

Създаване на реклами

Рекламите на клиента Ви са лицето на неговите кампании, като привличат потребители и ги отвеждат до неговия уебсайт. Качеството на тези реклами е ключов елемент за успеха на кампаниите в AdWords.

1. Заглавие

Заглавието на рекламата може да съдържа максимум 25 знака. То трябва да привлича вниманието и да е интригуващо. Визуално заглавието е открито в синьо и подчертано, така че да изпъква.

Друг начин да отворите рекламите е да използвате вмъкване на ключова дума. Това автоматично ще замени заглавието на рекламата с ключовата дума, по която потребителят е търсил, което ще направи рекламата по-подходяща за него.

Да вземем за пример „наемане на лимузини“. Кодовият фрагмент за вмъкване на ключова дума ще бъде следният:

{Keyword : Местоположение Лимузини}

Думата или фразата, използвана като текст по подразбиране, ще се показва, когато дадена ключова дума не може да бъде динамично вмъкната в рекламата. В този пример думата „Лимузина“ ще се показва винаги, когато някой търси и задейства показването на рекламата, като използва думи, които не могат да бъдат включени в нея.

Ако потребител търси, като използва друг термин, например „Лимузина под наем“, фрагментът на рекламата, определен за заглавието, ще бъде заменен автоматично с „Лимузина под наем“, стига тази фраза да е част от списъка с ключови думи. Ако заявката за търсене е прекалено дълга, ключовата дума от фрагмента ще се показва по подразбиране.

Чрез вмъкването на ключова дума рекламата на клиента Ви става по-подходяща, тъй като съответства точно на заявката за търсене на потребителя.

2. Описание

Описателната част на рекламата трябва да включва подходящите търговски предимства на бизнеса на клиента Ви и да подканя потребителите да посетят уебсайта му и след това да извършат действие на него.

Разполагате с два реда от по 35 знака, за да кажете на потребителите какво прави бизнеса на клиента Ви уникален и защо трябва да изберат Вашия клиент. Опитайте се да включите някои ключови думи в рекламния текст – те ще се показват в удебелен шрифт, когато потребителят търси по тях.

При някои реклами, в които изглежда, че всеки ред е самостоятелно изречение и завършва с правилните препинателни знаци, първият описателен ред ще бъде преместен в заглавието и отделен с тире. В резултат от това някои от разположените на челни позиции реклами ще имат по-дълги заглавия.

Експериментирайте с няколко варианта на рекламата, за да тествате различните търговски предимства на клиента си. AdWords автоматично ще показва рекламата с най-добра ефективност.

Съвет

Когато използвате вмъкването на ключова дума, уверете се, че сте прегледали динамичните ключови думи, за да не се получават граматически грешки или неточности в рекламите при показването им.

Заглавие	Лимузини под наем
Първи описателен ред	Лимузини под наем компанията
Втори описателен ред	за всички ваши събития!
Показван URL	Loc-Limousines.bg
Целеви URL адрес	http://www.loc-limousines.bg/offre

Съвет

Рекламата на клиента Ви ще отговаря на условията да се показва на всички типове устройства: настолни компютри, таблети и мобилни телефони. Създайте оптимизирана за мобилни устройства реклама, пригодена за клиенти, сърфиращи от мобилни устройства, като поставите отметка в квадратчето до „Мобилни устройства“ до настройката „Предпочитание за устройство“.

Наемане лимузини—С или без шофьор? Поддайте заявка за безплатна оферта. Loc-Limousines.bg
или
Наемане на лимузини Със или без шофьор? Поддайте заявка за безплатна оферта. Loc-Limousines.bg

3. Показван URL адрес

Показваният URL адрес трябва да указва на потребителя към кой сайт ще бъде пренасочен. URL адресът се показва в зелено в рекламата и трябва да съдържа не повече от 35 знака.

URL адресът обикновено е адресът на уебсайта на клиента Ви. Ако е прекалено дълъг, можете да изтриете „www.“ от началото на уеб адреса, с което да спестите четири знака.

Съвет

Оптимизирайте това пространство, като включите ключова дума. Добавете „/ключова дума“ в края на уеб адреса на клиента Ви, дори ако тази страница не съществува в сайта.

Коли под наем

Наемете престижен автомобил!
За всякакви събития

Hire-Limousines.bg/prestigious-car

Наемане на лимузини

Фирма за наемане на лимузини
За всички Ваши събития!

Hire-Limousines.bg

4. Целеви URL адрес

Целевата страница е уеб страницата, към която потребителят ще бъде пренасочен, когато кликне върху рекламата на клиента Ви. Тя може да е различна от показвания URL адрес, но трябва да принадлежи към същия домейн. Тя не е видима за потребителя.

Целевата страница трябва да съответства на съдържанието на рекламния текст. Изберете страница, която включва предложението, търговските предимства, продуктите или преимуществата, посочени в рекламата.

Колкото по-уместна е целевата страница за съдържанието на рекламата, толкова по-доволен ще бъде потребителят и толкова по-склонен да предприеме желаното действие.

Съвет

Можете да тествате различни целеви страници, като създадете няколко реклами за една и съща рекламна група. Трябва само да се уверите, че всички реклами имат едно и също име на домейн.




Заглавие	Коли под наем
Първи описателен ред	Наемете луксозна кола
Втори описателен ред	за вашата сватба. Free цитат.
Показван URL ?	Loc-Limousines/voiture-mariage

Затова качеството и уместността на рекламите са ключови за привличане на вниманието на потребителя. За няколко секунди той трябва да разбере какво предлага клиентът Ви.

[Наемане на автомобили](#)
Наемете луксозен автомобил за сватбата си. Безплатна оферта.
Loc-Limousines.bg/voiture-mariage

www.loc-limousines.bg/location-voiture-mariage.html

Loc-limousines.bg Тел.: 01 23 45 67 89

Събити

Фамилен име:

Собствено име:

Начален адрес:

Резервиране

