

Насочване по ключови думи

Опциите за съвпадение на ключовите думи Ви позволяват да стесните търсенията, които в действителност ще задействат рекламите от AdWords на клиента Ви. Колкото по-точни са съвпаденията на ключовите думи, толкова по-вероятно е ключовата дума и рекламата да бъдат уместни за потребителя, който търси това, което клиентът Ви предлага. Има четири опции за съвпадение на ключовите думи.

1. Широко съвпадение

Широкото съвпадение е опцията за съвпадение на ключовите думи по подразбиране в AdWords. С широкото съвпадение рекламата на клиента Ви ще бъде задействана, ако заявката за търсене на потребителя съдържа поне една от ключовите думи. Рекламата ще бъде показана и ако в търсенето се съдържат синоними, форми за множествено или единствено число, производни със същия корен, други уместни варианти или възможни неправилно изписани думи.

1	Тип на съвпадението	Купена ключова дума	Заявка за търсене	Показване на рекламите Ви
2	Широко	Наемане на лимузини	Наемане на лимузини	Да
3			Коли под наем	Да
4			Купуване на лимузина	Да
5			Цена за наемане на лимузини	Да
6			Наемане на лимузини	Да
7			Луксозен автомобил	Не

Водещ съвет

Когато използвате ключови думи с широко съвпадение, добавете и отрицателни ключови думи към рекламната група. Те ще помогнат за предотвратяване на показването на рекламите на клиента Ви при неподходящи търсения на потребителите.

2. Съвпадение по фраза

За да създадете ключова дума със съвпадение по фраза, поставете я в кавички, напр. „органични зеленчуци“.

При съвпадението по фраза рекламата на клиента Ви ще се показва на потребители, които са търсили по ключовата дума, но те могат да добавят думи пред или след нея (напр. купуване на органични зеленчуци онлайн). Рекламата може да бъде задействана и от близки варианти на ключовата дума, като например неправилно изписани думи, форми за множествено и единствено число, акроними, производни думи със същия корен или съкращения.

Тип на съвпадението	Купена ключова дума	Заявка за търсене	Показване на рекламите Ви
Съвпадение по фраза	„Наемане на лимузини“	Наемане на лимузини	Да
		Коли под наем	Не
		Купуване на лимузина	Не
		Цена за наемане на лимузини	Да
		Наемане на лимузини	Да
		Луксозен автомобил	Не
		Наемане на евтини лимузини	Да

Водещ съвет

Въпреки че съвпадението по фраза позволява по-точно насочване на рекламите, разширете списъка с ключови думи, така че да обхваща всички фрази, които определят продуктите и услугите на клиента Ви.

3. Точно съвпадение

Използвайте квадратни скоби, за да посочите точно съвпадение на ключова дума, напр. [български зеленчуци от Пловдив].

Точното съвпадение означава, че рекламата на клиента Ви ще се показва само за хора, чиято дума за търсене съвпада точно с използваната ключова дума. Ако потребителят добави допълнителна дума към думата за търсене, рекламата няма да се покаже. AdWords обаче пак взема предвид близки варианти, включително неправилно изписани думи, форми за множествено и единствено число, акроними, варианти със същия корен, съкращения и ударения.

Водещ съвет

Възможно е да използвате типовете на съвпадението и с отрицателни ключови думи.

Тип на съвпадението	Купена ключова дума	Заявка за търсене	Показване на рекламите Ви
Точно съвпадение	[Наемане на лимузини]	Наемане на лимузини	Да
		Коли под наем	Не
		Купуване на лимузина	Не
		Цена за наемане на лимузини	Не
		Наемане на лимузини	Да
		Наемане на евтини лимузини	Не
		Наемане на лимузини	Да

4. Модификатор на широко съвпадение

За да посочите модификатор на широко съвпадение, поставете „+“ пред ключовата дума, напр. +зеленчукови +семена.

Модификаторът на широко съвпадение позволява показването на рекламите на клиента Ви, когато потребителят търси близки варианти на ключовата дума с модификатора, т.е. неправилно изписани думи, форми за множествено и единствено число, съкращения, акроними и др., включително думи със същия корен. Рекламите няма да се показват, ако потребителите търсят по синоними или подобни думи или ако една от модифицираните ключови думи липсва. Рекламата например ще се показва, ако потребителят търси зеленчукови семена, зеленчуково семе или селенчукови семена.

Водещ съвет

Не забравяйте, че „+“ модифицира само думата, към която е прикачен. Трябва да поставите „+“ пред всяка дума в дадена фраза.

Тип на съвпадението	Купена ключова дума	Заявка за търсене	Показване на рекламите Ви
	+Наемане +лимузини	Наемане на лимузини	Да
		Коли под наем	Не
		Купуване на лимузина	Не
Модификатор на широко съвпадение		Цена за наемане на лимузини	Да
		Наемане на лимузини	Да
		Луксозен автомобил	Не
		Наемане на евтини лимузини	Да

Различните опции за ключови думи Ви позволяват да насочвате по-добре към хора, търсещи онлайн, да подобрите уместността на рекламите на клиента си и да оптимизирате цената на кликуване. Не бъдете обаче прекалено ограничителни при ключовите думи. Опитайте се да развиете стратегия за ключовите думи от най-широките опции до най-конкретните.