

Robert Duda



GOOGLE ADS

PORADNIK NA START
DLA POCZĄTKUJĄCYCH

Edycja 2024

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiejkolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Cytowanie fragmentów jest możliwe jedynie w niezmienionej treści i z zaznaczeniem, czyje to dzieło. Kopiowanie części możliwe jest jedynie na użytek osobisty.

Wszelkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor i Wydawca dołożyli wszelkich starań, aby zawarte w tej książce informacje były rzetelne i kompletne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych i autorskich. Autor i Wydawca nie ponoszą żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Projekt okładki i opracowanie graficzne: Robert Duda

Grafika na okładce: Logo SukceswInternecie

Korekta i redakcja pierwotnych treści: Robert Duda

Wydawca:

SukceswInternecie.pl

ul. Mickiewicza 10a/12

47-400 Racibórz

NIP: 647-222-39-86

tel. +48 606 476 711

www.sukceswinternecie.pl

ISBN: 978-83-951938-5-9

Copyright © SukceswIntenrecie.pl Robert Duda 2023

Jeśli chcesz zaprosić autora na konferencję, szkolenie lub konsultacje indywidualne – zadzwoń pod numer 606 476 711 lub napisz maila: info@sukceswinternecie.pl

Ebooki, książki oraz audiobooki, których autorem jest Robert Duda, można zakupić na stronie wydawcy: www.sukceswinternecie.pl oraz w sieci najpopularniejszych księgarni i platform z ebookami.

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	7
Rozdział 1. Google Ads co to?	13
1.1. WPROWADZENIE DO GOOGLE ADS	14
1.2. HISTORIA GOOGLE ADS	14
1.3. JAK DZIAŁA GOOGLE ADS	15
1.4. GŁÓWNE CECHY GOOGLE ADS	17
1.5. KORZYŚCI PŁYNĄCE Z WYKORZYSTANIA GOOGLE ADS	19
1.6. WPROWADZENIE DO STRUKTURY KAMPANII GOOGLE ADS	20
1.7. PODSTAWOWE USTAWIENIA KAMPANII GOOGLE ADS	22
Rozdział 2. Konto Google Ads	25
2.1. REJESTRACJA KONTA GOOGLE ADS	26
2.2. PANEL STEROWANIA GOOGLE ADS	34
2.3. NARZĘDZIA I USTAWIENIA KONTA GOOGLE ADS	37
2.4. ZABEZPIECZENIA KONTA GOOGLE ADS	62
2.5. ŚLEDZENIE KONWERSJI W GOOGLE ADS	63
2.6. PODSTAWOWA OPTYMALIZACJA KONTA GOOGLE ADS	64
Rozdział 3. Kampania Google Ads	67
3.1. CO TO JEST KAMPANIA GOOGLE ADS	68
3.2. TYPY KAMPANII GOOGLE ADS	71
3.3. TWORZENIE KAMPANII GOOGLE ADS, KROK PO KROKU	73
3.4. BUDŻET KAMPANII I STRATEGIE USTALANIA STAWEK	81
3.5. CEL KAMPANII	83
3.6. HARMONOGRAM KAMPANII I USTAWIENIA ZAAWANSOWANE	85
Rozdział 4. Grupa reklam w Google Ads	88
4.1. CZYM JEST GRUPA REKLAM?	89

4.2. STRUKTURA GRUPY REKLAM	89
4.3. TWORZENIE GRUPY REKLAM, KROK PO KROKU	91
4.4. OPTIMALIZACJA GRUP REKLAM – DOBRE PRAKTYKI	97
Rozdział 5. Słowa kluczowe w Google Ads	100
5.1. WYSZUKIWANIE SŁÓW KLUCZOWYCH. GOOGLE TRENDS	101
5.2. GRUPOWANIE SŁÓW KLUCZOWYCH	104
5.3. TRENDY W SŁOWACH KLUCZOWYCH W GOOGLE ADS	105
5.4. OPTIMALIZACJA SŁÓW KLUCZOWYCH	107
Rozdział 6. Reklamy w wyszukiwarce Google	109
6.1. NAGŁÓWKI REKLAMY W GOOGLE ADS	112
6.2. TEKSTY REKLAMY W GOOGLE ADS	114
6.3. ŚCIEŻKA W REKLAMIE GOOGLE ADS	116
6.4. STRONA DOCELOWA W REKLAMIE W GOOGLE ADS	117
6.5. ROZSZERZENIA/ZASOBY W REKLAMACH GOOGLE ADS	118
Rozdział 7. Reklamy w sieci reklamowej Google	127
7.1. CO TO JEST SIEĆ REKLAMOWA GOOGLE (GDN)	128
7.2. JAK DZIAŁA SIEĆ REKLAMOWA GOOGLE	128
7.3. KORZYŚCI Z KORZYSTANIA Z SIECI REKLAMOWEJ	129
7.4. JAK STWORZYĆ TWOJĄ PIERWSZĄ KAMPANIĘ W SIECI REKLAMOWEJ, KROK PO KROKU	130
7.5. REKLAMY W SIECI GDN. RODZAJE I DOBRE PRAKTYKI	140
7.6. GDN W EMAIL MARKETINGU	146
7.7. POTENCJAŁ YOUTUBE W SIECI REKLAMOWEJ GOOGLE	147
7.8. JAK DZIAŁA KIEROWANIE W GDN	148
7.9. PODSUMOWANIE	149
Rozdział 8. CPC, CTR i Wynik jakości	150
8.1. CPC W GOOGLE ADS.	151

8.2. CTR W GOOGLE ADS.	157
8.3. WYNIK JAKOŚCI.	160
Rozdział 9. Remarketing w Google Ads	164
9.1. CO TO JEST REMARKETING W GOOGLE ADS	165
9.2. JAK DZIAŁA REMARKETING W GOOGLE ADS	166
9.3. KORZYŚCI Z KORZYSTANIA Z REMARKETINGU W GOOGLE ADS	167
9.4. REMARKETING DYNAMICZNY + URUCHOMIENIE KONTA MERCHANT CENTER	169
9.5. REMARKETING W SIECI WYSZUKIWANIA (RLSA)	175
9.6. REMARKETING W PANELU GOOGLE ADS	177
9.7. GRUPY REMARKETINGOWE – FUNDAMENT KAMPANII	178
9.8. SEGMENTY NIESTANDARDOWE W GOOGLE ADS	181
9.9. JAK ZAPLANOWAĆ KAMPANIĘ REMARKETINGOWĄ W GOOGLE ADS	185
9.10. NAJLEPSZE PRAKTYKI W REMARKETINGU W GOOGLE ADS	186
9.11. PODSUMOWANIE O REMARKETINGU.	187
Rozdział 10. Kampanie wideo na YouTube	188
10.1. WZROST ZNACZENIA TREŚCI WIDEO W KOMUNIKACJI	187
10.2. DLACZEGO WARTO KORZYSTAĆ Z KAMPANII WIDEO NA YOUTUBE	191
10.3. RODZAJE FORMATÓW WIDEO NA YOUTUBE	193
10.4. JAK PRZYGOTOWAĆ KAMPANIĘ WIDEO NA YOUTUBE	205
10.5. NAJLEPSZE PRAKTYKI W KAMPANIACH WIDEO NA YOUTUBE	209
Rozdział 11. Konwersja w Google Ads	211
11.1. DLACZEGO KONWERSJA JEST WAŻNA W GOOGLE ADS	212
11.2. JAK ZDEFINIOWAĆ KONWERSJĘ W GOOGLE ADS	213
11.3. URUCHOMIENIE KONWERSJI W GOOGLE ADS, KROK PO KROKU	214
11.4. IMPORT KONWERSJI Z GOOGLE ANALYTICS, KROK PO KROKU	219
11.5. KONFIGURACJA I OPTIMALIZACJA KONWERSJI NA KONCIE I W KONWERSJE W KAMPANIACH	222

11.6. JAK OPTYMALIZOWAĆ KAMPANIE POD KĄTEM KONWERSJI	226
11.7. PODSUMOWANIE	226
Rozdział 12. Planer słów kluczowych Google Ads	227
12.1. JAK DZIAŁA PLANNER SŁÓW KLUCZOWYCH GOOGLE ADS	228
12.2. JAK KORZYSTAĆ Z PLANERA SŁÓW KLUCZOWYCH GOOGLE ADS	228
12.3. JAK WYBRAĆ ODPOWIEDNIE SŁOWA KLUCZOWE	232
12.4. JAK WYKORZYSTAĆ SŁOWA KLUCZOWE Z PLANNERA DO NOWEJ KAMPANII REKLAMOWEJ LUB GRUPY REKLAM?	232
12.5. JAK MONITOROWAĆ SKUTECZNOŚĆ SŁÓW KLUCZOWYCH	233
12.6. PODSUMOWANIE	233
Rozdział 13. Kampanie Performance Max w Google Ads	234
13.1. CO TO SĄ KAMPANIE PERFORMANCE MAX	235
13.2. JAKIE SĄ ZALETY KAMPANII PERFORMANCE MAX	235
13.3. Jak najlepiej wykorzystać kampanie Performance Max	236
13.4. Pierwsza kampania Performance Max, krok po kroku	239
13.5. JAKIE SĄ NAJLEPSZE PRAKTYKI DLA KAMPANII PERFORMANCE MAX	251
Rozdział 14. Strategia Google Ads	252
14.1. Strategia Google Ads - CEL KAMPANII (KONWERSJE)	258
14.2. Strategia Google Ads – GRUPA DOCELOWA	260
14.3. Strategia Google Ads – SŁOWA KLUCZOWE	263
14.4. Strategia Google Ads – ALTERNATYWA/DOPEŁNIENIE	265
14.5. Strategia Google Ads – BUDŻET KAMPANII	268
14.6. Strategia Google Ads – JĘZYKI I JĘZYKI INTERFEJSU	272
14.7. Strategia Google Ads – SŁOWA WYKLUCZAJĄCE	275
14.8. Strategia Google Ads – REGION	277
14.9. Strategia Google Ads – PROMOCJA / CENA	279
14.10. Strategia Google Ads – CECHY, TYPY, URLE, INNE	282

Rozdział 15. Strategie ustalania stawek	284
15.1. STRATEGIE USTALANIA STAWEK W GOOGLE ADS	285
15.2. KLIKNIĘCIA – USTALANE CPC	287
15.3. KONWERSJE – INTELIGENTNE USTALANIE STAWEK	289
Rozdział 16. Integracja Google Ads z innymi narzędziami Google	297
16.1. INTEGRACJA GOOGLE ADS Z ANALYTICS	298
16.2. INTEGRACJA GOOGLE ADS Z MERCHANT CENTER	302
16.3. INTEGRACJA GOOGLE ADS Z GOOGLE OPTIMIZE	304
16.4. INTEGRACJA GOOGLE ADS Z GOOGLE TAG MANAGER	305
16.5. INTEGRACJA GOOGLE ADS Z LOOKER STUDIO	307
Rozdział 17. Google Shopping – reklamy produktowe w Google Ads	308
17.1. WPROWADZENIE DO GOOGLE SHOPPING/GOOGLE ZAKUPY	309
17.2. URUCHOMIENIE KAMPANII W GOOGLE ZAKUPY W 10 KROKACH	312
Rozdział 18. Typy dopasowania w Google Ads	316
Rozdział 19. Słowa wykluczające w Google Ads	320
19.1. GENEZA SŁÓW WYKLUCZAJĄCYCH W GOOGLE ADS	322
19.2. WYKLUCZAJĄCE SŁOWA NA RÓŻNYM POZIOMIE	323
19.3. ZASADA DZIAŁANIA SŁÓW WYKLUCZAJĄCYCH.	325
19.4. WALORY SŁÓW WYKLUCZAJĄCYCH.	326
19.5. RAPORT WYSZUKIWANYCH HASEŁ TO FUNDAMENT SUKCESU	328
Rozdział 20. Kosztowne błędy w Google Ads	331
20.1. USTALENIE CELU KAMPANII	332
20.2. DOBÓR SŁÓW KLUCZOWYCH	333
20.3. DOPASOWANE NAGŁÓWKI	335
20.4. BRAK WYKORZYSTANIA ROZSZERZEŃ/ZASOBÓW	336
20.5. NIEODPOWIEDNIA STRONA DOCELOWA	338
20.6. NIEPOPRAWNE OKREŚLANIE STAWEK	340

20.7. BRAK ANALIZY WYSZUKIWANYCH HASEŁ	341
20.8. NIEPOPRAWNE KONWERSJE	343
20.9. BRAK WYKLUCZONYCH MIEJSC (GDN)	345
20.10. JEDNA KAMPANIA PERFORMANCE MAX	346
Podsumowanie	348

Wprowadzenie.

Witaj w świecie Google Ads, platformy, która z moją pomocą pozwoli Tobie osiągnąć sukces w Internecie! **Ta książka oparta jest na dwóch bardzo mocnych fundamentach.** Na moich doświadczeniach biznesowych oraz szkoleniowych, co daje wybuchowy mix i sprawia, że to **najlepsza pozycja z tematyki Google Ads na Polskim rynku.**

Moja książka powstała z połączenia pasji do reklamy internetowej, w tym Google Ads, wieloletnich doświadczeń w prowadzeniu skutecznych kampanii Google Ads oraz setek godzin przepracowanych w tematach tworzenia i optymalizacji kampanii Google Ads na salach szkoleniowych!

Fundament nr 1 – 21 lat doświadczenia biznesowego!

„Wieloletnie doświadczenie zebrane z realizacji kampanii dla moich Klientów na miliony złotych, postanowiłem zgromadzić właśnie w tej książce, abyś Ty rozpoczynając swoją przygodę z Google Ads, nie musiał marnować czasu i pieniędzy, tylko skupił się na najważniejszych celach biznesowych, nie popełniając typowych błędów”.

Nazywam się Robert Duda i jestem praktykiem z ponad 21-letnim doświadczeniem w marketingu internetowym i kilkunastoletnim stażem w realizacji kampanii Google Ads. Każdego dnia realizuję kampanie dla moich klientów, a przez ostatnie lata miałem przyjemność, z moimi współpracownikami pracować dla ponad 500 firm, zarządzając kampaniami o wartości niemal 50 milionów złotych. W ciągu roku realizuję także kilkanaście audytów kont Google Ads, z którymi zwracają się do mnie z prośbą o analizę i wnioskowanie, właściciele firm z całej Polski. Moje doświadczenie z codziennej praktyki sprawia, że mogę wskazać Ci najważniejsze elementy w Google Ads - największym i najbardziej rozbudowanym systemie reklamowym na świecie.

Każdy z moich Klientów jest różny, reprezentuje inną branżę, trochę inną filozofię prowadzenia biznesu, ma inne cele i zaplecze ludzkie oraz magazynowe i finansowe, a ostatecznie różne zrealizowane przychody i zyski płynące z prowadzenia biznesu lub działań promocyjnych w Internecie. Miałem, więc przyjemność poznać wielu bardzo różnych przedsiębiorców, których mimo wielu różnic łączyła jedna kwestia – zależało im na jak najlepszym wykorzystaniu możliwości systemu Google Ads do realizacji swoich biznesowych celów. Razem osiągnęliśmy spektakularne sukcesy w Polsce i na rynkach międzynarodowych!

Współpraca z wymagającym biznesem każe mi każdego dnia podejmować w ich imieniu wiele decyzji, które finalnie muszą przekładać się na wyniki. Dlatego od kilkunastu lat każdego dnia podnoszę swoje kompetencje, uczę się, czytam, zdaje wszystkie egzaminy certyfikujące w programie Google Partners, a przede wszystkim testuję, testuję, testuję, testuję i jeszcze raz testuję. Realizowane każdego dnia testy na wielu kontach i w dziesiątkach kampanii pozwalają wysuwać trafne wnioski i implikować gotowe rozwiązania do innych kont moich Klientów. Coś co działa na koncie X w większości przypadków powinno także działać i poprawiać efekty na koncie Y.

Fundament nr 2 – Ponad 5000 przeszkolonych osób!

„W tej książce na bazie setek interesujących pytań od moich studentów oraz uczestników moich szkoleń i kursów, skupiłem się na odpowiedziach na te najważniejsze i najtrudniejsze pytania, abyś mógł zaoszczędzić sporo czasu i bez przeszkód zacząć swoją przygodę z Google Ads”.

Oprócz praktyki w codziennych kampaniach, mam również spore doświadczenie w dzieleniu się wiedzą – edukacji na temat marketingu internetowego, w tym reklamy Google Ads. Prowadzę kilkadziesiąt szkoleń z zakresu Google Ads każdego roku, otwartych oraz dedykowanych w wielu firmach na terenie całej Polski. Mam przyjemność także wyklądać przedmioty z zakresu Google Ads oraz SEO i Google Analytics na studiach dziennych, zaocznych oraz podyplomowych na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach. W moich szkoleniach stacjonarnych, nagranych przeze mnie kursach online oraz zajęciach na uczelni wzięło już udział

ponad 5000 osób. Na salach szkoleniowych usłyszałem już chyba wszystkie pytania, które mogą pojawić się w głowie początkującego marketera, uczącego się praktycznego Google Ads.

Zawartość książki – praktyczna wiedza i gotowe rozwiązania!

„Po przeczytaniu tej książki (lub jeszcze w trakcie jej czytania 😊) samodzielnie uruchomisz krok po kroku swoje pierwsze kampanie, uruchomisz konto w Google Ads, przygotujesz wartościowe reklamy i bazę słów kluczowych do reklam. Dodatkowo przygotujesz samodzielnie swoją strategię Google Ads, pogłębioną o praktyczne informacje między innymi na temat strategii ustalania stawek, remarketingu, integracji Google Ads z innymi narzędziami oraz zebrane w jednym rozdziale typowe, kosztowne błędy w Google Ads, których musisz się wystrzegać!”

Na początku wprowadzę Cię w świat Google Ads. Dowiesz się, jakie są podstawy i zalety korzystania z tej platformy. Kolejne rozdziały są jak puzzle, które razem składają się na kompleksowy obraz skutecznych kampanii reklamowych, począwszy od konta Google Ads, aż po zaawansowane strategie i metryki, które wcześniej czy później wykorzystasz w praktycznej, codziennej pracy w Google Ads.

W przeciwieństwie do wielu innych źródeł, ta książka nie jest tylko teoretycznym skryptem na temat Google Ads. Jest praktycznym przewodnikiem, który pomoże Ci uruchomić pierwsze skuteczne kampanie i rozpocząć sprzedaż przez Internet. Nauczysz się, jak się przygotować, na co zwrócić uwagę i jak unikać pułapek, które mogą się pojawić podczas inwestowania w Google Ads.

Ponadto, oprócz bardzo szczegółowych rozdziałów, gdzie warsztatowo krok po kroku przechodzimy przez kolejne procesy, wprowadzę kilka wątków, które na początek musisz po prostu zrozumieć. To niezbędne, aby patrzeć na swoje kampanie Google Ads w szerszej perspektywie. Tylko znajomość wielu możliwości oraz funkcji jakie kryje system Google Ads daje szansę wykorzystać to narzędzie w pełni do promocji swoich produktów i usług w

Internecie. Jeśli natomiast zechcesz w kolejnym kroku poszerzyć swoją wiedzę, wykraczając poza podstawy jakie oferuje ta książka możesz sięgnąć po inne źródła wiedzy np. moje kursy online, które traktują o bardziej zaawansowanych zagadnieniach.

Książka jest szczególnie polecana dla osób, które samodzielnie prowadzą lub planują uruchomić sklep internetowy jak również dla tych którzy chcą wypromować swoje usługi. Wiedza i praktyczne umiejętności na temat Google Ads są dla nich po prostu niezbędne. Traktuj ten poradnik jako narzędzie, które krok po kroku wprowadzi Cię w świat reklamy online i pomoże w osiągnięciu sukcesu.

„Zapraszam do głębokiego zanurzenia w świecie Google Ads. Niezależnie od tego, czy jesteś początkującym reklamodawcą, doświadczonym marketerem, czy osobą, która jest na etapie przekwalifikowywania się i szukania pracy w digital marketingu - ta książka pomoże Ci w pełni wykorzystać potencjał tej potężnej platformy reklamowej jaką jest Google Ads.”

Ta książka to także pomoc i gotowe podpowiedzi dla tych, którzy nie podejmą się samodzielnie realizacji kampanii, a zlecą ją firmie zewnętrznej. Wiedza, informacje i wskazówki, jakie tutaj znajdziesz, pozwolą Ci skutecznie kontrolować działania doradców lub agencji, które będą dla Ciebie pracowały. Z tą wiedzą którą chcę ci przekazać, popartą moimi praktycznymi wskazówkami i przykładami, zaoszczędzisz wiele czasu i pieniędzy!

Zapraszam do lektury mojej książki i trzymam kciuki za Twój sukces w internecie!

Robert Duda

Ps. Jeśli w trakcie czytania tej książki lub podczas wdrażania gotowych rozwiązań w Twojej firmie, pojawią Ci się w głowie jakieś dodatkowe pytania lub będziesz chciał poszerzyć swoją wiedzę uczestnicząc w moich kursach – napisz do mnie śmiało na info@sukceswinternece.pl

Rozdział 1

Google Ads co to?

1.1. WPROWADZENIE DO GOOGLE ADS

Google Ads to platforma reklamowa Google, która pozwala firmom na tworzenie i wyświetlanie reklam w wynikach wyszukiwania Google, na stronach internetowych, w aplikacjach oraz w serwisach Google, takich jak YouTube czy Google Maps. W tym rozdziale przyjrzymy się temu, czym jest Google Ads, jak działa, jakie są jego główne cechy i korzyści płynące z jego wykorzystania.

1.2. HISTORIA GOOGLE ADS

Rok 2000 to nie tylko początek nowego tysiąclecia, ale także narodziny jednej z najbardziej rewolucyjnych platform reklamowych w historii – Google Ads. Wcześniej rozpoznawalna pod nazwą Google AdWords, ta usługa stała się przełomem w świecie marketingu internetowego, otwierając przed przedsiębiorcami nowe możliwości promowania swoich produktów i usług bezpośrednio w wynikach wyszukiwania Google.

W swoich początkach Google Ads skupiało się głównie na prostych reklamach tekstowych wyświetlanych nad lub obok wyników organicznych. Był to prosty, ale skuteczny sposób na dotarcie do potencjalnych klientów w chwili, gdy aktywnie szukali informacji, produktów czy usług w sieci.

Jednak technologia i rynek nieustannie się rozwijają, a wraz z nimi Google Ads. W odpowiedzi na zmieniające się potrzeby reklamodawców oraz oczekiwania użytkowników, platforma stopniowo wprowadzała różnorodne formaty reklam. Reklamy graficzne stały się atrakcyjnym sposobem na wyróżnienie się wśród konkurencji, umożliwiając prezentację produktu w bardziej wizualny sposób. W miarę wzrostu popularności platform wideo, jak YouTube, Google Ads zareagowało oferując reklamy wideo, które pozwalały markom na opowiadanie bardziej zaawansowanych i angażujących historii. Reklamy produktowe, z kolei, umożliwiły firmom prezentowanie konkretnych produktów bezpośrednio w wynikach wyszukiwania, łącząc w ten sposób proces zakupowy z etapem poszukiwania informacji.

Przez ponad dwie dekady istnienia, Google Ads przekształciło się z prostej platformy reklamowej w potężne narzędzie marketingowe, które oferuje szeroką gamę możliwości dostosowywania i targetowania reklam. Za jego pomocą firmy nie tylko zyskały możliwość

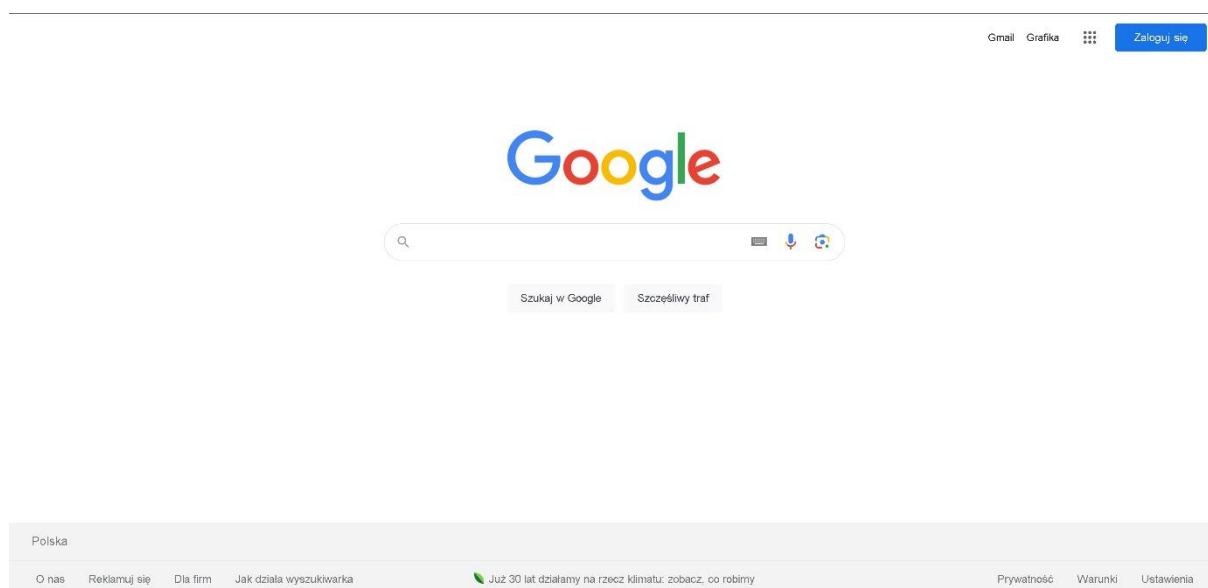
dotarcia do milionów potencjalnych klientów na całym świecie, ale także możliwość precyzyjnego kierowania swoich przekazów do określonych grup odbiorców.

Dzisiejsza wersja Google Ads jest znacznie bardziej zaawansowana niż jej pierwotna inkarnacja z 2000 roku. Niemniej jednak, jej główna idea pozostaje niezmienna: połączenie firm z odpowiednimi klientami w odpowiednim czasie i miejscu.

1.3. JAK DZIAŁA GOOGLE ADS

Google Ads działa na zasadzie aukcji, w której reklamodawcy licytują o miejsce w wynikach wyszukiwania, na stronach internetowych czy w serwisach Google. Aukcje są przeprowadzane na podstawie słów kluczowych, które określają, dla jakich zapytań użytkowników dana reklama ma się wyświetlić. Reklamodawcy płacą tylko wtedy, gdy użytkownik kliknie w ich reklamę, co jest nazywane modelem płatności CPC (koszt za kliknięcie).

Google Ads, jedna z najbardziej popularnych i skutecznych platform reklamowych na świecie, opiera się na wyjątkowej idei aukcji w czasie rzeczywistym. Ale jak dokładnie działa ten proces i dlaczego jest tak skuteczny dla reklamodawców?



Rys. 1. Ekran Google.pl. Źródło: Google

- **Aukcja w czasie rzeczywistym**

Kiedy użytkownik wpisuje zapytanie w wyszukiwarkę Google, w ułamku sekundy rozpoczyna się proces aukcji. Reklamodawcy, którzy wybrali słowa kluczowe pasujące

do tego zapytania, wchodzi w rywalizację o miejsce reklamy w wynikach wyszukiwania, na stronach internetowych lub w innych serwisach Google, takich jak YouTube czy Google Maps.

- **Słowa kluczowe jako podstawa**

Słowa kluczowe to podstawa działania Google Ads. To one decydują, dla jakich zapytań użytkowników dana reklama ma się wyświetlić. Dlatego dokładny dobór słów kluczowych jest kluczowy. Jeśli reklamodawca chce promować sportowe obuwie, może wybrać takie frazy jak "buty biegowe" czy "sportowe obuwie męskie". Wtedy jego reklama będzie brała udział w aukcji, gdy użytkownik wpisze te frazy.

- **Model płatności CPC**

Jednym z głównych atutów Google Ads jest to, że reklamodawcy płacą tylko wtedy, gdy użytkownik faktycznie interaktywnie się z reklamą, czyli kliknie w nią. To znane jest jako model płatności CPC (koszt za kliknięcie). W praktyce oznacza to, że jeśli reklama jest wyświetlana, ale nikt w nią nie kliknie, reklamodawca nie ponosi kosztów. To sprawia, że Google Ads jest wyjątkowo opłacalne, zwłaszcza dla firm, które chcą skutecznie kontrolować swoje wydatki na reklamę.

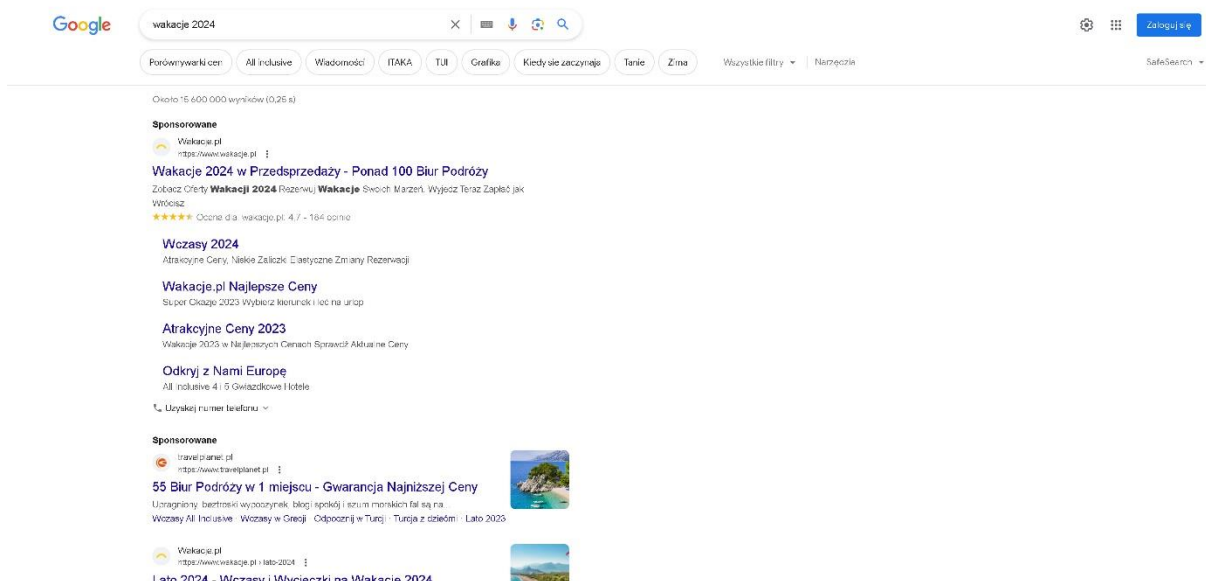
Google Ads to dynamiczna i elastyczna platforma, która umożliwia reklamodawcom skuteczne docieranie do swojej docelowej grupy odbiorców. Zaawansowany system aukcji, bazujący na słowach kluczowych i oparty na modelu CPC, gwarantuje, że budżety reklamowe są wykorzystywane w najbardziej efektywny sposób.

1.4. GŁÓWNE CECHY GOOGLE ADS

Jednym z głównych powodów popularności Google Ads wśród reklamodawców jest jego bogata paleta funkcji, które umożliwiają precyzyjne docieranie do odbiorców i optymalizację kampanii reklamowych. Zanurzmy się w niektóre z kluczowych cech tej platformy:

Słowa kluczowe.

Serce każdej kampanii w Google Ads. To one determinują, dla jakich zapytań użytkowników Twoja reklama ma się pojawić. Dzięki nim możesz skierować swoją reklamę do konkretnego segmentu odbiorców, którzy wpisują określone frazy w wyszukiwarkę. Dobór odpowiednich słów kluczowych jest kluczowy dla skuteczności reklamy, ponieważ pozwala na dotarcie do osób faktycznie zainteresowanych Twoją ofertą.



Rys. 2. Ekran Google.pl – wyniki wyszukiwania dla hasła „Wakacje 2024”. Źródło: Google

Targetowanie.

Google Ads umożliwia zaawansowane segmentowanie odbiorców. Możesz kierować swoje reklamy do konkretnej grupy wiekowej, płci, zainteresowań lub nawet lokalizacji geograficznej. Chcesz dotrzeć z reklamą do młodych kobiet z Warszawy interesujących się modą? Google Ads

umożliwia takie precyzyjne docieranie.

Formaty reklam.

Każda kampania reklamowa wymaga innego podejścia. Dlatego Google Ads oferuje różnorodne formaty – od prostych reklam tekstowych, poprzez atrakcyjne graficzne, aż po angażujące reklamy wideo. Istnieją także reklamy produktowe, które doskonale sprawdzają się dla sklepów internetowych.

Metryki.

Kluczem do sukcesu w marketingu jest analiza i mierzenie efektów. Google Ads dostarcza ogromne ilości danych, które pomogą Ci zrozumieć, jak Twoja kampania działa w praktyce. Możesz monitorować liczbę wyświetleń, kliknięć, koszt za kliknięcie, konwersje i wiele innych wskaźników, które pozwolą Ci na ciągłą optymalizację kampanii.

Optymalizacja.

Na podstawie powyższych metryk możesz dostosowywać swoją kampanię, aby była jeszcze bardziej efektywna. Może to oznaczać zmianę budżetu, dostosowanie słów kluczowych, zmianę targetowania czy wybór innego formatu reklamy. Google Ads daje Ci narzędzia do ciągłego doskonalenia swojej strategii.

Google Ads to nie tylko platforma reklamowa, ale także kompletne narzędzie do tworzenia, zarządzania i optymalizacji kampanii marketingowych. Bogactwo funkcji oraz możliwości dostosowania kampanii do indywidualnych potrzeb sprawiają, że jest to jedno z najskuteczniejszych rozwiązań dla reklamodawców na całym świecie.

1.5. KORZYŚCI PŁYNĄCE Z WYKORZYSTANIA GOOGLE ADS

Google Ads oferuje reklamodawcom wiele korzyści, takich jak:

- **Zwiększenie widoczności firmy:** Dzięki Google Ads można dotrzeć do szerokiej grupy potencjalnych klientów, którzy korzystają z wyszukiwarki Google, serwisów Google oraz stron internetowych w sieci reklamowej Google.
- **Skierowanie ruchu na stronę internetową:** Reklamy Google Ads przyciągają użytkowników na stronę internetową Twojej firmy, co może prowadzić do zwiększenia sprzedaży, generowania leadów czy zwiększenia świadomości marki.
- **Precyzyjne targetowanie:** Google Ads pozwala reklamodawcom na precyzyjne określenie grupy docelowej, co sprawia, że reklamy są wyświetlane tylko tym osobom, które są zainteresowane Twoją ofertą.
- **Szybkość działania:** W porównaniu z innymi formami marketingu, Google Ads daje możliwość szybkiego uruchomienia kampanii, co pozwala na natychmiastowe zwiększenie ruchu na stronie czy pozyskiwanie klientów.
- **Kontrola budżetu:** W Google Ads reklamodawcy mają pełną kontrolę nad swoim budżetem, mogąc określić, ile chcą wydać na poszczególne kampanie, grupy reklam czy słowa kluczowe.
- **Łatwość mierzenia efektów:** Platforma dostarcza szczegółowych danych na temat wyników kampanii, co pozwala na analizowanie efektywności działań i optymalizację kampanii w oparciu o te dane.
- **Elastyczność:** Google Ads pozwala na tworzenie różnorodnych kampanii, dostosowanych do celów marketingowych firmy, takich jak promocja produktów, zwiększenie świadomości marki czy generowanie leadów.

1.6. WPROWADZENIE DO STRUKTURY KAMPANII GOOGLE ADS

W świecie reklamy internetowej Google Ads odgrywa dominującą rolę. Jednak, aby w pełni wykorzystać potencjał tej platformy, kluczowe jest zrozumienie, jak jest zbudowana i jak działa. W tym wprowadzeniu omówimy podstawową strukturę kampanii Google Ads, składającą się z trzech głównych poziomów: kampanii, grup reklam oraz reklam i słów kluczowych.

Kampanie.

Kampanie to, można powiedzieć, serce Google Ads. Na tym poziomie określasz podstawowe parametry, takie jak cel reklamy (czy to sprzedaż produktu, generowanie ruchu na stronie czy zwiększenie świadomości marki), budżet dzienny, czy też wybrane ustawienia targetowania, które pozwalają skierować reklamę do określonej grupy odbiorców. Kampania jest jakby dachem, pod którym mieszczą się wszystkie pozostałe elementy.

Grupy reklam.

Jeśli kampania to fundament, grupy reklam są ścianami Twojej struktury reklamowej. W obrębie jednej kampanii możemy mieć wiele grup reklam, które pomagają zorganizować i skategoryzować reklamy według tematów, produktów czy usług. Na przykład, jeśli prowadzisz sklep obuwniczy, możesz mieć osobne grupy reklam dla "butów sportowych", "eleganckich butów" czy "sandałów". W obrębie grup, reklamy będą dostosowane do odpowiedniego tematu, wspierane przez zestaw słów kluczowych.

Reklamy i słowa kluczowe.

Na najniższym, ale jednocześnie najbardziej precyzyjnym poziomie struktury, znajdują się reklamy i słowa kluczowe. Reklamy to konkretne przekazy, które widzą użytkownicy - mogą to być teksty, obrazy czy wideo. Słowa kluczowe to frazy, które wyzwalają wyświetlenie Twojej reklamy. Kontynuując nasz przykład obuwniczy: dla grupy reklam "buty sportowe" możemy mieć słowa kluczowe jak "nike biegowe", "adidas treningowe" czy "buty do biegania". Kiedy

użytkownik wpisze te frazy w wyszukiwarce, Twoja reklama będzie miała szansę się pojawić.

Skuteczne korzystanie z Google Ads wymaga zrozumienia, jak ułożone są poszczególne poziomy i jak one współpracują ze sobą. Ta hierarchiczna struktura pozwala na precyzyjne targetowanie, optymalizację oraz monitorowanie efektów kampanii, co przekłada się na sukces w świecie reklamy online.

1.7. PODSTAWOWE USTAWIENIA KAMPANII GOOGLE ADS

Za każdym razem, gdy decydujemy się na stworzenie kampanii w Google Ads, stoi przed nami wyzwanie podjęcia kilku istotnych decyzji, które mają bezpośredni wpływ na to, jak nasza reklama będzie się prezentować i do kogo trafi. Zanurzmy się w kluczowe ustawienia, które warto zrozumieć, by osiągnąć sukces w reklamie online.

Typ kampanii.

Pierwszym krokiem jest wybór typu kampanii. Każdy typ ma swoje specyficzne cechy:

- Kampanie w sieci wyszukiwania - skupiają się na tekstowych reklamach wyświetlanych w wynikach wyszukiwania Google.
- Kampanie w sieci reklamowej - umożliwiają wyświetlanie reklam na stronach partnerskich Google.
- Kampanie wideo - są skierowane do platformy YouTube i innych witryn wideo.
- Kampanie produktowe - idealne dla sklepów internetowych, pozwalają prezentować produkty bezpośrednio w wynikach wyszukiwania.

Cel kampanii.

Określenie celu jest kluczem do dobrania odpowiednich ustawień i strategii. Chcemy zwiększyć ruch na stronie? A może głównym celem jest sprzedaż konkretnego produktu? Definiując cel, możemy lepiej dostosować nasze reklamy do oczekiwań odbiorców.

Budżet.

Kolejnym krokiem jest określenie, ile jesteśmy w stanie zainwestować w reklamę. Możemy ustalić dzienny budżet (maksymalna kwota, którą chcemy wydać w ciągu dnia) lub całkowity budżet kampanii. Dodatkowo, wybieramy model rozliczeniowy: za kliknięcie (CPC), za tysiąc wyświetleń (CPM) czy za obejrzenie wideo (CPV), a także model określania stawek z naciskiem na kliknięcie, wyświetlenia, ilość konwersji lub wartość konwersji.

Targetowanie geograficzne.

Dzięki tej opcji możemy skierować naszą reklamę do konkretnego miejsca na świecie. Chcemy, by reklama była widoczna tylko dla mieszkańców Krakowa? A może dla całego województwa

małopolskiego? Wszystko zależy od naszej strategii i grupy docelowej.

Targetowanie demograficzne i behawioralne.

To zaawansowane ustawienie pozwala nam docierać do konkretnych segmentów odbiorców. Chcemy skierować reklamę do młodych matek w wieku 25-34 lata? A może do osób interesujących się turystyką górską? Google Ads daje nam narzędzia do tak precyzyjnego targetowania.

Mając na uwadze powyższe ustawienia, możemy tworzyć kampanie, które są dokładnie dostosowane do naszych potrzeb i oczekiwań. Skuteczne wykorzystanie tych opcji to podstawa sukcesu w świecie reklamy online.

CZEGO NAUCZYŁAŚ/ŁEŚ SIĘ W TYM ROZDZIALE?

Po przeczytaniu pierwszego rozdziału nauczyłeś się:

Co to jest Google Ads.

Poznałeś, że Google Ads to płatny system reklamowy oferowany przez Google, który umożliwia wyświetlanie reklam w wynikach wyszukiwania Google oraz w jego sieci partnerskiej.

O historii Google Ads.

Dowiedziałeś się o ewolucji tej platformy od momentu jej powstania jako AdWords w 2000 roku do obecnych czasów, obserwując, jak zmieniała się w odpowiedzi na wymagania rynku.

Mechanizmy działania Google Ads.

Zrozumiałeś, jak działa system aukcji reklamowej, jakie czynniki wpływają na ranking reklam oraz jak kształtuje się koszt za kliknięcie.

Kluczowe cechy Google Ads.

Poznałeś główne funkcje tej platformy, takie jak możliwość segmentacji odbiorców, śledzenie konwersji oraz personalizacja reklam.

Główne korzyści z korzystania z Google Ads.

Zrozumiałeś, dlaczego wiele firm decyduje się na korzystanie z Google Ads, w tym możliwość docierania do odpowiedniej grupy docelowej, elastyczność w zarządzaniu budżetem oraz mierzalność efektów.

Struktura kampanii w Google Ads.

Nauczyłeś się, jak zorganizowana jest kampania w Google Ads – od poziomu konta, przez kampanie, grupy reklam, aż po indywidualne reklamy.

Podstawy ustawień kampanii w Google Ads.

Dowiedziałeś się, jakie są najważniejsze elementy ustawień kampanii, takie jak cele, lokalizacja, budżet czy metody licytacji.

Po tym rozdziale posiadasz solidną wiedzę bazową na temat Google Ads, która przyda Ci się w dalszym eksplorowaniu tej platformy reklamowej.

Rozdział 2

Konto Google Ads

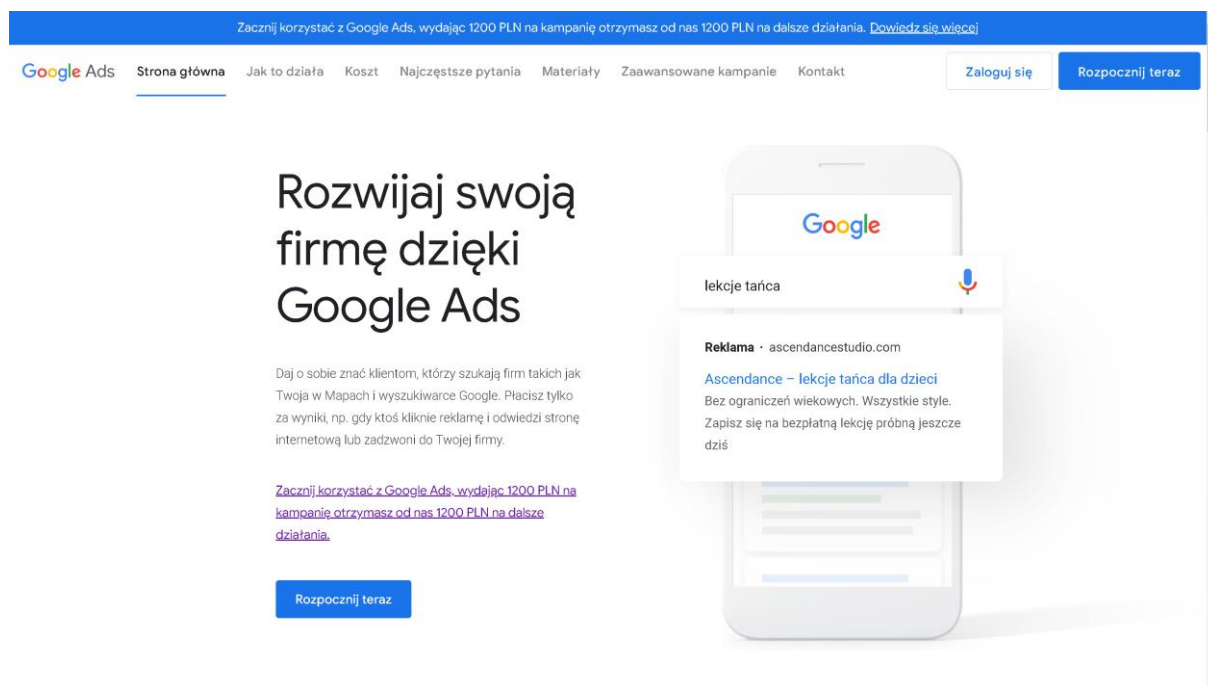
2.1. REJESTRACJA KONTA GOOGLE ADS

Aby zacząć korzystać z Google Ads, musisz najpierw założyć konto. Tutaj warto zrozumieć na początku różnice pomiędzy określeniem konto Google, a konto Google Ads, bo jest to często przez moich Kursantów oraz Klientów mylone:

- Konto Google to twój adres email, w domenie @gmail.com lub w Twojej domenie, którym możesz się logować do wszystkich usług Google.
- Konto Google Ads to twoje konto już w systemie reklamowym Google Ads, które umożliwia Tobie tworzenie kampanii reklamowych w Google Ads.
- Do konta Google Ads logujemy się kontem Google, czyli Twoim adresem w poczcie @gmail.com (rekomendowane) lub stworzonym z Twojego firmowego maila kontem Google.

Oto, jak zacząć korzystać z Google Ads – jak to zrobić krok po kroku:

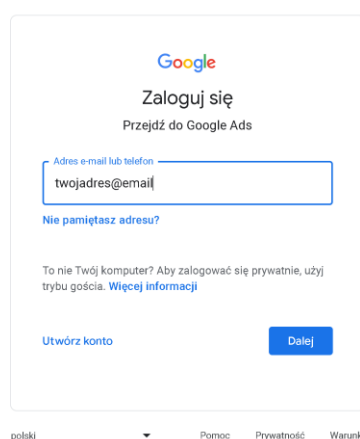
1. Przejdź na stronę Google Ads (<https://ads.google.com>) i kliknij "Rozpocznij teraz".



Rys. 3. Ekran Google Ads – strona logowania. Źródło: Google Ads

2. Zaloguj się przy użyciu istniejącego konta Google (rysunek 4) lub utwórz nowe konto, jeśli nie masz jeszcze żadnego (rysunek 5 i 6).

W opcji pierwszej wpisz swój adres email (@gmail.com), kliknij dalej i w kolejnym ekranie wpisz hasło logowania do swojego konta Google (@gmail.com)



Rys. 4. Ekran logowania do Google Ads – jeśli już masz konto Google. Źródło: Google

W opcji drugiej, jeśli nie masz jeszcze konta Google na @gmail.com klikasz w niebieski link „Utwórz” konto, a dodatkowo wybierzesz „do użytku osobistego”, „dla dziecka” czy „do pracy lub celów biznesowych” (zalecane).

Uwaga! Jeśli masz już konto @gmail.com kolejne kroki dot. zakładania konta Google możesz pominąć.

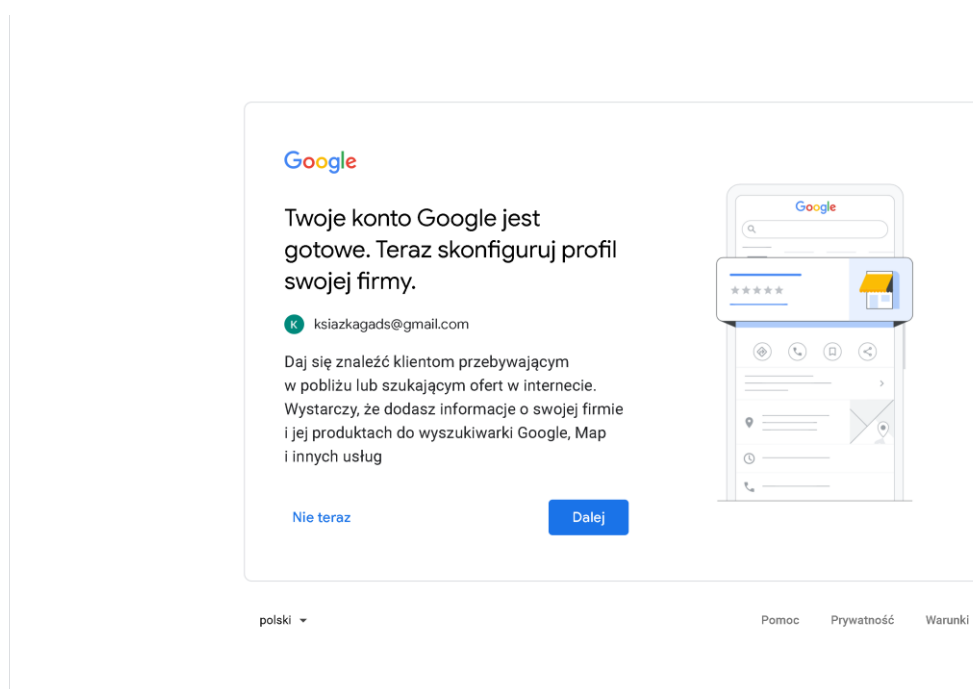
Dalej przechodzisz przez proces zakładania konta Google podając swoje dane: imię lub nazwę, nazwisko, datę urodzenia i płeć, a następnie kliknij „Zamiast tego utwórz adres Gmail” lub „wpisz adres e-mail, którego chcesz używać na koncie”.

Rys. 5. Jeden z ekranów zakładania konta Google (@gmail). Źródło: Google Ads

W tej opcji będzie można korzystać ze swojego dotychczasowego adresu mailowego. Wybór należy do Ciebie. Ja zalecam uruchomić sobie nowy adres mailowy w domenie @gmail.com np. nazwafirmy+GAds@gmail.com. Wybierz propozycje od Google lub kliknij „twórz własny adres Gmail”

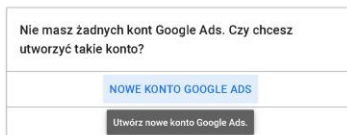
Rys. 6. Jeden z ekranów zakładania konta Google (@gmail). Źródło: Google Ads

W kolejnych krokach wybierz swoje hasło, dodaj numer telefonu, zweryfikuj telefon adres email, wybierz ustawienia personalizacji „szybka personalizacja (1 krok)”, a następnie przechodząc „dalej” potwierdź ustawienia personalizacji i użycie plików cookie oraz prywatność i warunki klikając „zgadzam się”. Na końcu procesu pojawi się ekran z podsumowaniem tego procesu, gdzie zalecam, aby nie klikać „Dalej”, a wybrać opcję „Nie teraz” abyśmy mogli przejść w pełni proces uruchamiania Twojego konta Google Ads, z uwzględnieniem wszystkich ważnych elementów.



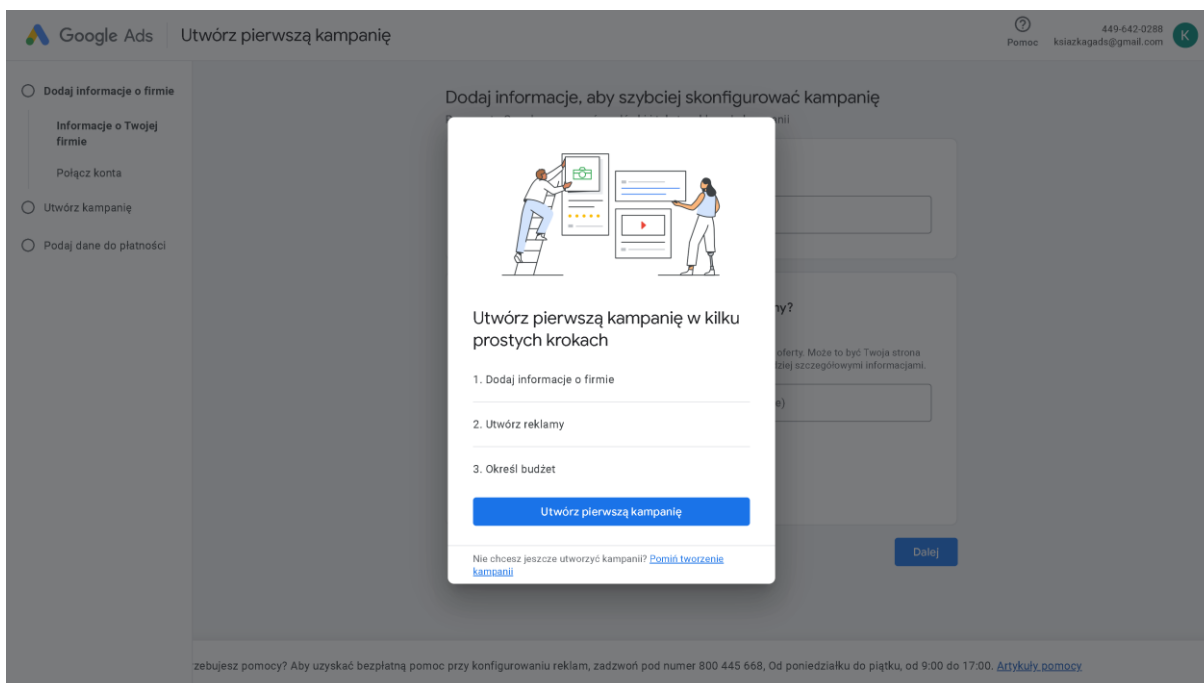
Rys. 7. Podsumowanie procesu zakładania konta Google (@gmail). Źródło: Google Ads

3. Po zalogowaniu się na swoje konto Google Ads (dotyczy opcji pierwszej – jeśli już posiadałeś konto Google, a także opcji drugiej – gdzie przed chwilą zakładaliśmy konto Google), wybierz „Nowe konto Google Ads”.



Rys. 8. Zakładanie konta Google Ads – wybór „Nowe konto Google Ads” Źródło: Google Ads

4. W Kolejny kroku wybierz „Pomiń tworzenie kampanii” [Rys. 9] (na dole dodatkowego pionowego ekranu popup).



Rys. 9. Wybór opcji „Pomiń tworzenie reklamy” w procesie uruchamiania konta Google Ads. Źródło: Google

Spodobał Ci się bezpłatny fragment? Chcesz zrozumieć system Google Ads i nauczyć się robić samodzielnie reklamy? Już dziś kup całą książkę lub ebooka ze specjalnym kodem rabatowym „15KSGADS24” obniżającym na stronie sukceswinternecie.pl aktualną cenę książki, ebooka lub zestawu książka + ebook aż o 15%!

Najlepsza w Polsce książka o Google Ads jest w Twoich rękach!

- Kompleksowa wiedza praktyczna o Google Ads dla początkujących
- 20 logicznie podzielonych rozdziałów, z instrukcjami krok po kroku
- 350 stron z wiedzą i doświadczeniami zebranych przez 21 lat
- Ćwiczenia, porady oraz odpowiedzi na najpopularniejsze pytania
- Uruchamianie i optymalizacja kampanii dla poprawy efektów
- Najnowszy interfejs Google Ads + niezbędne integracje
- Twoja Strategia Google Ads na bazie mojego autorskiego programu
- Dodatkowo rabaty do 20% na inne materiały edukacyjne

Naucz się jak samodzielnie od A do Z zaplanować oraz uruchomić skuteczne kampanie Google Ads i zacząć sprzedawać przez Internet! Skorzystaj z najnowszej wiedzy o Google Ads oraz z moich 21 letnich doświadczeń z marketingiem internetowym i 13 letnich z Google Ads. Zrealizowałem z wieloma sukcesami kampanie dla moich Klientów za ponad 50 000 000 zł i tymi doświadczeniami oraz gotowymi wskazówkami dzielę się z Tobą w tej książce!

Bez zbędnej ściemy! Google Ads jest w książce rozłożony na części pierwsze, ale w zrozumiały dla każdego sposób. Gwarantuje, że po przeczytaniu tej książki samodzielnie uruchomisz i zoptymalizujesz skuteczne kampanie w Google Ads!

Zacznij od tej książki. Zrób pierwsze kroki i za kilka tygodni zobaczysz, że sprzedaż przez Internet może być naprawdę prosta, przyjemna i efektywna, a Ty możesz zacząć spełniać swoje marzenia zawodowe i osobiste. Wykorzystaj Internet i bądź szczęśliwym człowiekiem!

Robert Duda

Ekspert marketingu. Specjalizacje to SEO, Google Ads, Google Analytics. Praktyk, wykładowca akademicki, autor książek i kursów. Certyfikowany specjalista Google. Prowadzi efektywne kampanie, praktyczne szkolenia, warsztatowe kursy. 21 lat doświadczenia w marketingu internetowym. Prywatnie szczęśliwy mąż i ojciec dwóch córek. Dumny Ślązak 😊

KURSY | SZKOLENIA | DORADZTWO | USŁUGI
SEO | GOOGLE ADS | GOOGLE ANALYTICS | YOUTUBE



ISBN 978-83-951938-5-9



Cena: 109,00 zł

Wydawca: Sukceswinternecie.pl Robert Duda | ul. Mickiewicza 10A/12 | 47-400 Racibórz
NIP: 647-222-39-86 | email: info@sukceswinternecie.pl | tel. 606 476 711
<https://sukceswinternecie.pl>

Kup książkę