



GOOGLE ADWORDS TOÀN TẬP

TẠO BỞI: MIKE TRAN

BUỔI 1: LÀM QUEN VỚI GOOGLE ADWORDS

- Google Adwords là gì?
- Vai trò của Google Adwords
- Phân loại tài khoản Adwords
 - Tài khoản quản lý
 - Tài khoản thông thường
 - Cấu trúc của tài khoản Adwords
- Các thuật ngữ chuyên môn
- Từ khóa là gì?
 - Định nghĩa về từ khóa
 - Các định dạng từ khóa và vai trò của từ khóa.
- Nhóm từ khóa theo hành vi người dùng
- Mẫu quảng cáo (thông điệp)
- Tối ưu hóa trang đích (landing page)
- Điểm từ khóa

GOOGLE ADWORDS LÀ GÌ ?



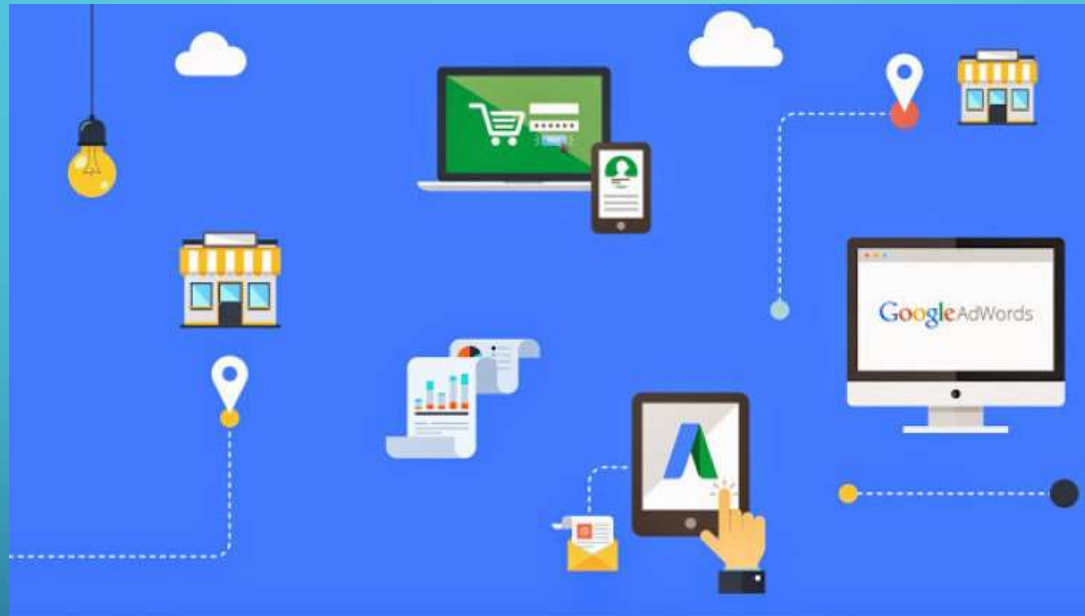
Search Engine

Google

Display Network

- Là công cụ quảng cáo của Google, bao gồm cả tìm kiếm và mạng hiển thị
- Công cụ tiếp cận khách hàng với các kênh tìm kiếm, banner hiển thị, video, mobile.

VAI TRÒ CỦA ADWORDS NHƯ THẾ NÀO?



- Hệ sinh thái hiện nay của Google đã phủ rộng khắp với các kênh từ tìm kiếm, thông tin, giải trí.
- Từ thiết bị máy vi tính, di động
- Google Adwords nắm vai trò đủ rộng và đúng mục tiêu trong quy trình marketing online.

PHÂN LOẠI TÀI KHOẢN GOOGLE ADWORDS

- Google Adwords có 2 loại tài khoản như sau:
 - Tài khoản thường (đơn lẻ)
 - Tạo chiến dịch quảng cáo
 - Quản lý người dùng
 - Thông tin thanh toán
 - Phù hợp với mô hình nhỏ lẻ.
 - Tài khoản Quản Lý (My client center –MCC)
 - Quản lý nhiều tài khoản đơn lẻ cùng lúc
 - Tạo chiến dịch quảng cáo xuyên suốt các tài khoản đơn lẻ
 - Không được chỉnh sửa thông tin thanh toán trong trường hợp tài khoản lẻ có email admin quản lý riêng.
 - Xuất báo cáo hàng loạt các chiến dịch cũng như tài khoản khác nhau
 - Phù hợp với mô hình vừa và lớn, nhiều sản phẩm và dịch vụ hoạt động marketing cùng lúc.
 - Quản lý người dùng từ MCC và người dùng cùng cấp trở xuống trong tài khoản đơn lẻ.
 - Chỉ cần đăng nhập 1 email duy nhất

CẤU TRÚC CỦA TÀI KHOẢN ADWORDS



Luôn xác định trước cấp độ cần chỉnh sửa và theo thứ tự
“CHỌN BÊN TRÁI – LÀM BÊN PHẢI”

CÁC THUẬT NGỮ CHUYÊN MÔN

Các thuật ngữ có ý nghĩa gì ?

Impressions, Clicks, CPC, CTR, CPA, Total Cost, Conversions, Conversions Rate, landing page.

	Impressions	Clicks	CPC	Total Cost	CTR	Conversions	Conversion Rate	CPA
A	1134	55	\$ 0.89	\$ 48.95	5%	5	9%	\$ 9.79
B	1134	123	\$ 1.36	\$ 167.28	11%	11	9%	\$ 15.21
C	2256	225	\$ 0.89	\$ 200.25	10%	11	5%	\$ 18.20

QUY TRÌNH TRIỂN KHAI GOOGLE ADS



1. XÁC ĐỊNH MỤC TIÊU CHIẾN DỊCH



- **Mục tiêu của chiến dịch có thể là:**
 - ✓ Bán sản phẩm, dịch vụ
 - ✓ Khảo sát thông tin
 - ✓ Đăng ký thành viên
 - ✓ Tải phần mềm / hình ảnh
 - ✓ Đặt hàng

2. NGÂN SÁCH, GIÁ DỰ TÍNH VÀ ĐỐI TƯỢNG MỤC TIÊU



1. Ngân sách ?

1. Dự trù ngân sách để tối đa lợi nhuận của ngân sách mang lại

2. CPC:

1. Dự tính giá nhấp chuột để có con số chiến dịch dự tính.

3. Đối tượng: hãy tìm hiểu người dùng của bạn:

- Vị trí địa lý
- Độ tuổi
- Giới tính
- Sở thích

TỪ KHÓA LÀ GÌ?

- Định nghĩa của từ khóa.
- Cấu trúc của từ khóa, các định dạng từ khóa.
- Phân loại và định hình từ khóa theo từng nhóm nhỏ.
- Dùng từ khóa để định nghĩa người dùng.

ĐỊNH NGHĨA CỦA TỪ KHÓA

- Từ khóa mang tính chất phản ánh hành vi, mong muốn của người tiêu dùng.
- Từ khóa là câu chữ khi người tiêu dùng gõ vào thanh công cụ tìm kiếm.
- Từ khóa không được dài hơn 10 chữ hoặc 80 ký tự



CẤU TRÚC VÀ CÁC ĐỊNH DẠNG TỪ KHÓA.

Định dạng	Ký hiệu kỹ thuật	Kết quả phù hợp	Ví dụ	Quảng cáo sẽ hiển thị
Mở rộng	không có	sai chính tả, ký tự, tìm kiếm liên quan, gần đúng	biệt thự quận 9	mua nhà quận 9
Mở rộng có điều kiện	dấu + từng chữ	Bắt buộc các chữ trong từ khóa có dấu + hoặc các chữ gần đúng	+biệt +thự +quận +9	mua biệt thự tại quận 9
Cụm từ	2 dấu " ở đầu và cuối từ khóa	Bắt buộc các chữ trong từ khóa phải theo thứ tự theo 1 cụm, không được tách chữ trong 1 từ khóa	"biệt thự quận 9"	mua biệt thự quận 9
Chính xác	2 dấu [] (ngoặc vuông) ở đầu và cuối từ khóa	yêu cầu chính xác hoặc từ sai chính tả gần đúng	[biệt thự quận 9]	biệt thự quận 9

Phủ Rộng

Liên Quan Cao

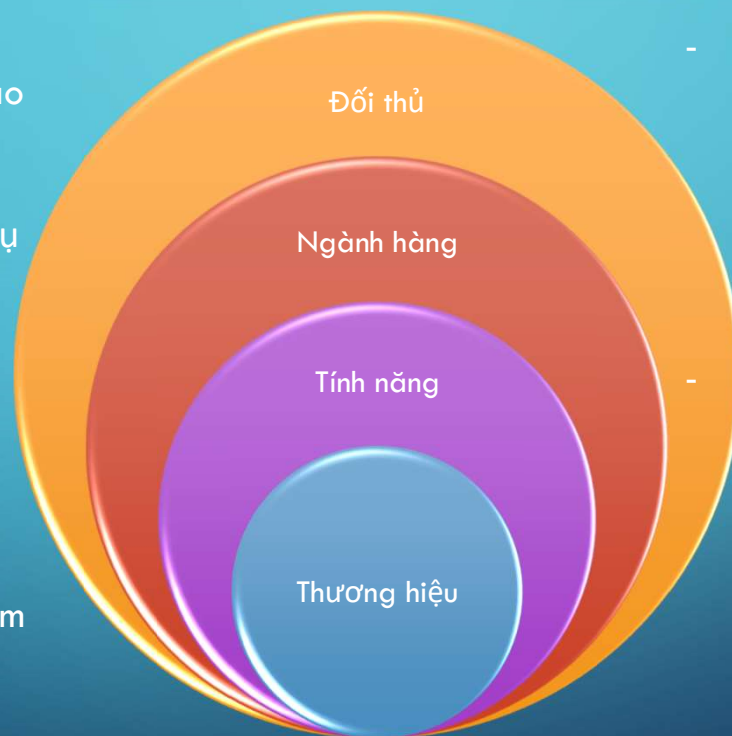
- Tùy thuộc vào từng nhu cầu cũng như hành vi người dùng với ngành hàng.
- Tips: có thể sử dụng cả 3 định dạng cùng lúc trong 1 nhóm từ khóa.

CÁC VẤN ĐỀ HAY GẶP PHẢI KHI LỰA CHỌN CÁC ĐỐI SÁNH TỪ KHÓA

Keyword: sửa đồng hồ									
☐	Search term	Match type	Added/Excluded	Ad group	Clicks	↓ Impr.	CTR	Avg. CPC	Cost
Total: Filtered search terms					1,722	4,530	38.01%	₫4,022	₫6,925,834
☐	sửa đồng hồ	Exact match	✓ Added	sửa dh	42	130	32.31%	₫3,655	₫153,498
☐	bệnh viện đồng hồ	Broad match	None	sửa dh	18	105	17.14%	₫3,771	₫67,871
☐	phụ kiện đồng hồ	Broad match	None	sửa dh	26	103	25.24%	₫4,433	₫115,264
☐	xi lại đồng hồ tphcm	Broad match	None	sửa dh	15	63	23.81%	₫3,236	₫48,544
☐	xi mạ đồng hồ tphcm	Broad match	None	sửa dh	13	63	20.63%	₫4,565	₫59,350
☐	dây đồng hồ swatch	Broad match	None	sửa dh	4	60	6.67%	₫4,434	₫17,737
☐	sửa vali	Broad match	None	sửa dh	1	55	1.82%	₫4,706	₫4,706
☐	khóa bướm đồng hồ tphcm	Broad match	None	sửa dh	11	54	20.37%	₫4,631	₫50,937
☐	sửa cân nhơn hòa	Broad match	None	sửa dh	4	51	7.84%	₫3,885	₫15,538
☐	xi mạ đồng hồ	Broad match	None	sửa dh	5	50	10.00%	₫2,194	₫10,972
☐	bán đồng hồ xe dylan	Broad match	None	sửa dh	2	45	4.44%	₫3,285	₫6,570
☐	thay dây đồng hồ swatch tphcm	Broad match	None	sửa dh	2	42	4.76%	₫3,740	₫7,479
☐	sửa đồng hồ thông minh tphcm	Phrase match	None	sửa dh	8	40	20.00%	₫4,600	₫36,797
☐	sửa đồng hồ đeo tay ở								

NHÓM TỪ KHÓA THEO TỪNG HÀNH VI

- Thương hiệu:
 - Tất cả các từ khóa có bao gồm chữ liên quan đến thương hiệu của doanh nghiệp, sản phẩm, dịch vụ
- Tính năng:
 - Tất cả các từ khóa liên quan đến các tính năng của sản phẩm, dịch vụ.
 - Có thể chia thành nhiều nhóm từ khóa khác nhau với các tính năng khác nhau cho cùng 1 sản phẩm dịch vụ.

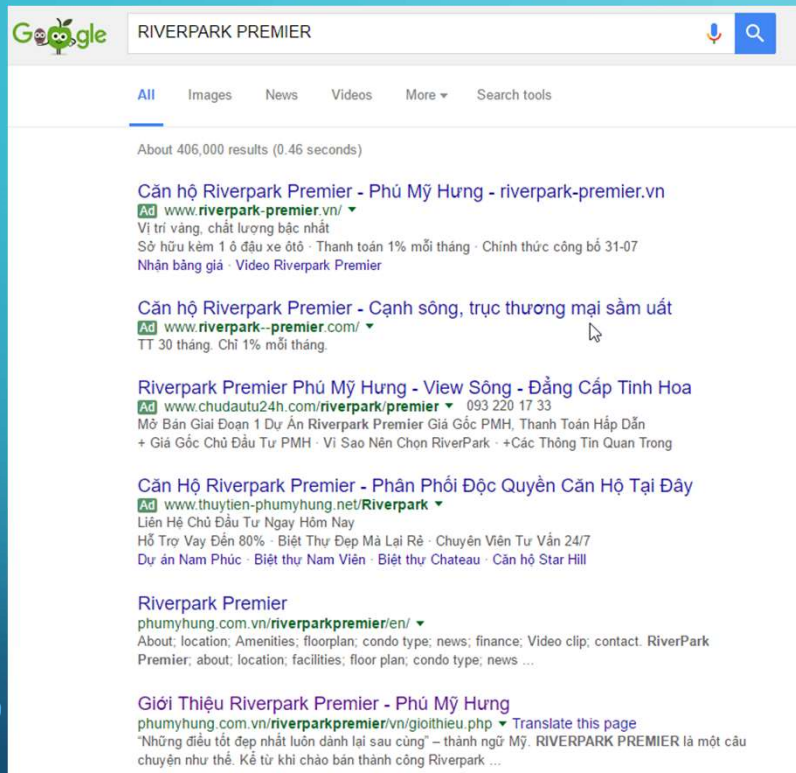


- Ngành hàng
 - Tất cả các từ khóa liên quan đến ngành hàng của doanh nghiệp, sản phẩm, dịch vụ
 - Có thể chia thành nhiều nhóm khác nhau
- Đối thủ:
 - **KHÔNG KHUYẾN CÁO SỬ DỤNG**
 - Tạo hiệu ứng với người tiêu dùng tìm kiếm đến thương hiệu của đối thủ
 - Mang lại cho người tiêu dùng thêm lựa chọn.

LỰA CHỌN PHÂN NHÓM TỪ KHÓA

- Tốt nhất từ khoản 30 từ khóa trở lại, dù Google cho phép lên tới 2,000 từ khóa / nhóm
- Tất cả từ khóa trong 1 nhóm phải có chung 1 hành vi.
- Luôn ưu tiên các từ khóa mang lại hiệu quả cao (từ khóa chi tiết)
- Dùng từng nhóm từ khóa để phân loại hành vi của người dùng.

THÔNGIỆP QUẢNG CÁO



- Là các câu chữ hiển thị, dùng để trình bày cũng như diễn giải về sản phẩm, dịch vụ, hay giá cả, chương trình v.v...

Các quy định về mặt kỹ thuật:

Trang đích:

- Đường link website khi người dùng click vào.
- Gọi là trang đáp (landing page)

Tiêu đề (gồm 3 dòng):

- Tối đa mỗi dòng 30 ký tự bao gồm khoảng trắng

Display Path (gồm 2 phần)

- Đường dẫn giả lập, tạo sự thân thiện với người dùng
- Mỗi phần tối đa 15 ký tự

Diễn giải (gồm 2 dòng):

- Tối đa 90 ký tự bao gồm khoảng trắng

THÔNGIỆP QUẢNG CÁO

New text ad

Final URL
<https://otophuman.vn/danh-muc/xe-tai/xe-tai-isuzu/>

Headline 1
{Keyword:Đại Lý Chính Thức Xe Tải Isuzu}

Headline 2
Còn chờ gì nữa, xem xe ngay.

Headline 3
Xe có sẵn, giao xe ngay & luôn

Display path
[www.otophuman.vn](#) / [xe tải](#) / [isuzu](#)

Description 1
Khuyến mãi 100% chi phí giấy tờ lăn bánh, Tiết kiệm nhiên liệu: 10 lít dầu/100km

Description 2
Phân phối chính thức các dòng xe tải Isuzu, hỗ trợ nhiệt tình tận tâm, xem ngay.

Ad URL options

1 of 2 previews

Phần ví dụ để xem trước quảng cáo

Mobile

Đại Lý Chính Thức Xe Tải Isuzu | Còn chờ gì nữa, xem xe ngay. | Xe có sẵn, giao xe ngay & luôn

Ad [www.otophuman.vn/xe_tai/isuzu](#)

Khuyến mãi 100% chi phí giấy tờ lăn bánh, Tiết kiệm nhiên liệu: 10 lít dầu/100km. Phân phối chính thức các dòng xe tải Isuzu, hỗ trợ nhiệt tình tận tâm, xem ngay. Đại Lý Chính Thức. Xe Luôn Có Sẵn. Tư Vấn Hỗ Trợ Nhiệt Tình. Thượn...

Xe Tải Faw 7 tấn 4

Xe Tải DongFeng

Xe Tải Jac

Xe Tải Dongben

Call 0909063588

Có hỗ trợ qua tin nhắn

Phần trình bày

Your ad might not always include all of your text. Some shortening may also occur in some formats. You can make sure that certa

NHỮNG ĐIỀU CẦN LƯU Ý KHI VIẾT MẪU QUẢNG CÁO

1. Thu hút khách hàng bằng cách thể hiện những điều họ cần.
2. Luôn tôn trọng khách hàng tiềm năng.
3. Bao gồm từ khóa chiến lược nằm trong mẫu quảng cáo.
4. Tham khảo các mẫu quảng cáo của đối thủ đang chạy.
5. Kết thúc mẫu quảng cáo bằng các động từ mạnh (call to action)
6. Cố gắng không nên viết tắt trong mẫu quảng cáo.
7. Tạo nhiều mẫu quảng cáo với cách nói khác nhau để tạo sự khác biệt, tốt nhất là khoản 3 mẫu / nhóm

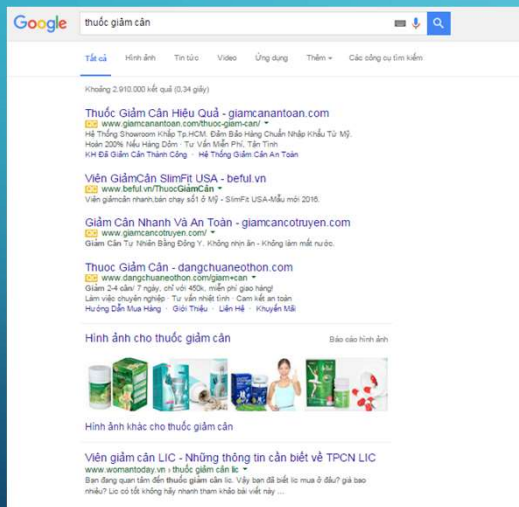


TỐI ƯU LANDING PAGE

- Xách định landing page
- Thực hiện website với 3 cấu trúc Relevant, Original, Transparent
- Luôn ưu tiên người dùng cần xem thông tin gì, chủ website cần người dùng thực hiện thao tác gì.
- Tập trung vào First Screen
- Sử dụng Google Page Speed để kiểm tra chất lượng.

XÁC ĐỊNH LANDING PAGE

Quảng cáo



Trang đích



Website của bạn



TỐI ƯU HÓA LANDING PAGE



- Về chất lượng:

- Bảo đảm dẫn dắt người dùng đến mục đích thông tin họ cần.
- Thông tin trên website không được phép copy.
- Bảo đảm tính minh bạch giành cho người dùng.

- Về giao diện:

- Người dùng cần xem thông tin gì?
- Chủ website cần người dùng thấy gì?
- Chủ website cần người dùng làm gì?

- Về Kỹ thuật:

- Đảm bảo tốc độ tải trang, đặt biệt Ưu tiên mobile.
- Google Page Speed Test.

ĐIỂM TỪ KHÓA

- Sự liên quan giữa từ khóa với câu lệnh của người tiêu dùng tìm kiếm
- Sự liên quan giữa từ khóa và câu chữ trong thông điệp quảng cáo
- Chất lượng của trang đích
- Điểm từ khóa có thang điểm từ 1 ~ 10, điểm càng cao giá trị quảng cáo càng tốt (giá click, vị trí quảng cáo)