

Google Adwords

Prezentare realizată de:
Adriana

Ce definim?

CPC - CPM

- CTR
- Scor de calitate
- CPC mediu
- Cerinte pentru a deveni persoana calificata

CPC - CPM

În campaniile direcționate spre rețeaua de căutare, puteți să setați o sumă licitată CPC (cost-pe-clic) pentru fiecare grup de anunțuri sau cuvânt cheie din campanie. Suma dvs. licitată **CPC** reprezintă **suma pe care sunteți dispus să o plătiți pentru un clic pe anunțul dvs. când acesta apare pe Google sau pe unul dintre site-urile partenere. În campaniile direcționate spre rețeaua de conținut**, dvs. propuneți fie o sumă licitată CPC, fie o sumă licitată **CPM** (cost-pe-mia de afișări) pentru fiecare grup de anunțuri, cuvânt cheie sau destinație de plasare din campanie. O sumă licitată CPM reprezintă **suma pe care sunteți dispus să o plătiți pentru fiecare 1000 de apariții ale anunțului dvs. pe unul dintre site-urile partenere Google**. Aceasta înseamnă că plătiți când anunțul dvs. apare, indiferent dacă un utilizator face sau nu clic pe acesta.

Rata de clic CTR

Rata de clic (CTR) reprezintă **numărul de clicuri** primite de anunțul dvs., **împărțit la numărul de apariții ale anunțului** (afișări) doar prin intermediul căutării Google. Atât anunțurile, cât și cuvintele dvs. cheie au fiecare propriile CTR, proprii performanței campaniei dvs.

Rata de clic a unui cuvânt cheie este un indicator semnificativ al relevanței sale pentru utilizator și pentru succesul de ansamblu al cuvântului cheie. CTR este, de asemenea, utilizat pentru a determina

Scorul de calitate al cuvântului dvs. Cheie.

O rată de clic redusă poate indica o performanță slabă a cuvântului cheie, arătând necesitatea optimizării anunțului sau a cuvântului cheie.

Scor de calitate

Se calculează un **Scor de calitate** de fiecare dată când cuvântul dvs. cheie se potrivește cu o interogare de căutare, adică de fiecare dată când cuvântul dvs. cheie are potențialul de a afișa un anunț.

[Click movie](#)

Scor de calitate

Scorul de calitate este utilizat în diferite moduri, acesta:

- influențând costurile-pe-clic reale (CPC) ale cuvintelor dvs. cheie
- estimând sumele pentru afișarea în prima pagină pe care le vedeți în contul dvs.
- determinând dacă un cuvânt cheie este eligibil să intre în licitația publicitară când un utilizator introduce o interogare de căutare
- afectând nivelul clasării anunțurilor .

Scor de calitate

În general, cu cât Scorul de calitate este mai mare, cu atât costurile dvs. vor fi mai reduse, iar poziția anunțului dvs. va fi mai bună.

Formula care stă la baza calculării Scorului de calitate diferă în cazul anunțurilor de pe Google sau din rețeaua de căutare și în cazul anunțurilor din rețeaua de conținut.

Scorul de calitate pentru Google și rețeaua de căutare

Scorul de calitate pentru rețeaua de conținut

[detalii](#)

CPC mediu

Costul mediu pe clic (CPC med.)

- Suma medie pe care o plătiți de fiecare dată când cineva face clic pe anunțul dvs. Costul mediu pe clic este determinat prin împărțirea costului total al clicurilor la numărul clicurilor primite.

Exemplu: dacă anunțul dvs. primește două clicuri, unul având un cost de 0,60 RON, iar celălalt de 1,20 RON, costul dvs. mediu pe clic pentru respectivele clicuri este de 0,90 RON.

Cerințe pentru a deveni persoană calificată

1. Înscrieți-vă în program și păstrați-vă starea de persoană eligibilă. Aceasta înseamnă că ați acceptat Regulile de utilizare și că nu le încălcați.
2. Gestionați cel puțin un cont AdWords (al dvs. sau al altcuiva) în Centrul meu de clienți timp de 90 de zile.
3. Realizați și mențineți un nivel al cheltuielilor de cel puțin 1.000 USD (sau echivalentul în moneda locală) pentru contul Centrul meu de clienți (al dvs. sau al echipei dvs.) pentru o perioadă de 90 de zile.
4. Conectați contul MCC la Contul de companie din cadrul programului Profesioniști în publicitate Google.

Ce urmează?

- Măsurarea rezultatelor și redefinirea obiectivelor.
- Creșterea conversiilor prin teste specifice.
- Măsurați, redefiniți, îmbunătățiți, dezvoltați, creșteți afacerea online pentru o reușită profitabilă atât financiar, cât și ca imagine.

Muțumesc

Adriana Ceașescu

www.usi.ro

adriana@adriana.ro