לימוד עקרונות הפירסום בגוגל

Google AdWords

דפי יישום להרצאה אינטרנטית

(מומלץ להדפיס)

לילך דרור מארחת את :

גיל סנדרוביץ' (אינטרנט און-ליין)

4 המרכיבים להקמת קמפיין פרסום בגוגל

מרכיב 1 : _____

_____

_____

מרכיב 2 : _____

_____

_____

מרכיב 3 : _____

_____

_____

מרכיב 4 : _____

_____

_____

ניתן להתקשר כעת **03-6-555-155** **(מוקד טלפוני 24/7)**

כל הזכויות שמורות © לילך דרור | מגירות 2010

8 השלבים להקמת קמפיין מנצח

שלב 1 : _____

_____

_____

שלב 2 : _____

_____

_____

שלב 3 : _____

_____

_____

שלב 4 : _____

_____

_____

שלב 5 : _____

_____

_____

שלב 6 : _____

_____

_____

שלב 7 : _____

_____

_____

שלב 8 : _____

_____

_____

ניתן להתקשר כעת **03-6-555-155** **(מוקד טלפוני 24/7)**

כל הזכויות שמורות © לילך דרור | מגירות 2010

התקנה בסיסית :

בחרו את השפה שלכם
בחרו את המיקום שלכם
בעולם/ארצית
אזורים וערים
ו "מותאמת" (Customized)

המודעה בגוגל :



כתבו את המודעה שלכם (בקובץ word או notepad):
חשוב להקפיד על ניסוח ברור, תמציתי, מכיל מילות חיפוש רלונטיות, ללא שגיאות כתיב וללא שגיאות דקדוק
שורה ראשונה יכולה להכיל עד : 25 תווים – מופיעה בצבע כחול
שורה שניה ושלישית יכולות להכיל עד : 35 תווים – מופיעה בצבע שחור.
כתובת האתר לתצוגה יכולה להכיל עד: 35 תווים – מופיעה בצבע ירוק.
כתובת אתר היעד יכולה להכיל עד: 1024 תווים (הקפידו לרשום כתובת אתר מדוייקת, נכונה ועובדת כמובן)

נתונים חשובים:

הזינו את מילות/ביטויי המפתח (**Keyword**) שלכם
השתמשו במילות מפתח שליליות כדי לסנן חיפושים שאתם לא רוצים, מילת מפתח שלילית יש לסמן במינוס (-) , המודעה שלכם לא תוצג כאשר אנשים כוללים את המונח הזה בחיפוש שלהם
הגדירו את העלות המקסימלית שאתם מוכנים לשלם לקליק CPC
הגדירו את התקציב היומי שלכם לפירסום
בצעו סקירה על כל מה שהכנתם
השלימו את תהליך ההרשמה
רישמו את כתובת הדוא"ל שלכם + סיסמה
אשרו את הפרטים באימייל שלכם
הכניסו את פרטי החיוב שלכם

המודעות שלכם יתחילו להופיע מיד....

ניתן להתקשר כעת **03-6-555-155** **(מוקד טלפוני 24/7)**
כל הזכויות שמורות © לילך דרור | מגירות 2010

מושגים בסיסיים:

PPC או **Cost-Per-Click** **CPC**- תשלום על הקלקה

CPM - תשלום לכל 1,000 חשיפות

CPA - תשלום רק על ביצוע פעולה

CONVERSION - המרה (ביצוע פעולה רצויה ומדידה באתר)

LEAD – גולש שהשאיר פרטים לרבות ביצוע עיסקה.

QS=QUALITY SORCE – ציון איכות (דירוג איכות) – נקבע ע"פ כמה פרמטרים : שיעור הקלקה, נוסח, רלונטיות, רלונטיות דף הנחיתה, ביצועים היסטוריים של הקמפיין (שווה לשמור חשבון קמפיין מוצלח).

מיקום המודעה = ההצעה שלכם (המחיר שהצעתם) * ציון האיכות

עוד מושגים בסיסיים:

Ad Group	קבוצת פרסומות	מודעה אחת או יותר בעלות אותן מילות מפתח (מטרת מילים זהה)
Average Position	מיקום ממוצע	המיקום הממוצע בדף שבו המודעה שלכם תופיע בדרך כלל
Broad Match **מגבות חוף**	התאמה רחבה	מילת מפתח או ביטוי ברשימה שלכם ללא "מרכאות" או סוגריים . מפעילים את המודעה שלכם כאשר המילים או הביטויים מופיעים בתוך מה שאנשים חיפשו (ז"א הביטויים של הגולשים כוללים את מילות או ביטויי המפתח שלכם) יופיע ב: **מגבות יפות לחוף** ; **מגבות חוף לא יופיע** ב **: מגבת (יחיד) חוף**
Phrase Match **"מגבות חוף"**	התאמה לביטוי	מילת מפתח או ביטוי ברשימה שלכם עם "מרכאות" . יעלה את המודעה שלכם כאשר אנשים יחפשו בדיוק את הביטוי הזה ולפי סדר המילים בתוכו. יופיע ב: קניית **מגבות חוף לא יופיע** ב **:** קניית **מגבות** אמבטיה **וחוף**
Exact match **[מגבות חוף]**	התאמה מדויקת	מילת מפתח או ביטוי ברשימה שלכם עם [סוגריים] מפעילים את המודעה רק כאשר אנשים הקלידו מילה או ביטוי מדויק . יופיע ב: **מגבות חוף לא יופיע** ב **:** קניית **מגבות חוף**
Campaign	מסע פרסום	יש אחת או יותר קבוצות מודעות המאפשרות לכם להגדיר את התקציב, השפה , מדינה, תאריכים וההפצה עבור כולם
Click-through rate (CTR)	שק"ל – שיעור הקליקים	מספר הקליקים על המודעה או מילת המפתח שלכם מחולק במספר ההופעות
Conversion Rate	יחס המרה	מספר ההמרות מחולק בכמות ההקלקות
Cost Per Conversion	עלות המרה	המחיר להקלקות לחלק לכמות ההמרות
Cost-Per-Action	עלות הפעולה	הסכום ששילמתם כדי לקבל המרות, opt-in, או מכירה
Max CPC	מחיר מקס' להקלקה	המחיר המקסימלי שהגדרתם לתשלום עבור הקלקה
Average CPC	עלות ממוצעת לקליק	הסכום הממוצע הכולל אתה משלם בכל פעם שמשתמש אדם על המודעה שלך

ניתן להתקשר כעת **03-6-555-155** **(מוקד טלפוני 24/7)**

כל הזכויות שמורות © לילך דרור | מגירות 2010

Daily budget	תקציב יומי	אתם קובעים את הסכום המקסימלי שאתם מוכנים לשלם בכל יום
Destination URL	כתובת אתר היעד	כתובת האתר בפועל שאנשים יגיעו אליה כאשר ילחצו על המודעה שלכם
Display URL	הכתובת המוצגת	כתובת האתר המוצגת – צריכה להיות זהה לשם הדומיין של אתר/דף הנחיתה אך קצרה ופשוטה יותר.
Disapproved	לא מאושר	תוכן המודעה שלכם אינו תואם להנחיות העריכה של גוגל
Keyword Status Active	סטטוס מילות מפתח פעיל	המודעה מוצגת
Ads show rarely	המודעות מופיעות לעתים רחוקות	ציון האיכות שלכם נמוך ומספר המופעים של המודעה שלכם נמוך.
Bid is below first page	הצעה מתחת לדף הראשון	עליכם לתת ההצעה שתעלה על ההצעה המינימלית הנדרשת עבור מילת מפתח זו כדי שהמודעה תוצג בעקביות בדף הראשון
Impressions	הופעות	מספר הפעמים בהם המודעה שלכם מופיעה

ההטבה של לילך למשתתפי המיני קורס לפרסום בגוגל :

✓ המחיר הרגיל לקורס – 1,497 + מע"מ

✓ ההטבה שתקבלו היא:

- ✓ 150 ש"ח הנחה על הקורס.
- ✓ 30% הנחה על תבנית דף הנחיתה.
- ✓ אפשרות ל- 6 תשלומים בכרטיס אשראי (ויזה).
- ✓ דיסק הדרכה על פייסבוק (45 סרטי הדרכה שונים) – מתנה!!

✓ ההטבה היא לקורסים בתאריכים הבאים :

27.4.2010 ו – **25.5.2010** מ – 9:00 עד 16:00

מספר המקומות מוגבל!!!

ההטבה עד למילוי המקומות בכיתות.

ניתן להתקשר כעת **03-6-555-155** **(מוקד טלפוני 24/7)**

כל הזכויות שמורות © לילך דרור | מגירות 2010