

Практическая работа

Тема: Настройка контекстной рекламы в Google AdWords.

Цель: Получить опыт работы с контекстной рекламой.

Теоретическая часть

Что такое контекстная реклама?

Контекстная реклама — это текстовые объявления, которые показываются пользователям по запросам, если эти запросы рекламодатель добавил в настройки рекламной кампании. Объявления показываются пользователю именно в тот момент, когда он сам проявил интерес к товару или услуге и, возможно, готов к покупке. Контекстная реклама бывает поисковой и тематической.

Поисковая контекстная реклама

Поисковая контекстная реклама показывается в результатах поиска в крупнейших поисковых системах (Яндексе, Google, Рамблере, Поиск@mail.ru и др.) или по сайту (так называемые вертикальные поиски) в том случае, если запрос пользователя совпадает с ключевыми словами контекстного объявления.

Что такое вертикальный поиск? Существует большой сегмент специализированных сайтов, в структуре которых поиск играет важную роль: top100.rambler.ru, auto.rambler.ru, automobile.ru, go.km.ru и многие другие. Поиск на таких ресурсах происходит по конкретным тематикам (а не по всему интернету, как, например, в Яндексе), то есть вертикалям, например, по автомобилям, недвижимости или мобильным устройствам.

Тематическая контекстная реклама

Тематическая контекстная реклама показывается на странице сайта, входящего в Партнерскую сеть рекламных систем, если тематика рекламы соответствует интересам пользователя. Тематическая реклама показывается как дополнительная информация к содержанию страниц, которые просматривает пользователь. Хотя для показа объявлений, пользователь не вносит запрос, они все равно находятся в сфере его внимания (т.е. являются контекстными).

Показы тематической рекламы осуществляются на основе нескольких технологий:

1. **Контекстный таргетинг** — контекстная система в автоматическом режиме считывает контент страниц сайта и показывает максимально релевантные содержанию страницы рекламные объявления.
2. **Поведенческие технологии.** При показе объявлений система учитывает историю поиска пользователя в интернете.
3. **Ремаркетинг.** Этот инструмент ориентируется на поведение пользователя на сайтах рекламодателей и показывает рекламу тех товаров и услуг, которые он просматривал, добавлял в корзину и пр.

В Партнерскую сеть контекстной системы принимаются только посещаемые и качественные сайты. Каждый сайт, подавший заявку на вступление в Партнерскую сеть, проверяется на соответствие условиям участия. Рекламные системы не принимают в Партнерскую сеть ресурсы с некачественным контентом и сайты, созданные специально для заработка на размещении рекламы.

У основных контекстных систем есть обширные Партнерские сети сайтов:

- у системы Яндекс.Директ — это Рекламная сеть Яндекса (РСЯ);
- у системы Google AdWords — это система Google Display Network (Контекстно-медийная сеть, КМС).

Ход работы

Задание №1 «Познакомьтесь с предметной областью»

Вам необходимо настроить рекламную компанию в Google AdWords в соответствии с вашим вариантом. Прежде чем настраивать контекстную рекламу, познакомьтесь с предметной областью, узнайте какие товары или услуги предлагают в данной тематике и что наиболее популярно.

Задание №2 «Зарегистрируйтесь в AdWords»

Зарегистрируйтесь в Google AdWords с помощью вашего аккаунта Google или создайте новый. Настройте аккаунт.

Выберите тип компании – Поисковая сеть. Цель компании можете выбрать по своему усмотрению или создайте компанию, не указывая цель.

url сайта в рекламе можете указать любой, желательно из предметной области вашего варианта.

Целевое метаположение вашей рекламной компании выберите Амурская область.

Остальные настройки компании выставьте по своему усмотрению.

Задание №3 «Настройка групп объявлений»

Группа объявлений содержит одно или несколько объявлений и набор ключевых слов. AdWords рекомендует использовать все объявления и ключевые слова в группе для рекламы одного товара или услуги.

В AdWords объявление пишется для нескольких ключевых слов, т.е. все свои ключевые слова вы группируете по темам и пишете объявление (или несколько объявлений) для каждой группы слов.

Для подбора ключевых слов мы воспользуемся сервисом конкурентов Google - **Яндекс Вордстат**. С помощью данного сервиса подберите 10-15 ключевых слов для вашей группы объявлений.

Задание №4 «Создание объявлений»

Для добавленных ключевых слов необходимо составить 1-2 объявления, которые будут показываться в рекламе по введённым ключевым словам.

Задание №5 «Добавление расширений»

При настройке контекстной рекламы добавление расширений является очень важным моментом, расширения делают рекламу более удобной для целевой аудитории. Для добавления расширения в вашей рекламной компании выберите «Объявления и расширения» - «Расширения» - «Создать расширение».

Добавьте 2-3 расширения на ваш выбор (например: уточнение, номер телефона, доп. ссылка).

Задание №6 «Сдайте работу»

Дополнительно: добавьте ещё одну группу объявлений.

Сдайте вашу работу и ответьте на контрольные вопросы.

Контрольные вопросы

1. Что такое контекстная реклама, CTR, ставка, стоимость клика, релевантность?
2. Чем отличается поисковая контекстная реклама от тематической?
3. На основе каких технологий осуществляются показы тематической рекламы?
4. Кто может входить в партнёрскую сеть контекстной рекламы, зачем нужна эта сеть?
5. Что такое расширения, для чего они используются?

Варианты заданий

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------|
| 1. Частный детский садик | 7. Салон красоты |
| 2. Продажа видеокарт AMD | 8. Продажа фотоаппаратов Canon |
| 3. Услуги такси | 9. Праздничное агентство |
| 4. Продажа смартфонов Meizu | 10. Услуги фотографа |
| 5. Гостиница | 11. Медицинский центр |
| 6. Продажа автозапчастей | 12. Продажа обоев |