



15 украинских советов по работе с Google Adwords от «Сотника»

За последние три года активность Google AdWords в Украине заметно выросла. Предприниматели, работающие с контекстной рекламой в Интернете, увеличивают бюджеты и вкладывают их именно в Google AdWords.

Давайте с вами разберёмся, почему украинский бизнес отдаёт предпочтение именно этому сервису контекстной рекламы?

В этом нам поможет Юрий Сотник — основатель компании «Сотник», которая специализированно занимается продвижением именно и только через Google AdWords.

Когда один бизнес выживает, другой — процветает

Борьба за клиента обостряется. Все меньше рынков с низкой конкуренцией. Стандартная реклама не так эффективна, как раньше. А цена привлечения одного клиента постепенно увеличивается.

Это если всё делать, как остальные. Стандартно и по старинке. Прогрессивный руководитель должен думать о будущем и просчитывать всё на несколько шагов вперёд.

Контекстная реклама уже давно привлекла внимание рекламодателей, но у них до сих пор нет понимания, как с ней грамотно работать, чтобы она не съедала бюджет.

Опыт показывает, что если контекстной рекламой заниматься самостоятельно — цена за клиента будет минимум в 3 раза выше, чем может быть на самом деле. Вывод: кто-то теряет деньги.

Но вывод может быть и абсолютно противоположным, если бизнес прекратит заниматься экспериментами, а доверится тем, кто в этом уже ас.

Google AdWords — реклама прямого отклика № 1

Google AdWords сегодня в тренде по одной простой причине — вы оплачиваете не размещение и не клик (как это делается в других системах контекстной рекламы), а конкретного клиента.

Вспомните, сколько вы тратили денег на рекламу по радио, ТВ, размещение биллбордов — и за что вы платили? За размещение, а не клиентов. И как — средства оправдывали результат?

«Чтобы убедиться во всех прелестях рекламы Google AdWords, нужно провести тестовую кампанию с небольшим бюджетом, и всё станет на свои места. Именно так начинали наши клиенты, теперь они постоянно с Google AdWords» — так говорит Юрий Сотник.

Итак, давайте разберём с вами преимущества системы Google AdWords, чтобы понимать, на чём основано растущее внимание к системе со стороны украинского бизнеса:

1. Она не раздражает людей, а показывается только тем, кого интересует рекламируемый продукт.
2. Рекламная кампания может корректироваться в режиме реального времени без ожиданий, пока закончится бюджет, выделенный на стартовый проект.
3. Вы можете показывать рекламу жителям конкретного региона и настраивать (а также тестировать) точное время трансляции.
4. Реклама запускается в тот же день, как вы хотите (идеальный вариант для продвижения срочных акций и специальных предложений).
5. Возможность быстро отслеживать, какой именно вариант рекламы приносит максимальную эффективность.

Для наглядности и более точного понимания давайте проведем аналогию. Вспомните, сколько звонков нужно было совершить вашим менеджерам по продажам, чтобы поговорить хотя бы с одним заинтересованным клиентом?

А теперь представьте, что каждый клиент, которому они звонят, заинтересован в покупке. Как вы думаете, насколько увеличится эффективность?

Контекстная реклама Google AdWords будет выполнять функции таких менеджеров, которые обращаются только заинтересованным клиентам. И самое главное — она сама их находит. Вы просто задаёте нужные параметры.

Таким образом, Google AdWords — это не реклама, а виртуальный менеджер по продажам. Наиболее эффективный менеджер в вашем штате.

И Google AdWords — пожалуй, самый справедливый инструмент контекстной рекламы: высокие позиции получают не те, кто больше платит, а у кого сообщение наиболее привлекательно для целевой аудитории. Давно вы встречали справедливые возможности для честной конкуренции?

И да, Google в Украине занимает 60-70% рынка поиска.

Кому доверить сопровождение кампаний в Google AdWords?

Наиболее острый вопрос для начинающего работать с контекстной рекламой.

Ответ №1 — не занимайтесь этим самостоятельно, если хотите добиться максимального эффекта с первых дней. Для вас это новая область, а с деньгами экспериментировать никто не любит, особенно со своими.

Ответ №2 — принимайте решение, тщательно изучив возможности и оценив степень профессионализма специалистов по контекстной рекламе.

Позвольте вам просто рассказать о компании «Сотник», чтобы вы получили представление о том, на какие параметры нужно обращать внимание при выборе.

«Сотник» — пожалуй, единственная компания в Украине, которая целенаправленно занимается продвижением бизнеса именно в Google AdWords. Узкая ниша, узкая специализация.

Преимущества вы понимаете сами. Например, если вы хотите, чтобы ваш ребенок выучил испанский язык, в какую школу вы его отдадите — в школу иностранных языков или в узкоспециализированную школу по изучению испанского языка?

Если говорить фактами о компании «Сотник», достаточно ознакомиться с такой информацией:

1. Корпоративный опыт работы с Google AdWords — 6,5 лет.
2. Каждый сотрудник прошел сертификацию в Google AdWords и имеет подтверждающий документ.
3. Количество клиентов — 232 (на момент публикации этой статьи).

Большое внимание уделяется разработке концепции. Клиент озвучивает цель, ожидания и формулирует объект рекламы. Под эти задачи разрабатывается единая концепция, продумываются тексты объявлений, проводится предварительное тестирование и внедряется готовое решение.

Более того, как читатель этой статьи, вы можете заказать **БЕСПЛАТНЫЙ РАСЧЁТ** бюджета кампании для своей ниши. Для этого просто перейдите по [этой ссылке](#).

15 советов по рекламе в Google AdWords для новичков и бывалых

Юрий Сотник специально для читателей этого материала подготовил коллекцию из 15 дельных советов по настройке и сопровождению контекстной рекламной кампании в Google AdWords.

1. Платите меньше за первые места, вместо этого повышайте показатель качества ключевых слов.
2. Используйте ремаркетинг, чтобы постоянно о себе напоминать клиентам.
3. Правильно структурируйте свой профиль в Google AdWords, разбивайте слова на группы объявлений и кампании.
4. Используйте максимальное количество расширений (дополнительные ссылки, номера телефонов, мобильные приложения и т.д.).
5. Внедряйте автоподстановку поисковых запросов пользователей в объявления.
6. Применяйте перекрестные минус-слова.
7. Свяжите Google AdWords с Google Analytics.
8. Используйте списки так называемых «минус-слов».
9. Адаптируйте объявления под мобильные телефоны.
10. Чаще занимайтесь тестированием различных видов объявлений.
11. Используйте удлиненные тексты объявлений.
12. Включайте в тексты объявлений ключевые слова.
13. Используйте точку в конце первой строки описания — тогда она перенесётся в заголовок, если объявление попадает в ТОП-3.
14. Практикуйте точное соответствие для проверенных на практике запросов.
15. Активно тестируйте тексты объявлений.

И самый бесценный совет — не занимайтесь самостоятельными экспериментами, если у вас нет опыта работы с Google Adwords. Когда будете выбирать, всегда рассмотрите предложение компании «Сотник».

А начать можно прямо сейчас с [бесплатного расчета бюджета для своей ниши](#).

P.S. Если вы еще не работаете с Google AdWords, ваши конкуренты уже это делают. На вопрос «Почему?» ответьте сами...