

Разширени настройки на кампанията

Избирането на настройките за кампаниите е изключително важна стъпка за гарантирането на успеха на рекламите от AdWords на клиента Ви. Чрез оптимизиране на настройките можете да прецизирате насочването на рекламните кампании и да увеличите максимално ефективността им. Ето някои от опциите, налични в разширените настройки на кампанията.

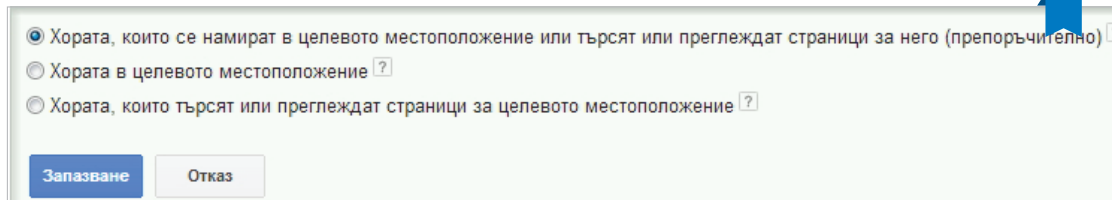
1. Разширени опции за местоположение

Разширените опции за местоположение Ви позволяват да изключите или достигнете до хора въз основа на вероятното им местоположение или на местата, които търсят.

За целта Google AdWords взема предвид IP адреса на потребителя и неговите думи за търсене.

Съществуват три възможни опции за прецизиране на географското насочване към потребителите:

1. Насочване към потребители, които се намират на конкретно местоположение или които търсят свързана с него информация.
2. Насочване само към потребители, които се намират на конкретно местоположение.
3. Насочване към потребители, които търсят информация, свързана с дадено местоположение: Google ще взема предвид единствено думите за търсене, независимо къде географски се намира потребителят.



2. Изключвания на IP адреси

Възможно е да се предотврати показването на реклами от Google AdWords за определени IP адреси. Бихте могли да направите това, за да избегнете нежелани кликания.

За целта трябва само да посочите списъка с IP адреси, за които не искате да се показват рекламите.

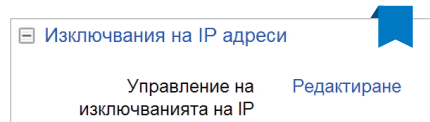
Можете да изберете отделни IP адреси или цели набори от такива адреси.

Настройките за управление на изключванията на IP адреси могат да бъдат намерени в „Разширени настройки“.

Имайте предвид, че изключванията на IP адреси се прилагат за цялата кампания на клиента Ви и, следователно, за всички рекламни групи.

Водещ съвет

За да проверите как се показват рекламите на клиента Ви и дали са изключени IP адреси, използвайте инструмента за визуализация и диагностика на реклами.



3. Разширена опция за оферирание

Можете да изберете опция за управление на офертите автоматично според данните за реализациите. Тази опция, наречена „подобрена CPC“, автоматично коригира офертите за макс. CPC в посока нагоре или надолу за всеки търг, за да спомогне за подобряването на възвръщаемостта на инвестициите.

За целта Google AdWords използва данни за реализации от последните 30 дни дейност.

Тази опция не е налице, ако не е настроено проследяването на реализации в AdWords.

Водещ съвет

Тази опция за оферирание се прилага за цялата кампания и, следователно, за всички рекламни групи.

☒ **Активиране на подобрената CPC** [?](#)
Ще използваме данните Ви от проследяването на реализации и офертите Ви, за да оптимизираме за **Реализации (една на кликване)**.
Можете да промените [показателя за офертите си за реализации](#), за да оптимизирате за

4. Коригиране на офертите

При коригиранията на офертите можете да увеличавате или намалявате офертите, за да получите по-голям контрол върху това, кога и къде се показват рекламите на клиента Ви. Тази опция се намира в „Настройки на кампанията“ > „График за показване на рекламите“.

Има три начина за коригиране на офертите: по устройство, местоположение и график за показване на рекламите.

Коригиранията на офертите на ниво кампания ще бъдат приложени върху офертите, които AdWords вече използва за показване на реклами, като например офертите на ниво ключова дума или на ниво рекламна група. С коригиранията на офертите разходите за отделни кликания може да варират, но цялостният дневен бюджет няма да се промени. Коригиранията на офертите за местоположения, дни, часове и който и да е от начините за насочване на ниво рекламна група могат да се задават от -90% до +900%. За мобилни устройства можете да задавате коригиранията на офертите в обхвата между -100% и +300%.

Водещ съвет

Бъдете разумни с коригиранията на офертите, тъй като те трябва да останат съобразени с дневния бюджет!

Задаване на коригиране на офертите (избрани са 2 рекламни графика)

Коригирането на офертите по-долу ще замени текущите корекции на офертите за избраните от Вас часове. [Научете повече](#)

Увеличение от %

Въведете число по-горе, за да видите пример.

[Извършване на промените](#) [Визуализация на промените](#) [Отказ](#) [Изпращане на отзиви за новата функционалност за редактиране](#)

<input type="checkbox"/>	Ден и час	Кор. на офертата ?	Кликвания ?	↓	Импр. ?	CTR ?	Ср. позиция ?
<input checked="" type="checkbox"/>	понеделник – цял ден	+ 0%	0		0	0,00%	0,0
<input checked="" type="checkbox"/>	вторник – цял ден	+ 0%	0		0	0,00%	0,0

Конфигурирането на кампаниите по този начин ще гарантира оптимално насочване към потенциалните клиенти. Използвайте всички налични опции, за да осигурите максимална възвръщаемост на инвестициите от рекламите от AdWords на клиента Ви.