

创建Google关键词广告的12高招 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E5_88_9B_E5_BB_BAGoog_c40_64682.htm

1. 锁定正确的目标群体 通过选择某种语言和某个国家或地区来锁定你的潜在客户群体。例如，你可以设定只让你的广告出现在某个特定国家的潜在客户，比如现在有许多讲法语的国家，但如果你的目标客户只在加拿大，则你可以把除加拿大以外的其他讲法语的国家屏蔽掉。换言之，法国的查询者是无法“点击”你的广告的，因为它不会出现。从而避免了由于这部分点击带给你的额外的和不必要的支出了。

2. 提炼广告中的关键词 用方括号“[...]”把你的关键字(词)括起来。例如：[Google][Google AdWords] 这样一来，只有当查询者键入的关键词与你用方括号括起来的关键词(关键短语)精确匹配时，你的广告才会呈现在用户面前。换言之，倘若搜索的关键词中包含了其它的词，那么搜索结果中不会出现你的广告。从而有效地排除了对你的业务不相关的访问者，最大程度地减少了你的广告支出。

3. 同时对多个广告进行测试 一般需要同时对2个或者更多广告进行测试。这种测试方法在印刷行业中叫做A/B分离测试。通过比较找出能够获得较高点击率的那个广告，然后用它来替换原有的广告内容。重复此过程，以获得一个点击率最高的广告内容。

4. 跟踪每个广告的投资回报(ROI) 虽然Google会跟踪其上每个关键词广告的点击率，但它不会去跟踪到底有多少点击率实际转化成了你的投资回报(ROI)。你可以对每个广告使用一个特殊的跟踪链接来追踪该广告的转化投资比例。例如：你可以给每个广告加上一个成员跟踪系统链

接(affiliate tracking system link)。这样做可以检查你投资的钱有没有打水漂，从而确保每个投放的广告都会为你带来投资回报。

5. 广告中应包含目标关键词 在你的广告标题和内容中应包含具体的目标关键词。Google会把广告中与查询匹配的关键词加粗进行突出。大家都知道，当一个查询者浏览查询结果时，他其实是在找键入的关键词。这时以粗体突出的查询关键词自然能够吸引查询者的注意力。也正是由于这个原因，包含关键词的广告往往会比那些不包含关键词的广告效果要好的多。

6. 强调产品和服务的好处 在你的广告中应提供一到几个你产品或服务能够为客户带来的主要益处。例如：赚更多钱，保持青春，减肥，身体更健康，生活的更快乐，等等诸如此类的好处。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com