

## Избиране на ключови думи

Избирането на ефективни ключови думи за рекламите на клиента Ви е изключително важно за достигането до точните хора в точното време. Колкото по-уместни са ключовите думи за рекламите, толкова по-висок ще е качественият рейтинг на рекламите. Така се увеличават шансовете рекламите на клиента Ви да постигнат по-високо класиране в Google Търсене.

### 1. Намиране на подходящи ключови думи

Поставете се на мястото на някой, който извършва търсене в мрежата, и помислете за думите или фразите, които би въвел в Google, за да намери фирмата на клиента Ви. Използвайте познанията си за фирмата му за целевия ѝ пазар, за да съставите списък с подходящи ключови думи.

#### Съвет

Използвайте синоними, имена на продукти, форми за единствено и множествено число, както и неправилно изписани думи, за да започнете да съставяте списъка с ключови думи.

Ключова дума (по уместност)
автомобили под наем
лимузина под наем
автомобили под наем софия
коли под наем

### 2. Добавяне на повече ключови думи

За да получите предложения за повече ключови думи, използвайте *инструмента за планиране на ключови думи*, намиращ се в раздела *Инструменти и анализ*. Той ще Ви помогне да намерите ключовите думи, които хората действително използват в своите търсения в мрежата.

*Инструментът за планиране на ключови думи* показва и месечни обеми на търсенето за предложените ключови думи по географска област, статистически данни и тенденции. Преди да добавите нови ключови думи към профила на клиента си, помислете за неговите цели в AdWords. Трябва да използвате по-конкретни ключови думи за действие или по-обща за повишаване на познаваемостта. Въпреки че по-конкретна ключова дума може да не се показва в толкова много търсения, тя ще бъде по-подходяща за потребителите отколкото обща ключова дума.

#### Съвет

Не забравяйте да изберете ключови думи, които имат малък обем на търсене, но съответстват по-точно на бизнеса на клиента Ви.

Търсене на идеи за ключови думи и рекламни групи

Въведете една или повече от следните:

Вашият продукт или услуга

Вашата целева страница

Вашата продуктова категория

Насочване

Всички местоположения

Всички езици

Google

Отрицателни ключови думи

Персонализиране на търсенето Ви

Филтри за ключови думи  
 Ср. търсения месечно: 0  
 Дел на рекл. импр.: 0%

Опции за ключови думи  
 Скриване на ключовите думи в профила ми

Скриване на ключовите думи в плана ми

Включване/изключване

Идеи

Ключова дума (по уместност)	Ср. търсения месечно	Качествена оценка
автомобили под наем	480	Висока
лимузина под наем	210	Ниска
автомобили под наем софия	210	Висока
коли под наем	4 400	Висока
почивка на море	8 100	Висока

### 3. Стратегия за подбор на ключовите думи и структура на рекламните групи

След като съставите списък с ключови думи за кампаниите на клиента си, те трябва да бъдат организирани. Това може да бъде направено най-добре чрез създаването на рекламна група за всяка конкретна тема, с която са свързани рекламите на клиента Ви.

Уверете се, че избягвате дублиране на ключови думи в отделните рекламни групи. Използвайте ключови думи заедно във фрази, за да избегнете показването на една дума в две различни рекламни групи.

#### В интерфейса на Google AdWords:

Създайте рекламни групи (раздел „Рекламни групи“) за кампанията на клиента си и добавете списъците с ключови думи, свързани с всяка рекламна група (раздел „Ключови думи“).

#### Съвет

Google не взема под внимание точки (.) и тирета (-) в ключовите думи. Затова например няма нужда да оферирате и за „Wi Fi“, и за „Wi-Fi“, тъй като Google ще счете и двете за дублирани. Главните букви също не се вземат под внимание от Google.

Идеи за рекламни групи		Идеи за ключови думи	
Рекламна група (по уместност)	Ключови думи	Ср. търсения месечно	Конкуренция
под наем (42)	автомобили под ...	11 800	Средна
хотели (14)	хотели в албена...	8 180	Висока
лимузина (5)	лимузина под на...	550	Ниска
лимузини под (6)	лимузини под на...	620	Средна
под наем (42)	автомобили по...		
хотели (14)	хотели в албен...		

### 4. Отрицателни ключови думи

Отрицателните ключови думи правят рекламите на клиента Ви по-насочени, като предотвратяват показването им при неподходящи търсения. Инструментът за планиране на ключови думи може да Ви помогне да намерите предложения за отрицателни ключови думи.

Когато добавяте отрицателни ключови думи, трябва само да ги включите в списъка с ключови думи със знак „минус“ в началото. Например: -автомобилна застраховка

#### Съвет

Ако кампаниите на клиента Ви имат няколко рекламни групи, отрицателните ключови думи могат да спомогнат за предотвратяването на кръстосани кликания. Да приемем, че дадена кампания има рекламна група с ключовата дума „застраховка“, а друга – с ключовата дума „автомобилна застраховка“. Ако потребител търси „автомобилна застраховка“, биха могли да се покажат реклами и от двете рекламни групи. За да се показват единствено реклами от рекламната група за автомобилни застраховки, добавете отрицателната ключова дума „-автомобилна“ в общата рекламна група за застраховки.

Отрицателни ключови думи		
Ниво рекламна група		
Добавяне	Редактиране	Изтриване
Отрицателна ключова дума	Кампания	Рекламна група
[наемане на спортен автомобил]	Наемане на лимузини и автомобили	Сватби
[сравнение на наемания на автомобили]	Наемане на лимузини и автомобили	Сватби
[съпоставно наемане на автомобили]	Наемане на лимузини	Сватби
Отрицателна ключова дума	Кампания	Рекламна група
[наемане на спортен автомобил]	Наемане на лимузини и автомобили	Сватби
[сравнение на наемания на автомобили]	Наемане на лимузини и автомобили	Сватби