

# Мобилни реклами

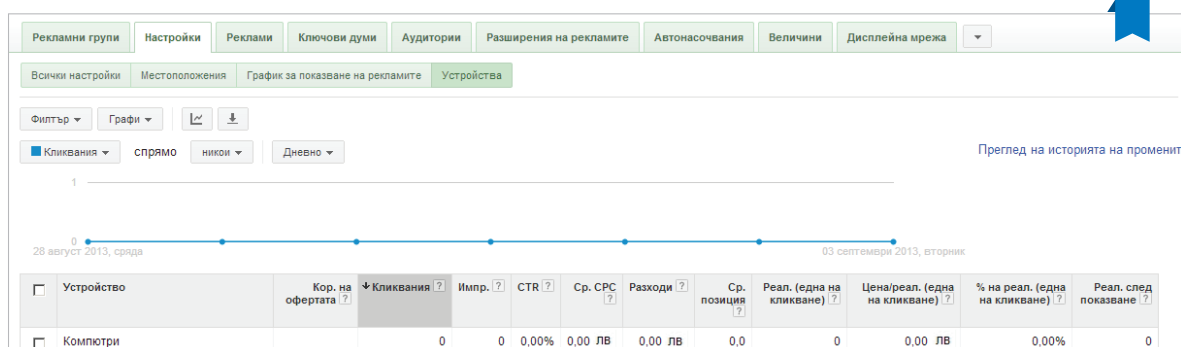
Платформата на Google AdWords помага на рекламоделите да достигат до хора в значими моменти на всички устройства. Поради това кампаниите винаги са насочени към всички устройства с възможности за оптимизиране за мобилни устройства и ситуацията, в която се намира потребителят, като например местоположение и час от денонощието. Мобилните реклами изискват коригирани оферти, рекламен текст и разширения, които могат да бъдат управлявани в една кампания.

## 1. Настройки

При подобрените кампании рекламоделите имат пълен контрол върху офертите за мобилни устройства. Те се задават на ниво кампания и ниво рекламна група. Въпреки че офертите могат също така да бъдат зададени на ниво ключова дума, офертата за мобилни устройства ще важи за всички ключови думи в дадена кампания.

### Водещ съвет

Тъй като страницата с резултати от търсенето на мобилен телефон съдържа само 2 челни рекламни позиции, уверете се, че давате конкурентна оферта за мобилни устройства.

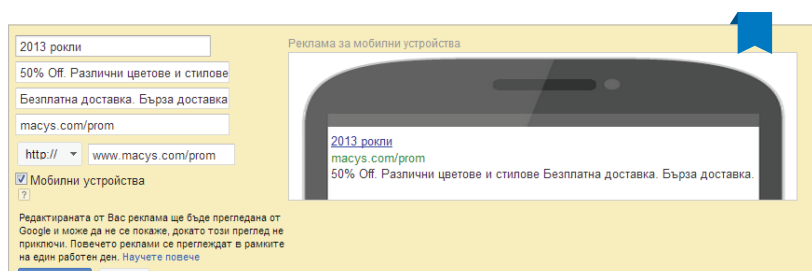


## 2. Предпочитани за мобилни устройства реклами

Рекламите, насочени към мобилни устройства, наблягат на различна ситуация, в която се намира потребителят, и изискват коригирано послание. В рамките на кампания рекламоделите може да посочи кои реклами са предпочитани за мобилни устройства. В тях текстът, URL адресът и връзките към сайта могат да бъдат приспособени.

### Водещ съвет

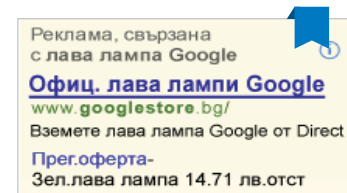
Коригирайте текста за мобилни устройства на подканващи фрази, които са по-подходящи за потребители в движение.



### 3. Разширения конкретно за мобилни устройства

За да предоставите на потребителя цялата подходяща информация в рекламата си, можете да покажете допълнителна информация към текста. За да откритите пред мобилните потребители инструмента си за търсене на магазини или специални отстъпки, предлагани в магазина Ви, или да използвате конкретен телефонен номер, можете да създадете връзки към сайта и разширения за обаждания конкретно за мобилни устройства.

- **Връзки към сайта:** С връзките към сайта можете да добавите допълнителни връзки под рекламния текст, които насочват към различни страници в уебсайта Ви. За мобилен потребител връзките към сайта с информация за връзка, упътвания и специални предложения, предлагани в магазина, може да са по-подходящи отколкото за потребител на настолен компютър.
- **Обаждаване чрез кликване:** Можете да добавите телефонния си номер, който ще се показва под рекламния текст. Върху този номер може да се кликва, което ще генерира директни обаждания от подходящи вероятни клиенти. Ако искате да ограничите рекламата си само до обаждания, можете да коригирате настройките, така че да може да се кликва само върху телефонния номер в нея. Цената за кликване върху номера е същата като CPC на рекламата.
- **Разширения за местоположение:** Освен телефонни номера и връзки към сайта можете да добавите местоположението на магазина си в рекламния си текст. Можете да увеличите офертите си за потребители, които са близо до физическото Ви местоположение. Това може да бъде особено полезно за стимулиране на мобилните потребители да посетят магазина Ви, ако са наблизо.
- **Разширения за оферти:** Разширенията за оферти Ви помагат да привлечете повече трафик към физическото си местоположение, като разпространяват популяризиациите Ви чрез кампания в AdWords. След като потребителят кликне върху „Преглед на офертата“, ще бъде пренасочен към целевата страница, където може да види офертата и или да я отпечата или запази онлайн, или да отиде в магазина. Тази функция Ви помага да измервате ефективността и да проследявате както онлайн трафика, така и посещаемостта на магазина си.



#### Водещ съвет

Използвайте насрочване на разширенията, за да показвате точното разширение в точното време. Напр. обаждане чрез кликване през работно време, а връзки към сайта, когато офисът е затворен.

### 4. Реализации на мобилни устройства

За да направите стойността на мобилното рекламиране измерима, можете да проследявате конкретно поведение на мобилни потребители. Обаждане чрез кликване, инструмент за търсене на магазини и разширения за оферти могат да бъдат проследявани като реализации. Ако определите стойността на тези действия, можете да установите и възвръщаемостта на инвестициите от мобилно рекламиране.

Можете да активирате реализациите при телефонно обаждане в раздела „Разширения на рекламните“. Когато създавате разширение за обаждания, необходимите настройки (предварително избрани за държавите, за които са налице) са:

1. Показване на рекламата ми с пренасочващ номер от Google
2. Отчитане на реализациите при телефонно обаждане – след това ще имате опция за определяне на минималната продължителност в секунди на обажданията, които искате да се считат за реализация.

Щом този тип реализация бъде активиран, можете да откриете допълнителния показател в отчитането в AdWords в „Персонализиране на графите“ > „Реализации“ > „Добавяне на реализация при телефонно обаждане“.