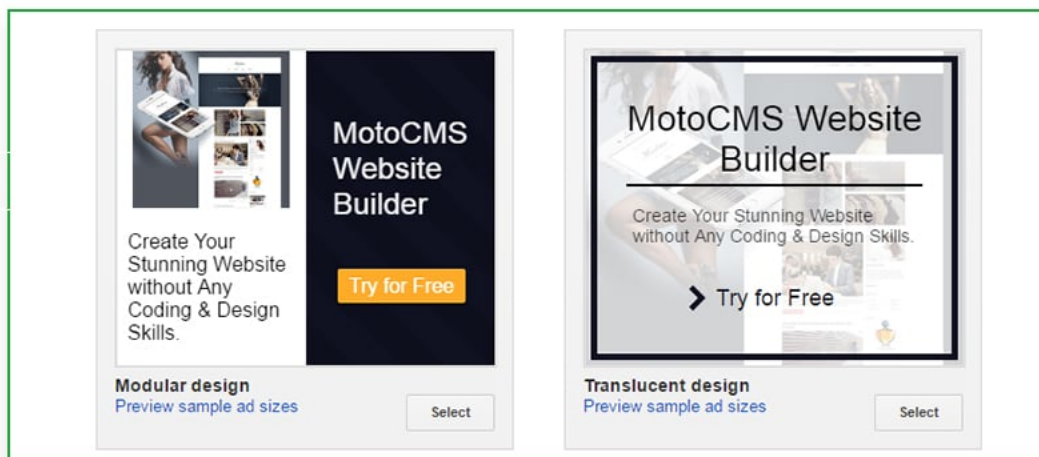
Третий способ таргетинга включает в себя сразу три вида — таргетинг на темы, таргетинг по местам размещения и демографический таргетинг. Вот пример настроек для демографического таргетинга:



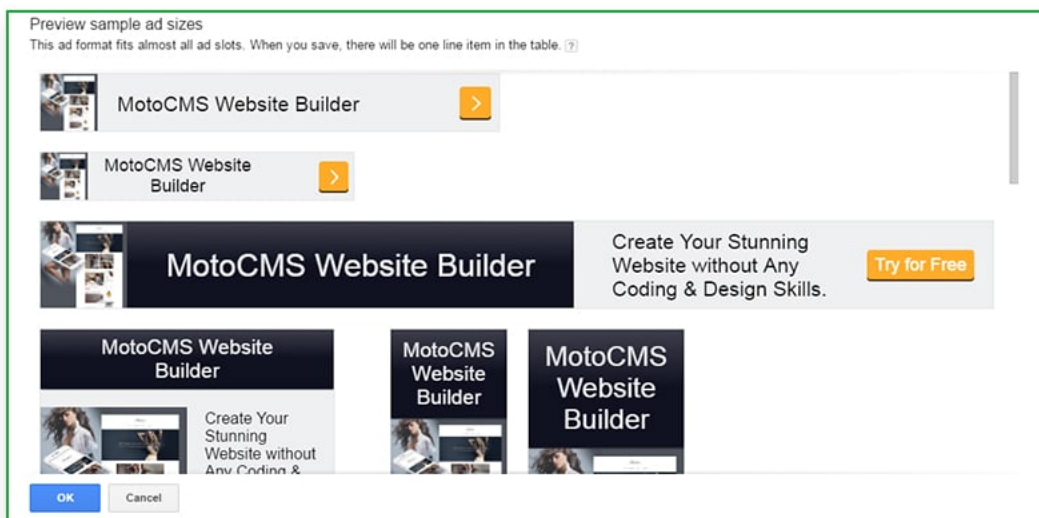
Как только вы завершили работу с настройками группы, можно приступать к созданию баннеров для объявления.



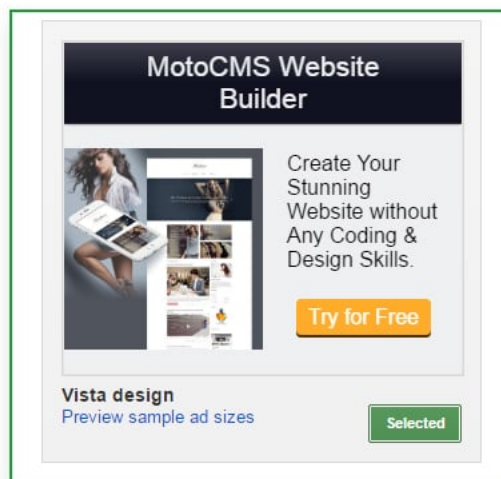
Вы можете создать дизайн баннеров самостоятельно или позволить Google сгенерировать их автоматически (на основе ранее созданных объявлений). Разумеется, в этой ситуации лучше обратиться за помощью к дизайнеру, который создаст оригинальный дизайн баннеров для вашей кампании.



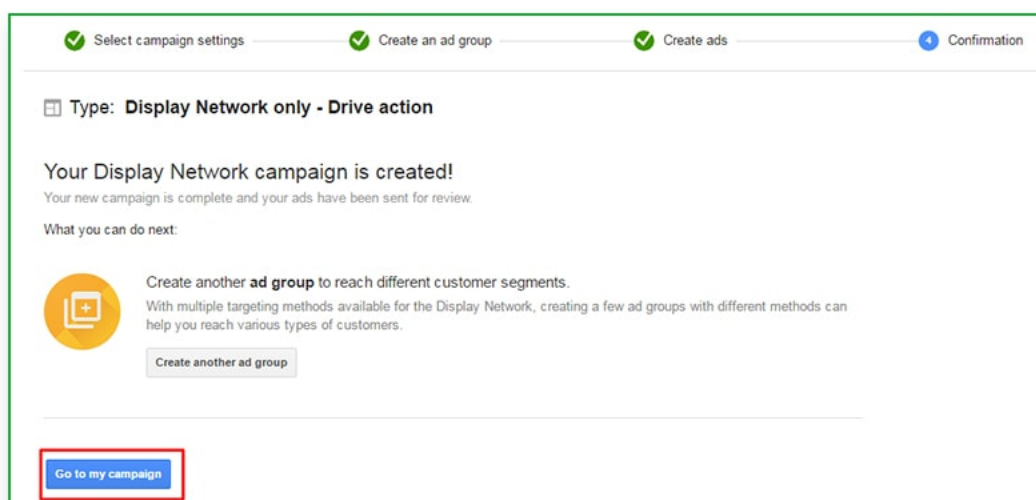
Но если у вас нет средств для того, чтобы нанять веб-дизайнера на постоянной основе, можете воспользоваться специальными инструментами. У каждого баннера должен быть **свой размер**. Все возможные варианты вы можете увидеть при предварительном просмотре баннеров.



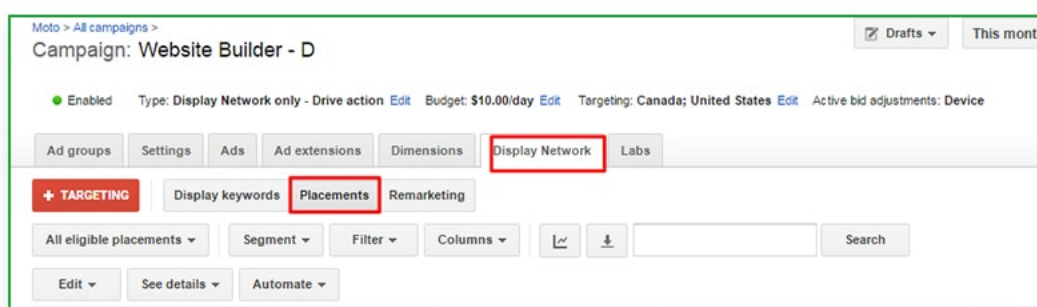
Вот пример готового объявления.



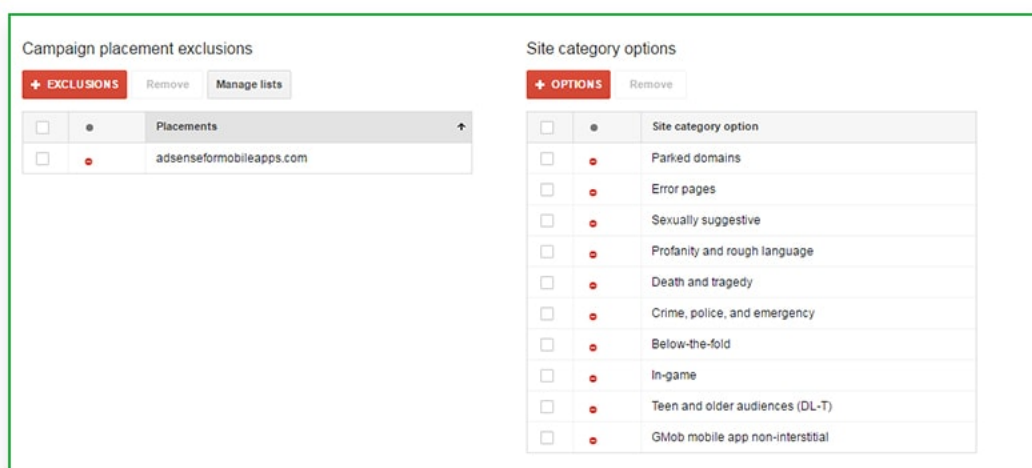
По завершении работы над объявлениями можно перейти к настройкам кампании.



Один из важнейших параметров при создании динамической кампании — параметр Место размещения.



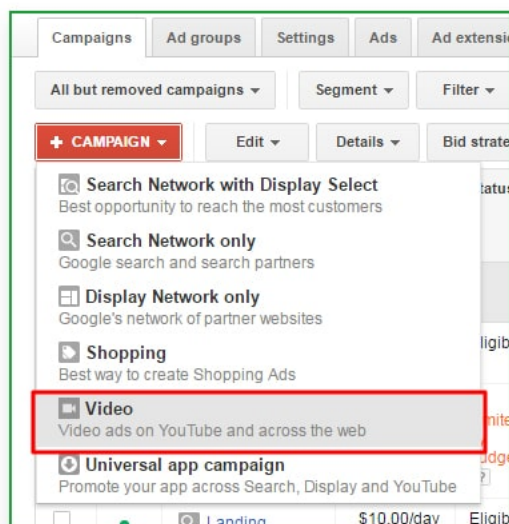
В этом пункте вы можете отметить страны/города, в которых не должно отображаться ваше объявление.



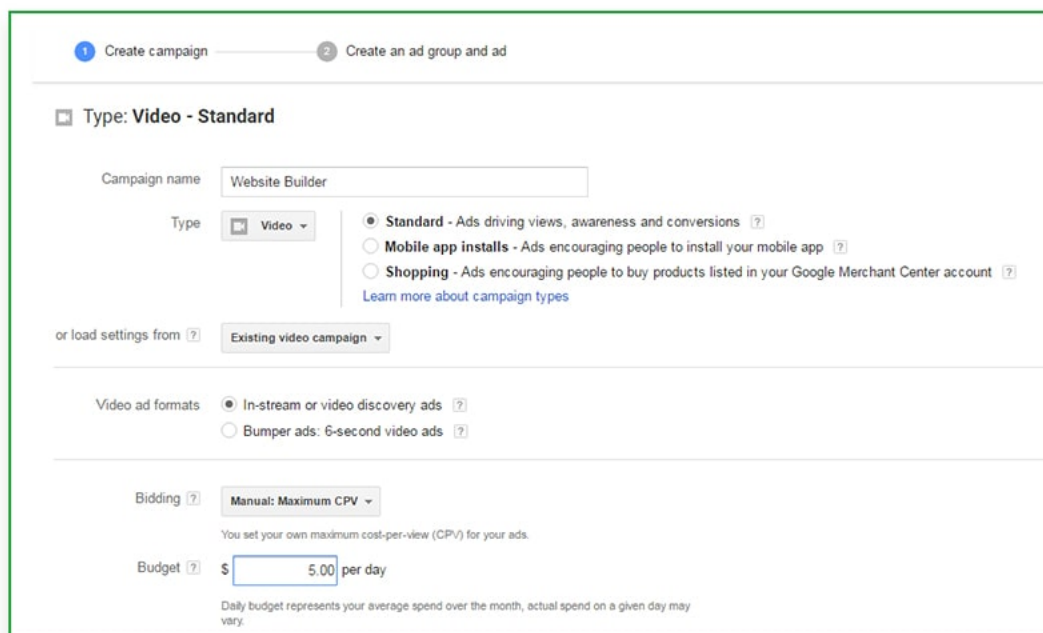


## ВИДЕО КАМПАНИЯ

Для старта видео кампании в Google AdWords вам нужно создать специальный канал на YouTube.



Новичкам лучше сперва добавить видео на YouTube, и только после этого заняться созданием видео кампании.



1 Create campaign — 2 Create an ad group and ad

Type: **Video - Standard**

Campaign name: Website Builder

Type: Video

- ☒ **Standard** - Ads driving views, awareness and conversions
- ☐ **Mobile app installs** - Ads encouraging people to install your mobile app
- ☐ **Shopping** - Ads encouraging people to buy products listed in your Google Merchant Center account

or load settings from: Existing video campaign

Video ad formats: ☒ In-stream or video discovery ads

Bidding: Manual: Maximum CPV

Budget: \$ 5.00 per day

Daily budget represents your average spend over the month, actual spend on a given day may vary.

Поработайте с настройками. Укажите ваше местоположение, язык, типы устройств. Не забудьте и о пункте Метод показа объявлений, упомянутом ранее.

Devices ? Your ads will show on all eligible devices by default (computers, mobile, and tablet).  
[Advanced mobile and tablet options](#)

---

Advanced settings

[Schedule: start date, end date, ad scheduling](#)

[Ad delivery](#)

Frequency capping ? Set a limit to how many times your ads appear to the same user

☒ 3 impressions per day for this campaign

☒ 2 views per day for this campaign

Content exclusions ? **Standard (default)** [Edit](#)

---

**Save and continue** Cancel new campaign

Сохраните изменение и переходите ко второму этапу — созданию видео-объявления.

✓ Create campaign — 2 Create an ad group and ad

---

☒ Type: **Video - Standard**


**Name this ad group**

An ad group contains one or more video ads and related targeting. For best results, focus all your ads and targeting within an ad group on one video theme, product, or service. [Learn more about structuring your account.](#)

Ad group name

---

**Video ad**

Your YouTube video ?  **Why is MotoCMS 3 your perfect website b...**  
 by MotoCMS • 10995 views  
 Choose your website design by MotoCMS 3 http://www...

[Remove video](#)

Video ad format ☒ In-stream ad ☐ Video discovery ad ☐ Bumpers: 6-second video ads

Вставьте URL своего видео и выберите формат объявления.

1 Create campaign

2 Create an ad group and ad

### In-stream

Your in-stream video ad plays before another video on either YouTube or the Google Display Network, depending on network settings. Viewers can choose to skip your ad after a few seconds. You pay when a viewer watches 30 seconds of your video (or the duration if it's shorter than 30 seconds) or engages with your video, whichever comes first.

Display URL ?

Final URL ?

https://

Enter the final web page someone sees. Specify redirects (if any) in the Ad URL options.

[Ad URL options \(advanced\)](#)

Companion banner ?

☒ Use auto generated image from videos in your channel (recommended)
 ☐ Upload my own image

Ad name

232

### Preview in-stream ad

The preview shows a YouTube video player interface. The video content is a dark-themed advertisement for MotoCMS. It includes the text "NO MATTER WHO YOU ARE" at the top, followed by three icons: a camera, a smartphone with a dollar sign, and a bar chart. Below the icons, it says "Visit www.MotoCMS.com". A "Skip Ad" button is visible in the bottom right corner of the video player. To the right of the video player, there are placeholder boxes for a companion banner and additional text.

Затем введите информацию о ставках и настройте таргетинг.

✓ Create campaign

2 Create an ad group and ad

Bidding

Maximum CPV \$  Typical: \$0.07-\$0.24

Maximum CPV is the highest amount you're willing to pay for someone to view your video ad.

Popular videos bid adjustment  %

Enter a number above to see an example.

Targeting

By default your ads will show to all viewers. Optionally you can refine your audience.

Demographics

Any gender, Any parental status, 25 - 34, 35 - 44, 45 - 54, ... (and 8 more)

Edit

Interests

SEO & SEM Services, Web Hosting, Web Design & Development

Edit

Keywords

website builder, online website builder, quick website builder, easy website builder, professional web

Edit Remove

Narrow your targeting (optional)

Per day

Per week

Predicted budget spent

0.00

\$5.00

0 - 100

Views

\$0.03

Average CPV

Not all campaign settings are taken into account (i.e. frequency cap).

Who sees my ad?

People who are watching content

17 demographics

3 interests

5 keywords

Сохраните группу объявлений и ждите подтверждения.

Moto > All campaigns > Website Builder > >


Ad group: **Website Builder** This month: Apr 1, 2017 - Apr 7, 2017

Enabled Type: In-stream Ad group bids (Max. CPV) \$0.05 [Edit](#)

Settings Ads Videos Video targeting Labs

All ads Segment Filter Columns [Download](#) [Search](#) [View Change History](#)

[+ AD](#) Edit Automate More actions... Labels

<input type="checkbox"/>		Ad	Status	Video	Impr.	Views	View rate	Avg. CPV	Cost	Clicks
<input type="checkbox"/>		<b>MotoCMS Website Builder</b> 	Under review	Why is MotoCMS 3 your perfect website builder?	0	0	0.00%	\$0.00	\$0.00	0
Total - all ads					0	0	0.00%	\$0.00	\$0.00	0
Total - all ad group					0	0	0.00%	\$0.00	\$0.00	0

Show rows: 500 1 - 1 of 1

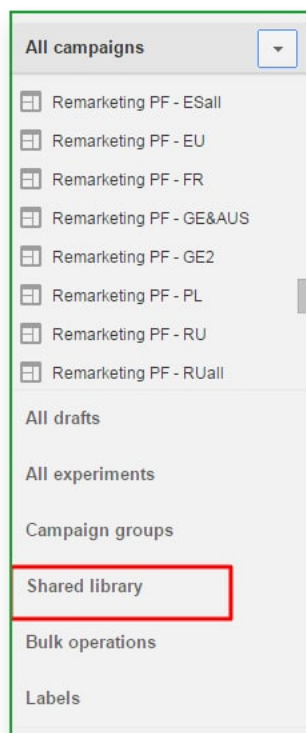


## Глава 3

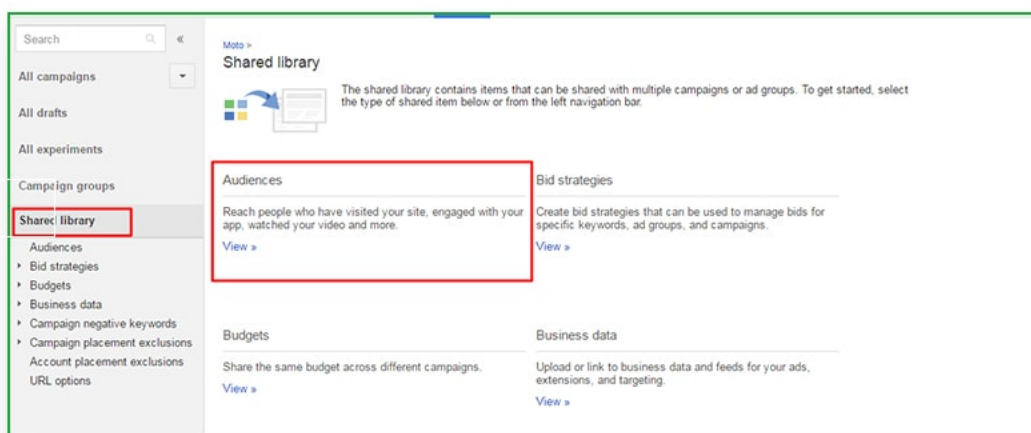
### Ремаркетинг и отслеживание конверсии

## СОЗДАЕМ АУДИТОРИИ РЕМАРКЕТИНГА

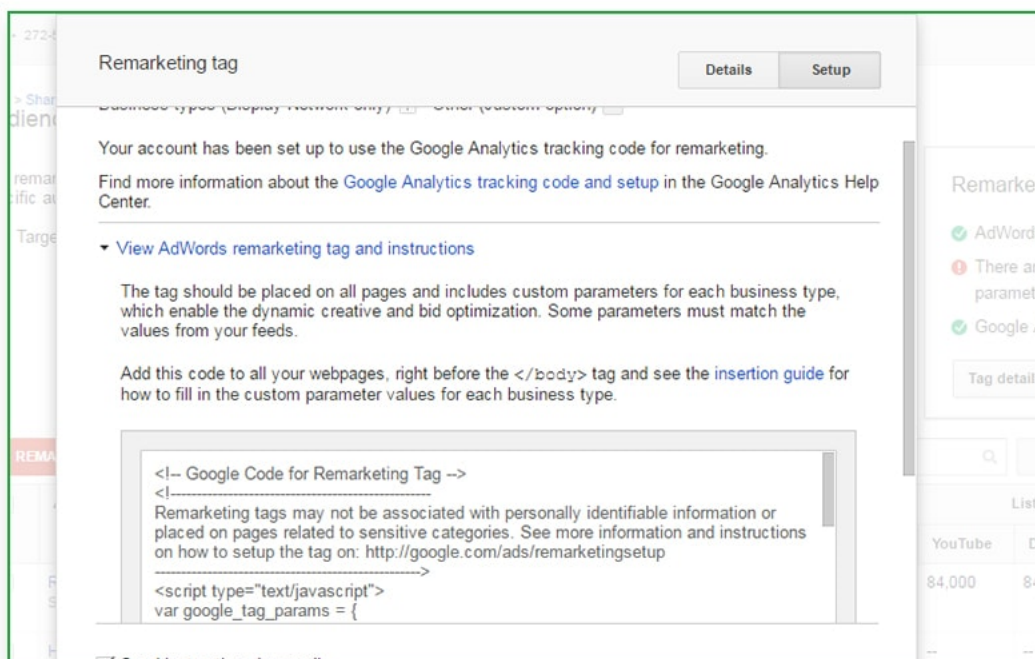
Ремаркетинг — это специальная кампания, направленная на привлечение людей, которые уже посещали ваш сайт, но ничего не заказали и не приобрели. Для настройки ремаркетинговой кампании выберите вкладку **Общая библиотека**.



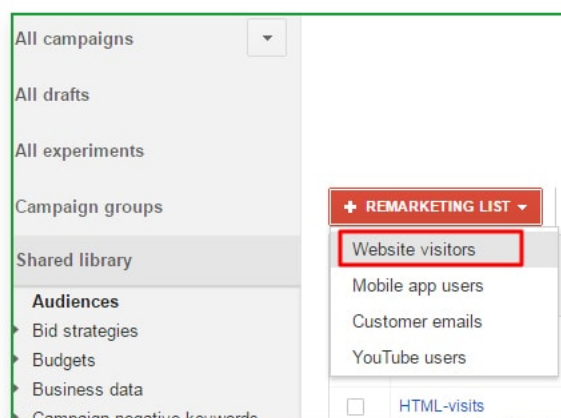
Выберите раздел **Аудитории** и нажмите **Просмотр**.



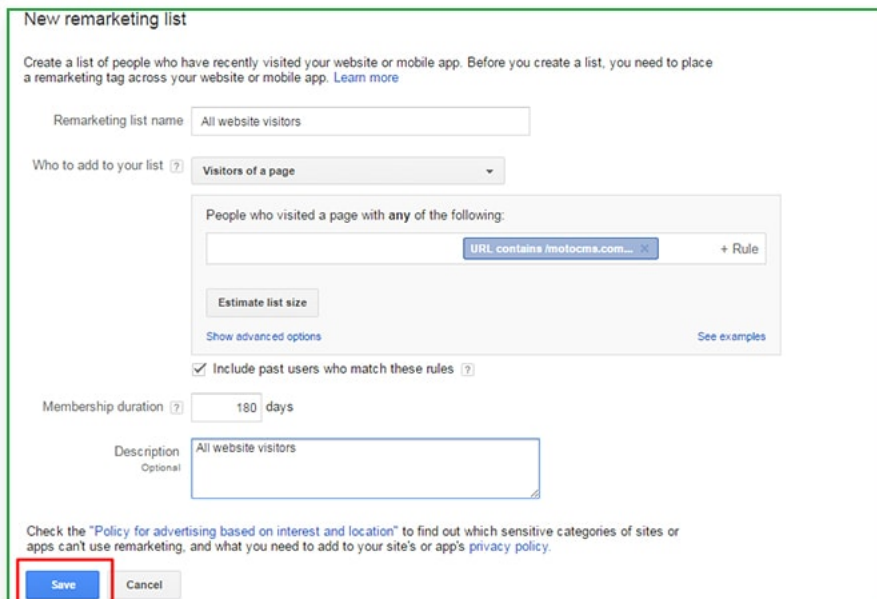
В правой стороне страницы Аудитории находится Тег ремаркетинга, который вам нужно скопировать и вставить на каждую страничку сайта.



После вставки кода на сайт вы сможете создавать группы пользователей, которые посетили определенные страницы сайта.



Так выглядит процесс создания нового ремаркетингового списка.



**New remarketing list**

Create a list of people who have recently visited your website or mobile app. Before you create a list, you need to place a remarketing tag across your website or mobile app. [Learn more](#)

Remarketing list name:

Who to add to your list:

People who visited a page with any of the following:

[Show advanced options](#) [See examples](#)

☒ Include past users who match these rules

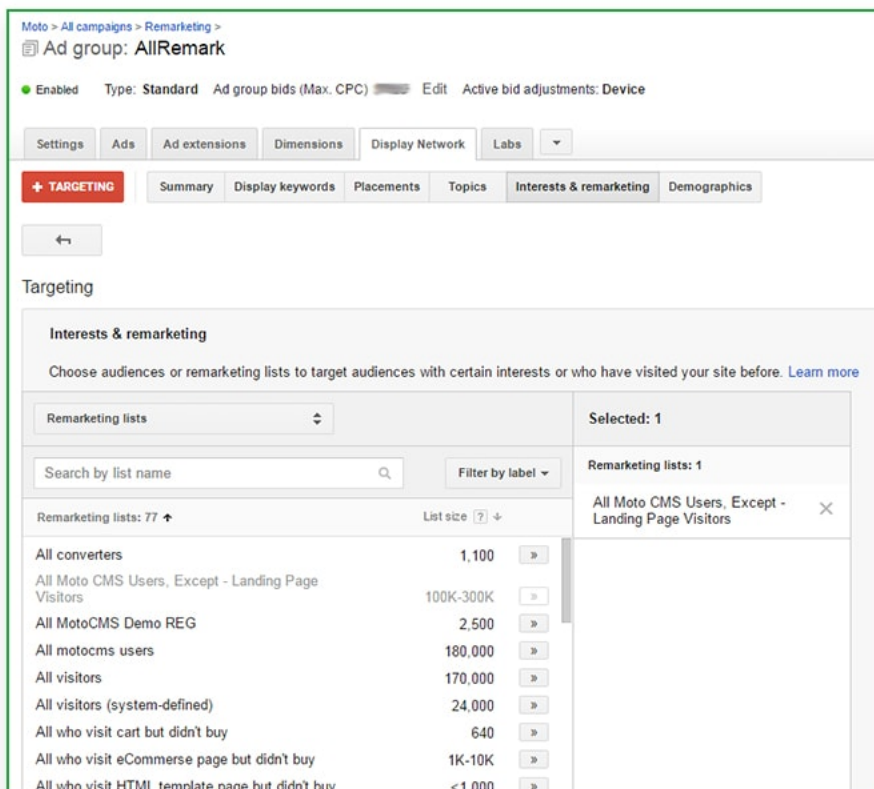
Membership duration:  days

Description:

Optional

Check the "Policy for advertising based on interest and location" to find out which sensitive categories of sites or apps can't use remarketing, and what you need to add to your site's or app's privacy policy.

После определения ремаркетинговой аудитории можно начинать кампанию. Процесс ее создания напоминает работу над контекстно-медийной кампанией. Тем не менее, есть одно исключение. Выбирая целевую аудиторию, нужно указать ремаркетинговый список, который вы только что создали.



Moto > All campaigns > Remarketing >

Ad group: AllRemark

Enabled Type: Standard Ad group bids (Max. CPC) Edit Active bid adjustments: Device

Settings Ads Ad extensions Dimensions Display Network Labs

+ TARGETING Summary Display keywords Placements Topics Interests & remarketing Demographics

Targeting

Interests & remarketing

Choose audiences or remarketing lists to target audiences with certain interests or who have visited your site before. [Learn more](#)

Remarketing lists

Search by list name  Filter by label

Remarketing lists: 77 List size

Remarketing list name	List size	
All converters	1,100	<input type="button" value="»"/>
All Moto CMS Users, Except - Landing Page Visitors	100K-300K	<input type="button" value="»"/>
All MotoCMS Demo REG	2,500	<input type="button" value="»"/>
All motocms users	180,000	<input type="button" value="»"/>
All visitors	170,000	<input type="button" value="»"/>
All visitors (system-defined)	24,000	<input type="button" value="»"/>
All who visit cart but didn't buy	640	<input type="button" value="»"/>
All who visit eCommerce page but didn't buy	1K-10K	<input type="button" value="»"/>
All who visit HTML template page but didn't buy	<1,000	<input type="button" value="»"/>

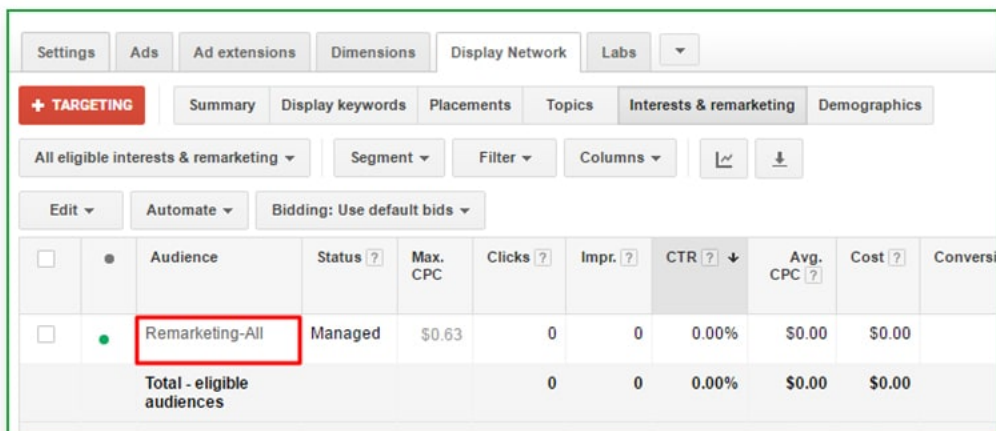
Selected: 1

Remarketing lists: 1

All Moto CMS Users, Except - Landing Page Visitors



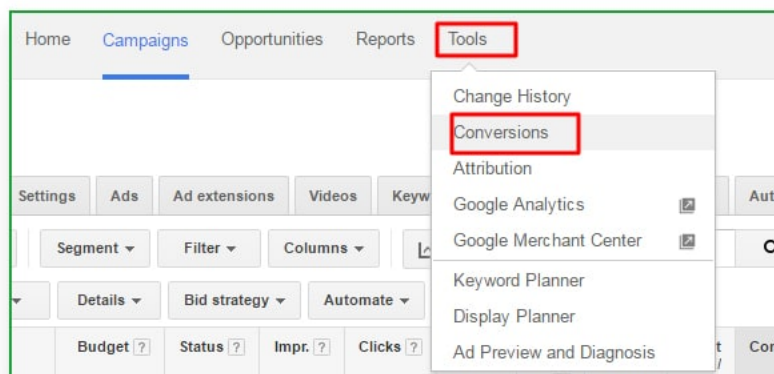
На следующем изображении вы можете и не заметить все выбранные ремаркетинговые аудитории.



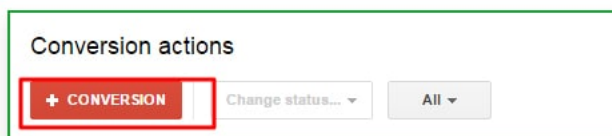
	Audience	Status	Max. CPC	Clicks	Impr.	CTR	Avg. CPC	Cost	Conversion
	Remarketing-All	Managed	\$0.63	0	0	0.00%	\$0.00	\$0.00	
Total - eligible audiences				0	0	0.00%	\$0.00	\$0.00	

## ИСТОЧНИКИ КОНВЕРСИИ

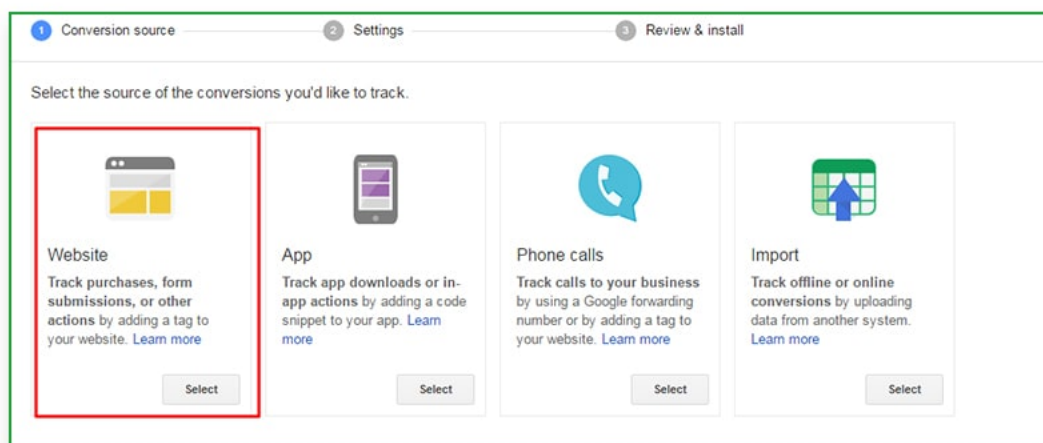
Для того, чтобы ваш бизнес был успешным, за конверсией нужно следить. Иначе как вы узнаете, успешна ли проведенная кампания? Для отслеживания конверсии нажмите на вкладку Инструменты и выберите Конверсия.



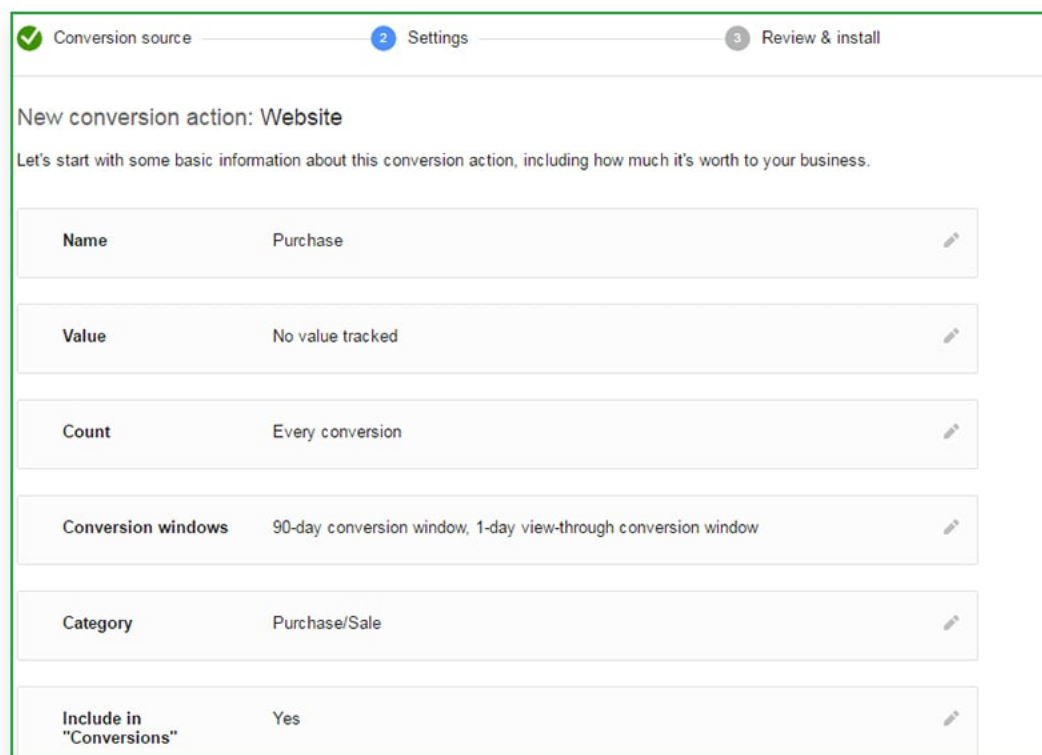
Затем нажмите на одноименную кнопку.



Выберите источник конверсии: веб-сайт, приложение, телефонные звонки или импорт. Последний вариант — это оффлайн-конверсия. К примеру, клиент нашел то, что искал, но купил эту вещь не на сайте, а в вашем магазине.



После выбора источника конверсии придется поработать с рядом настроек (Название, Ценность и т.д.).



✓ Conversion source — 2 Settings — 3 Review & install

New conversion action: Website

Let's start with some basic information about this conversion action, including how much it's worth to your business.

Name	Purchase	
Value	No value tracked	
Count	Every conversion	
Conversion windows	90-day conversion window, 1-day view-through conversion window	
Category	Purchase/Sale	
Include in "Conversions"	Yes	

После ввода информации вы получите код, который нужно поместить на страницу, подтверждающую покупку. К примеру, это может быть страница с текстом "Спасибо за покупку".

Install your tag

Copy the tag in the box below and paste it between the <body></body> tags of the page you'd like to track. You can then use [Google Tag Assistant](#) plugin on Chrome to make sure your tag is correctly placed.

► Choose whether to track conversions on a page load or a click

Tag for purchase

```
<!-- Google Code for purchase Conversion Page -->
<script type="text/javascript">
/*<![CDATA[ */
var google_conversion_id = 914318471;
var google_conversion_language = "en";
var google_conversion_format = "3";
var google_conversion_color = "ffffff";
var google_conversion_label = "xTfcCKbpgGEQh8n9swM";
```

Save instructions and tag    Email instructions and tag

Вот и все. Вставьте тег, подождите одобрения модератором и получите все данные о конверсии.

Conversion actions

[+ CONVERSION](#)    Change status...    All ▼

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	↑	Name ?	Source ?	Category ?	Tracking status ?	Conversion window ?	Count ?	Include in "Conversions" ?	R
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		MotoCMS Demo REG (MotoCMS ALL no office)	Analytics	Lead	<input checked="" type="checkbox"/> Recording conversions	30 days	Every	Yes	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		purchase	Website	Purchase/Sale	<input checked="" type="checkbox"/> Recording conversions	90 days	Every	Yes	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		Transactions (MotoCMS ALL no office)	Analytics	Purchase/Sale	<input checked="" type="checkbox"/> Recording conversions	30 days	Every	Yes	
Totals - all but removed										

Чтобы проверить, правильно ли установлены коды ремаркетинга и конверсии, используйте [этот инструмент от Google](#).

## ПОЛЕЗНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ КАМПАНИЙ И УПРАВЛЕНИЯ ИМИ

Существует немало инструментов, с помощью которых можно упростить процесс создания кампаний. В первую очередь обратите внимание на [Редактор Google AdWords](#), который поможет сохранить все данные из Google AdWords на ваш компьютер. Это очень полезно для тех, у кого временно нет доступа в интернет.

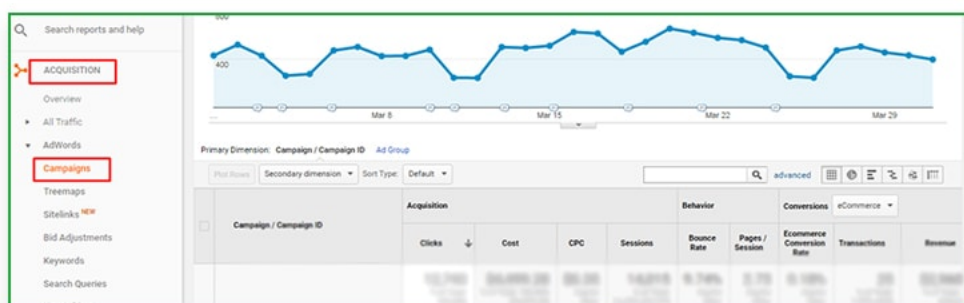
Советуем также поискать веб-ресурсы по типу [Mike`s Marketing Tools](#). Этот сайт предлагает бесплатные и простые в использовании инструменты для SEO и маркетинга, которые помогут вам оптимизировать рабочий процесс.



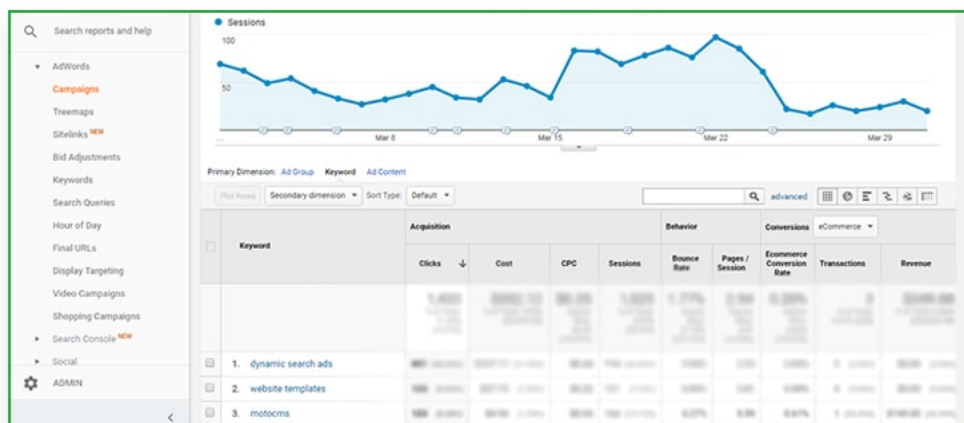
## Глава 4

### Анализируем данные с Google Analytics

Для анализа данных из Google AdWords в Analytics используйте вкладку Google AdWords, где есть все, что нужно для контроля кампаний: стоимость, цена за клик, показатель отказов и т.д..



Вы можете просматривать информацию обо всех кампаниях сразу, а можете выбрать определенную контекстно-медийную, поисковую, видео или любую другую кампанию.



С помощью Analytics вы можете определить, какие кампании более или менее эффективны, какие ключевые слова подходят для вашего бизнеса, а какие нет. Анализ поможет вам определить наиболее эффективное направление развития кампаний, и, конечно же, увеличить прибыль.

## ЭПИЛОГ

Вот и все. Надеемся, что это руководство помогло вам понять основы работы с Google AdWords. Вы можете использовать эту платформу вне зависимости от сферы вашей деятельности, бюджета и ресурсов.

Если говорить о цене, удобстве и перспективах, Google AdWords — замечательный инструмент для продвижения ваших проектов. В этой книге мы затронули только основы. Немного попрактикуйтесь, и вы узнаете гораздо больше о системе AdWords и сможете эффективно использовать ее в собственных целях.

Не забывайте о том, что Google предлагает [Сертификационные экзамены AdWords](#) и [Бесплатные онлайн-курсы по Google Analytics](#). Это наверняка поможет вам приобрести новые знания.

**ЖЕЛАЕМ УДАЧИ!**

