

Δίκτυο Προβολής

Display Network

Google Display Network

Προέλκυση χρηστών με Εικόνες – Banners – Responsive Display Ads

Προσέγγιση χρηστών, ενώ περιηγούνται στους αγαπημένους τους ιστοτόπους, δείχνουν στους φίλους τους ένα βίντεο YouTube, ελέγχουν τον λογαριασμό τους στο Gmail ή χρησιμοποιούν κινητές συσκευές και εφαρμογές.

Πλεονεκτήματα

- ✓ Ευκαιρία προσέλκυσης δυνητικών πελάτων με χαμηλό κόστος.
- ✓ Χρήση ελκυστικών μορφών διαφήμισης.
- ✓ Εμφάνιση σε μια μεγάλη συλλογή ιστοτόπων, εφαρμογών για κινητές συσκευές και περιεχομένου βίντεο.

Example of your text ad at 300x250

Logistics Services

ΑλέαCargo

Logistics | Αποθήκευση |
Μεταφορά | Διανομή

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Example of your image ad at 300x250

Logistics Services

Logistics | Αποθήκευση |
Μεταφορά | Διανομή

Example of your native ad at 300x250

Αποθήκευση & Διανομή
εμπορευμάτων - Προσφέρουμε...

ΑλέαCargo

Επικοινωνία >



Νίκος Γιαννόπουλος

10 Νοεμβρίου 2019 08:06

Θα είχε πραγματικά τεράστιο ενδιαφέρον να μπορούσαμε να... αναστήσουμε για μερικές, έστω, ημέρες τον Καρλ Μαρξ. Ο τεράστιος Γερμανός διανοούμενος που αφιέρωσε τη ζωή του κυρίως στη μελέτη της οικονομίας και της εργασίας μέσα από ένα διαφορετικό πρίσμα, αυτό του κομμουνισμού, πήγε την παγκόσμια σκέψη εκατομμύρια βήματα μπροστά έστω και αν οι θεωρίες του δεν βρήκαν την απόλυτη εφαρμογή και έθεσε προβληματισμούς που μέχρι τα μέσα του 19ου αιώνα απλά δεν υπήρχαν.



Google Display Network

- ✓ **Demographics:** Στόχευση χρηστών με συγκεκριμένα δημογραφικά στοιχεία (φύλο & ηλικία).
- ✓ **Topics:** Εμφάνιση σε sites με τις συγκεκριμένες θεματολογίες (π.χ. Fashion & Styles).
- ✓ **Placements:** Προβολή των διαφημίσεων μας σε συγκεκριμένα sites. (π.χ Sissy Christidou, Mikri Ollandeza)
- ✓ **Affinity Audiences:** Στόχευση χρηστών με συγκεκριμένα γενικά ενδιαφέροντα (π.χ. Fashionistas).
- ✓ **In-market Audiences:** Στόχευση χρηστών που ψάχνουν ενεργά τις τελευταίες 30 ημέρες για κάτι συγκριμένο (π.χ. Women's clothing).
- ✓ **Συνδυασμός** των παραπάνω επιλογών.

Είδη κοινού

Άτομα: Ποιους θέλετε να προσεγγίσετε
Ορίστε τα Είδη κοινού, τα Δημογραφικά στοιχεία ή και τα δύο

Είδη κοινού

Προσεγγίστε χρήστες με βάση τις ενέργειές τους στο διαδίκτυο και τα ενδιαφέροντά τους ☺

Επεξεργασία στοχευμένων ειδών κοινού

ΤΕΛΟΣ

Όλα τα είδη κοινού:

Κανένα επιλεγμένο στοιχείο

[ΔΙΑΓΡΑΦΗ ΟΛΩΝ](#)

Ποια είναι τα ενδιαφέροντα και οι συνήθειές τους
(Συνάφεια και προσαρμοσμένη συνάφεια) >

Επιλέξτε ένα ή περισσότερα είδη κοινού για στόχευση.

Τι ερευνούν ή σχεδιάζουν ενεργά
(Εντός αγοράς και προσαρμοσμένο κοινό πρόθεσης) >

Πώς έχουν αλληλεπιδράσει με την επιχείρησή σας
(Επαναληπτικό μάρκετινγκ και παρόμοια είδη κοινού) >

Δημογραφικά στοιχεία

Δημογραφικά στοιχεία

Προσεγγίστε χρήστες με βάση την ηλικία, το φύλο, τη γονική κατάσταση ή το οικογενειακό εισόδημα ⓘ ^

Επεξεργασία στοχευμένων δημογραφικών στοιχείων ΤΕΛΟΣ

Φύλο	Ηλικία	Γονική κατάσταση	Οικογενειακό εισόδημα
<input checked="" type="checkbox"/> Γυναίκες	<input checked="" type="checkbox"/> 18 - 24	<input checked="" type="checkbox"/> Άτεκνοι	<input checked="" type="checkbox"/> Πρώτο 10%
<input checked="" type="checkbox"/> Άνδρες	<input checked="" type="checkbox"/> 25 - 34	<input checked="" type="checkbox"/> Γονείς	<input checked="" type="checkbox"/> 11 - 20%
<input checked="" type="checkbox"/> Άγνωστο ⓘ	<input checked="" type="checkbox"/> 35 - 44	<input checked="" type="checkbox"/> Άγνωστη ⓘ	<input checked="" type="checkbox"/> 21 - 30%
	<input checked="" type="checkbox"/> 45 - 54		<input checked="" type="checkbox"/> 31 - 40%
	<input checked="" type="checkbox"/> 55 - 64		<input checked="" type="checkbox"/> 41 - 50%
	<input checked="" type="checkbox"/> 65+		<input checked="" type="checkbox"/> Κατώτατο 50%
	<input checked="" type="checkbox"/> Άγνωστο ⓘ		<input checked="" type="checkbox"/> Άγνωστο ⓘ

⚠ Σημείωση: Η στόχευση βάσει οικογενειακού εισοδήματος είναι διαθέσιμη μόνο σε επιλεγμένες χώρες. [Μάθετε περισσότερα](#)

Ενισχυμένο κόστος ανά κλικ (ECPC)

Το ενισχυμένο κόστος ανά κλικ (ECPC) μπορεί να σας βοηθήσει να εξασφαλίσετε περισσότερες μετατροπές από τη μη αυτόματη υποβολή προσφορών.

Το ECPC λειτουργεί αυξάνοντας τις προσφορές σας για κλικ που είναι πιο πιθανό να οδηγήσουν σε μετατροπές και μειώνοντας τις προσφορές σας για κλικ που είναι λιγότερο πιθανό να αποφέρουν μετατροπές.

Αυτή η δυνατότητα μπορεί να συμβάλλει στην αύξηση των μετατροπών και στην καλύτερη αξιοποίηση του προϋπολογισμού σας.

Εμφανίσεις με δυνατότητα προβολής

Σε τι θα θέλατε να εστιάσετε; [?](#)

Εμφανίσεις με δυνατότητα προβολής [▼](#)

Η μέτρηση Μετατροπές συνιστάται για το εξής στοιχείο :στόχος καμπάνιας

Πώς θέλετε να λαμβάνετε τη μέτρηση εμφανίσεις με δυνατότητα προβολής;

Υποβολή προσφορών για εμφανίσεις με δυνατότητα προβολής [▼](#)

Πληρωμή για [?](#)

Εμφανίσεις με δυνατότητα προβολής

i Βάσει των επιλογών, αυτή η καμπάνια θα χρησιμοποιεί τη στρατηγική προσφοράς **CPM με δυνατότητα προβολής** [?](#)

Μια εμφάνιση με δυνατότητα προβολής προκύπτει όταν ένας χρήστης βλέπει 50% της διαφήμισης για πάνω από 1 δευτερόλεπτο.

[?](#)

[Μάθετε περισσότερα](#)

Ορίστε το επιθυμητό ποσό προσφοράς για κάθε χίλιες εμφανίσεις με δυνατότητα προβολής.

[Μάθετε περισσότερα](#)

Επιλέξτε το συμβάν για το οποίο θέλετε να χρεώνεστε. Για παράδειγμα, αν επιλέξετε κλικ, η καμπάνια σας θα χρεώνεται όταν κάποιος κάνει κλικ στη διαφήμισή σας

[Μάθετε περισσότερα](#)

Προδιαγραφές των Banners

<https://support.google.com/google-ads/answer/1722096?hl=el>

Προδιαγραφές

Διαφημίσεις με και χωρίς κινούμενη εικόνα



Τύποι αρχείων

Μορφές GIF, JPG, PNG
Μέγ. μέγεθος 150 KB

Leaderboard 728x90

468 × 60	Banner 468x60
728 × 90	Leaderboard 728x90
930 × 180	Επάνω banner
970 × 90	Μεγάλο leaderboard 728x90
970 × 250	Διαφημιστική πινακίδα
980 × 120	Πανόραμα

Κινητό τηλέφωνο

300 × 50	Banner για κινητά
320 × 50	Banner για κινητά
320 × 100	Μεγάλο banner για κινητά

*Κινούμενες διαφημίσεις (GIF)
Διάρκεια και ταχύτητα κινούμενης εικόνας:
Η διάρκεια κινούμενης εικόνας δεν πρέπει να υπερβαίνει τα 30 δευτερόλεπτα
Οι κινούμενες εικόνες μπορούν να τεθούν σε ροή, αλλά η κίνηση θα πρέπει να σταματήσει έπειτα από 30 δευτερόλεπτα
Οι διαφημίσεις με κινούμενη εικόνα GIF πρέπει να έχουν λιγότερα από πέντε καρτέ ανά δευτερόλεπτο

Μεγέθη διαφημίσεων

Τετράγωνο και ορθογώνιο

200 × 200	Τετράγωνο 200x200
240 × 400	Κάθετο ορθογώνιο
250 × 250	Τετράγωνο 250x250
250 × 360	Τριπλό widescreen
300 × 250	Ενσωματωμένο ορθογώνιο
336 × 280	Ορθογώνιο 336x280
580 × 400	Netboard

Ουρανοξύστης

120 × 600	Ουρανοξύστης
160 × 600	Κατακόρυφο 160x600
300 × 600	Διαφήμιση μισής σελίδας
300 × 1050	Πορτραίτο

Τι είναι τα Responsive Display Ads;

Τα Responsive Display Ads είναι μια ευέλικτη μορφή διαφημίσεων που εμφανίζονται στο δίκτυο προβολής της Google. Οι τύποι διαφημίσεων Responsive Display, όπως και οι διαφημίσεις responsive search, χρησιμοποιούν την τεχνολογία Machine Learning.

Κατά τη δημιουργία μιας Responsive Display διαφήμισης, παρέχεις στην πλατφόρμα Google Ads ζητούμενα στοιχεία της διαφήμισης, όπως: εικόνες, τίτλοι, λογότυπα, βίντεο και περιγραφές.

Στη συνέχεια, η πλατφόρμα Google Ads, σε συνδυασμό με την τεχνολογία Machine Learning, **θα δημιουργήσει, αυτόματα, διαφημίσεις, συνδυάζοντας κείμενο, φωτογραφίες, εικόνες, λογότυπο και βίντεο που θα εμφανίζονται ως ο βέλτιστος συνδυασμός** για κάθε θέση υποδοχής διαφήμισης στο δίκτυο προβολής της Google.

Ορισμένες συμβουλές **για καλύτερη απόδοση** των διαφημίσεων σου:

Σημαντικό είναι **να εμπλουτίσεις τους τίτλους** (headlines), τους **εκτενείς τίτλους** (long headlines) και **τις περιγραφές** (descriptions) με κείμενο που θα δίνει αξία στους δυνητικούς πελάτες και θα προσελκύει το ενδιαφέρον τους

Πολύ σημαντικό είναι να **χρησιμοποιήσεις το Brand** (χαρακτηριστικό όνομα) της επιχείρησής σου

Προτείνεται **να επιλέγεις High Quality Images**, οι οποίες θα πρέπει να επικοινωνούν με σαφήνεια το μήνυμα που θέλεις να μεταδώσεις στους δυνητικούς σου πελάτες

Όσον αφορά στο logo, ιδανικό θα είναι **να επιλέξεις το Brand logo** της επιχείρησής σου

Έχε υπόψη ότι, μέσω των διαφημίσεων στο δίκτυο προβολής της Google, εκτός του να επικοινωνήσεις τα σωστά μηνύματα με τη χρήση του κατάλληλου περιεχομένου, θα πρέπει να είσαι εύκολα αναγνωρίσιμος από τους δυνητικούς και τωρινούς πελάτες σου

Topics

Σχετικά με τη στόχευση ανά θέμα

Ακριβώς όπως η επιχείρησή σας εξυπηρετεί συγκεκριμένους πελάτες, έτσι και οι πελάτες σας μπορεί να ενδιαφέρονται για συγκεκριμένα θέματα. Με τη στόχευση ανά θέμα, μπορείτε να τοποθετείτε τις διαφημίσεις του Google Ads σε ιστοσελίδες, εφαρμογές και βίντεο που σχετίζονται με αυτά τα θέματα (π.χ. θέματα σχετικά με τη γεωργία, τη μουσική ή κάτι τελείως διαφορετικό).

Αυτό το άρθρο παρέχει μια επισκόπηση της στόχευσης ανά θέμα. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτήν τη λειτουργία σε καμπάνιες Δικτύου προβολής ή καμπάνιες βίντεο. Για αναλυτικές οδηγίες, μεταβείτε στην ενότητα [Στόχευση ιστοτόπων σχετικά με συναφή θέματα](#).

Με τη στόχευση ανά θέμα, οι διαφημίσεις σας είναι κατάλληλες για εμφάνιση σε οποιαδήποτε σελίδα στο [Δίκτυο προβολής](#) ή στο YouTube, το περιεχόμενο της οποίας σχετίζεται με τα θέματα που έχετε επιλέξει. Καθώς το περιεχόμενο του ιστού αλλάζει με την πάροδο του χρόνου, οι σελίδες όπου εμφανίζονται οι διαφημίσεις σας μπορεί να αλλάξουν παράλληλα με αυτό. Για να προβάλλετε τις διαφημίσεις σας σε αυτές τις σελίδες, απλά επιλέξτε ένα ή περισσότερα θέματα που θεωρείτε συναφή με τις διαφημίσεις σας.

Παράδειγμα

Αν στοχεύσετε το θέμα "Αυτοκίνητα και οχήματα", για παράδειγμα, η διαφήμισή σας θα μπορεί να εμφανιστεί σε οποιονδήποτε ιστότοπο του Δικτύου εμφάνισης ή σε οποιαδήποτε άλλη τοποθέτηση που περιλαμβάνει περιεχόμενο σχετικά με αυτοκίνητα ή οποιαδήποτε άλλα θέματα που αφορούν σε οχήματα. Μπορείτε επίσης να επιλέξετε πιο συγκεκριμένα επιμέρους θέματα, όπως "Φορτηγά και SUV", "Επαγγελματικά οχήματα" ή "Μοτοσικλέτες".

Placements

Τοποθετήσεις

Τοποθεσίες στο Δίκτυο εμφάνισης, στις οποίες μπορεί να εμφανίζεται η διαφήμισή σας. Στα παραδείγματα περιλαμβάνονται συναφείς ιστότοποι και εφαρμογές που συνεργάζονται με το Google για την προβολή διαφημίσεων.

- Μια τοποθέτηση του **Δικτύου εμφάνισης** μπορεί να αναφέρεται σε διάφορες έννοιες, όπως είναι ένας ολόκληρος ιστότοπος, ένα υποσύνολο ιστότοπου (όπως, για παράδειγμα, συγκεκριμένες σελίδες από αυτόν τον ιστότοπο), μια μεμονωμένη ενότητα διαφημίσεων που βρίσκεται σε μια μεμονωμένη σελίδα, ένα βίντεο, μια εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα και άλλα πολλά.
- Μπορείτε να επιλέξετε συγκεκριμένες τοποθεσίες, προσθέτοντας **διαχειριζόμενες τοποθετήσεις**. Μπορείτε, επίσης, να επιτρέψετε στο Google να επιλέξει συναφείς **αυτόματες τοποθετήσεις** για λογαριασμό σας, βάσει των λέξεων-κλειδιών που διαθέτετε ή άλλων μεθόδων στόχευσης.



Μπορούμε να στοχεύσουμε τόσο σε site πχ <https://www.news247.gr/> ή <http://spirossoulis.com/>

Τόσο και σε YouTube Κανάλια η βίντεο πχ Unboxholics ή Sissy Christidou.



Custom intent

Σας επιτρέπουν να προσεγγίζετε το ιδανικό κοινό για την επιχείρησή σας στις καμπάνιες εμφάνισης, διαχωρίζοντας τις ομάδες διαφημίσεων ανάλογα με τις συγκεκριμένες λέξεις-κλειδιά και τις σελίδες προορισμού που θέλετε να στοχεύσετε. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε προσαρμοσμένα είδη κοινού ενδιαφέροντος με τμήματα κοινού που δημιουργήθηκαν αυτόματα ή μπορείτε να ορίσετε το δικό σας κοινό, εισάγοντας λέξεις-κλειδιά, διευθύνσεις URL και εφαρμογές που σχετίζονται με το προϊόν ή την υπηρεσία σας. Οι διαφημίσεις Google θα προβάλλουν διαφημίσεις σε άτομα που ενδέχεται να ενδιαφέρονται για αυτές τις λέξεις-κλειδιά σε σελίδες, εφαρμογές και βίντεο.

<https://support.google.com/google-ads/answer/9069938?hl=el>

Remarketing

- ✓ Οι returning visitors έχουν υψηλότερο ποσοστό μετατροπής σε πελάτες.
- ✓ Αποτελούν κοινό που έχει δείξει ενδιαφέρον για την εταιρεία μας.
- ✓ Μπορεί να συνδυαστεί και με πολλούς τρόπους & επίπεδα στόχευσης



Remarketing

Προβολή banners (εικόνες) σε χρήστες που έχουν επισκεφθεί στο παρελθόν τον ιστότοπο μας.

Πλεονεκτήματα

- ✓ Υπενθυμίζουμε στους χρήστες την παρουσία μας.
- ✓ Οι χρήστες βλέπουν διαφημίσεις & προσφορές σχετικές με τα προϊόντα / υπηρεσίες για τα οποία έχουν δείξει ενδιαφέρον.
- ✓ Παρουσιάζουν υψηλότερο ποσοστό αγοράς (*σε σχέση με μια απλή display campaign).



Σχετικά με το επαναληπτικό μάρκετινγκ

Το επαναληπτικό μάρκετινγκ είναι ένας τρόπος να συνδεθείτε με τους χρήστες που έχουν αλληλεπιδράσει με τον ιστότοπό σας ή την εφαρμογή σας για κινητές συσκευές. Σας επιτρέπει να τοποθετείτε με στρατηγικό τρόπο τις διαφημίσεις σας, ώστε να τις βλέπουν αυτά τα είδη κοινού, καθώς οι χρήστες περιηγούνται στο Google ή στους ιστοτόπους των συνεργατών του. Κατ' αυτόν τον τρόπο, το επαναληπτικό μάρκετινγκ αυξάνει την αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας σας ή υπενθυμίζει στα συγκεκριμένα είδη κοινού να πραγματοποιήσουν μια αγορά.



Τρόποι πραγματοποίησης επαναληπτικού μάρκετινγκ με το Google Ads

- **Τυπικό επαναληπτικό μάρκετινγκ:** Προβολή διαφημίσεων στους παλαιότερους επισκέπτες του ιστοτόπου σας, καθώς περιηγούνται σε ιστοτόπους και εφαρμογές στο Δίκτυο προβολής. [Μάθετε περισσότερα](#)
- **Δυναμικό επαναληπτικό μάρκετινγκ:** Ενίσχυση των αποτελεσμάτων με το δυναμικό επαναληπτικό μάρκετινγκ, το οποίο βελτιώνει σημαντικά τα αποτελέσματα του επαναληπτικού μάρκετινγκ με διαφημίσεις που περιέχουν προϊόντα ή υπηρεσίες που έχουν προβάλει οι χρήστες στον ιστότοπό σας ή την εφαρμογή σας. [Μάθετε περισσότερα](#)
- **Λίστες επαναληπτικού μάρκετινγκ για διαφημίσεις αναζήτησης:** Προβολή διαφημίσεων στους πρώην επισκέπτες του ιστοτόπου σας, καθώς πραγματοποιούν επακόλουθες αναζητήσεις στο Google για τα προϊόντα που χρειάζονται, αφού αποχωρήσουν από τον ιστότοπό σας. [Μάθετε περισσότερα](#)
- **Επαναληπτικό μάρκετινγκ βίντεο:** Προβολή διαφημίσεων σε χρήστες που έχουν αλληλεπιδράσει με τα βίντεο ή το κανάλι σας στο YouTube, καθώς χρησιμοποιούν το YouTube και περιηγούνται σε βίντεο, ιστότοπους και εφαρμογές του Δικτύου προβολής. [Μάθετε περισσότερα](#)
- **Επαναληπτικό μάρκετινγκ λίστας πελατών:** Με την Αντιστοιχία πελατών, μπορείτε να ανεβάσετε λίστες με τα στοιχεία επικοινωνίας που σας έχουν δώσει οι πελάτες σας. Όταν οι συγκεκριμένοι πελάτες είναι συνδεδεμένοι στο Google, μπορείτε να τους προβάλετε διαφημίσεις σε διαφορετικά προϊόντα Google.

About Tag Assistant

Tag Assistant is a Chrome Extension that automatically validates the implementation of Google tracking scripts on any given page. It currently works for:

- Google Analytics (ga.js)
- Google Analytics (dc.js)
- AdWords Conversion Tracking
- AdWords Remarketing (legacy)
- AdWords Remarketing (new remarketing tag)
- Doubleclick Floodlight
- Google Tag Manager

<https://chrome.google.com/webstore/detail/tag-assistant-by-google/kejbdjndbnbjgmefkgdddjlbokphdefk?hl=en>

Κατεβάστε το extension Google Tag Assistant, θα σας βοηθήσει να δείτε αν έχουν τοποθετηθεί σωστά οι παραπάνω κώδικες.



Απαραίτητες ενέργειες κυρίως για e shop

Remarketing Tag

Conversion Tag

Dynamic Remarketing

Σύνδεση με Google Analytics

Οφέλη

Ανεξάρτητα από το αν θέλετε να αυξήσετε τη δραστηριότητα πωλήσεων, να προσελκύσετε εγγραφές ή να προωθήσετε την αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας σας, το επαναληπτικό μάρκετινγκ μπορεί να αποτελέσει στρατηγικό στοιχείο της διαφήμισής σας. Ακολουθούν ορισμένα οφέλη που προκύπτουν από τη χρήση του επαναληπτικού μάρκετινγκ:

- **Άμεση προσέγγιση χρηστών/Στόχευση την πλέον κατάλληλη στιγμή:** Μπορείτε να προβάλετε τις διαφημίσεις σας στους χρήστες που έχουν αλληλεπιδράσει με την επιχείρησή σας, όταν αυτοί πραγματοποιούν αναζήτηση κάπου αλλού και είναι πιθανότερο να προβούν σε μια αγορά. Μπορείτε επίσης να βοηθήσετε τους πελάτες να σας βρουν, προβάλλοντας τις διαφημίσεις σας σε αυτούς, όταν αναζητούν ενεργά την επιχείρησή σας στην Αναζήτηση Google.
- **Στοχευμένη διαφήμιση:** Μπορείτε να δημιουργήσετε λίστες επαναληπτικού μάρκετινγκ, για να διαφημιστείτε σε συγκεκριμένες περιπτώσεις. Για παράδειγμα, μπορείτε να δημιουργήσετε μια λίστα επαναληπτικού μάρκετινγκ που στοχεύει τους χρήστες που προσέθεσαν κάτι στο καλάθι αγορών, αλλά δεν ολοκλήρωσαν μια συναλλαγή.
 - **Προσέγγιση μεγάλης κλίμακας:** Μπορείτε να προσεγγίσετε τους χρήστες που περιλαμβάνονται στις λίστες επαναληπτικού μάρκετινγκ, σε όλες τις συσκευές που χρησιμοποιούν, καθώς περιηγούνται σε πάνω από δύο εκατομμύρια ιστοτόπους και εφαρμογές για κινητές συσκευές.
 - **Αποτελεσματική τιμολόγηση:** Με την [αυτόματη υποβολή προσφορών](#), μπορείτε να δημιουργήσετε υψηλής απόδοσης καμπάνιες επαναληπτικού μάρκετινγκ. Η υποβολή προσφορών σε πραγματικό χρόνο υπολογίζει τη βέλτιστη προσφορά για τον χρήστη που προβάλλει τη διαφήμισή σας, βοηθώντας σας να κερδίσετε στη δημοπρασία διαφήμισης με την καλύτερη δυνατή τιμή. Δεν υπάρχει επιπλέον κόστος για τη χρήση της δημοπρασίας του Google.
 - **Εύκολη δημιουργία διαφημίσεων:** Δημιουργήστε δωρεάν διαφημίσεις με κείμενο, διαφημίσεις με εικόνα και διαφημίσεις βίντεο, χρησιμοποιώντας τη Συλλογή διαφημίσεων. Συνδυάστε μια καμπάνια δυναμικού επαναληπτικού μάρκετινγκ με τις διατάξεις της Συλλογής διαφημίσεων, για να κλιμακώσετε όμορφες διαφημίσεις σε όλα τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας.

Χρήσιμα links

Κατηγορίες που μπορεί να αντιμετωπίσετε πρόβλημα κατά την έναρξη των διαφημίσεων στο Google Ads.

Ενημερωθείτε διαβάζοντας τον παρακάτω σύνδεσμο.

<https://support.google.com/adspolicy>

About AdWords certification assessments

<https://support.google.com/partners/answer/3153810?hl=en>

Go to Academy for Ads

Tutorial του Google Ads

<https://support.google.com/google-ads#topic=7456157>



Invelop Skills

Κέντρο Δια Βίου Μάθησης

Ευχαριστούμε πολύ



Καμπάνιες Βίντεο

Youtube

Δίκτυα

✓ Αποτελέσματα αναζήτησης του YouTube

Οι διαφημίσεις μπορούν να εμφανίζονται δίπλα στα αποτελέσματα αναζήτησης στο YouTube. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε μόνο διαφημίσεις video discovery.

✓ Βίντεο YouTube

Οι διαφημίσεις μπορούν να εμφανίζονται σε βίντεο YouTube, σε σελίδες καναλιών και στην αρχική σελίδα του YouTube. Μπορείτε να χρησιμοποιείτε διαφημίσεις σε ροή και διαφημίσεις video discovery.

✓ Συνεργάτες για βίντεο στο Δίκτυο προβολής ⓘ

Στρατηγική Προσφορών

- Η υποβολή προσφορών είναι ο τρόπος με τον οποίο πληρώνετε για την αλληλεπίδραση των χρηστών με τις διαφημίσεις σας. Ανάλογα με τον τύπο προσφοράς που επιλέγετε, ενημερωμόμαστε για το αν θέλετε να πληρώνετε για προβολές (CPV), εμφανίσεις (CPM) ή μετατροπές (CPA).
- Μέγιστο CPV: Το ποσό της προσφοράς είναι το μέγιστο ποσό που θέλετε να πληρώνετε ανά προβολή.
- Μέγιστο CPM: Το ποσό της προσφοράς είναι το μέγιστο ποσό που θέλετε να πληρώνετε κάθε φορά που η διαφήμισή σας εμφανίζεται 1.000 φορές (κόστος ανά χίλιες εμφανίσεις).
- CPM με δυνατότητα προβολής: Το ποσό της προσφοράς είναι το μέγιστο ποσό που θέλετε να πληρώνετε για 1.000 εμφανίσεις με δυνατότητα προβολής της διαφήμισής σας (κόστος ανά χίλιες εμφανίσεις). Για τις διαφημίσεις βίντεο, μια διαφήμιση θεωρείται ότι έχει "δυνατότητα προβολής" όταν τουλάχιστον το 50% της διαφήμισης εμφανίζεται στην οθόνη για δύο δευτερόλεπτα ή περισσότερο.

Στρατηγική προσφορών CPV

- Με το μέγιστο CPV (κόστος ανά προβολή), ορίζετε το μέγιστο ποσό που είστε διατεθειμένοι να πληρώσετε για κάθε προβολή της διαφήμισής σας.
- Ορίστε αυτήν την επιλογή, για να δημιουργήσετε διαφημίσεις σε ροή ή discovery.

Παράδειγμα CPV

Αν νομίζετε ότι αξίζει να δώσετε 25 λεπτά για να παρακολουθήσει κάποιος το βίντεό σας, μπορείτε να ορίσετε το ποσό των 0,25 € ως μέγ. προσφορά CPV. Αυτό σημαίνει τα εξής:

Για τις διαφημίσεις βίντεο TrueView σε ροή, πληρώνετε έως 0,25 €, όταν κάποιος θεατής παρακολουθήσει 30 δευτερόλεπτα από το βίντεό σας (ή ολόκληρο το βίντεο, αν η διάρκειά του είναι μικρότερη από 30 δευτερόλεπτα) ή αλληλεπιδράσει με ένα διαδραστικό στοιχείο, όποιο από τα δύο συμβεί πρώτο. Στα διαδραστικά στοιχεία περιλαμβάνονται επικαλύψεις παρότρυνσης για δράση (CTA), κάρτες, συνοδευτικά banner και σύνδεσμοι προς τον ιστότοπο ή την εφαρμογή σας για κινητά.

Για τις διαφημίσεις TrueView video discovery, θα πληρώνετε έως 0,25 €, όταν κάποιος χρήστης κάνει κλικ σε έναν τίτλο ή μια μικρογραφία διαφήμισης βίντεο και αρχίσει να παρακολουθεί το βίντεό σας.

Για τις διαφημίσεις video discovery μπορείτε, επίσης, να ορίσετε προσφορά χαμηλότερη από εκείνη που ορίσατε για τις διαφημίσεις σε ροή.

Στρατηγική προσφορών CPM

- Με το μέγιστο CPM (κόστος ανά χίλιες εμφανίσεις), ορίζετε το μέγιστο ποσό που είστε διατεθειμένοι να πληρώσετε για κάθε χίλιες προβολές της διαφήμισής σας.
- Ορίστε αυτήν την επιλογή, για να δημιουργήσετε διαφημίσεις βίντεο bumper.

Καμπάνιες Αγορών

Merchant Center

Product Ad



Zoomer Zuppies Spot
\$39.99
Free shipping. No tax
★★★★★ (162)
[Shop](#)



Google funky socks

Shop for funky socks on Google Sponsored

 Overburger socks \$10.00 Bamburnd	 Unicorn socks \$11.00 Bamburnd	 Women's comfort multi-color socks \$8.00 Socul	 Friday fun day socks \$8.00 Socul
--	---	---	--



Google funky socks

Shop on Google Sponsored

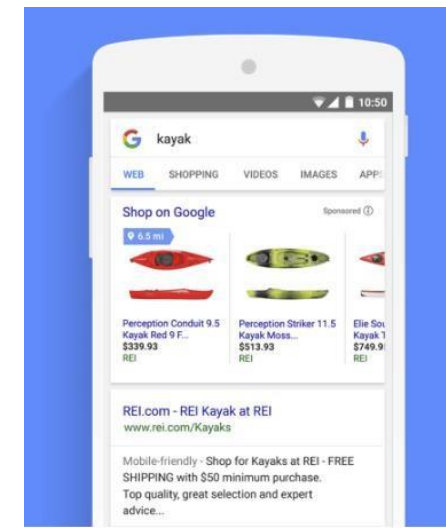
 Overburger socks \$10.00	 Unicorn socks \$11.00	 Women's comfort multi-color socks \$8.00
---	---	--



Google funky socks




Shop for funky socks on Google Sponsored

 Overburger socks \$10.00	 Unicorn socks \$11.00	 Women's comfort multi-color socks \$8.00	 Friday fun day socks \$8.00
--	---	--	---



Google kayak

Shop on Google Sponsored

 Perception Conduit 9.5 Kayak \$339.93 REI	 Perception Striker 11.5 Kayak \$513.93 REI	 Erie So... Kayak \$749.9 REI
--	---	---

REI.com - REI Kayak at REI
www.rei.com/Kayaks

Mobile-friendly - Shop for Kayaks at REI - FREE SHIPPING with \$50 minimum purchase. Top quality, great selection and expert advice...

Merchant Center



Merchant Center

Upload and manage every detail of the products you sell online.



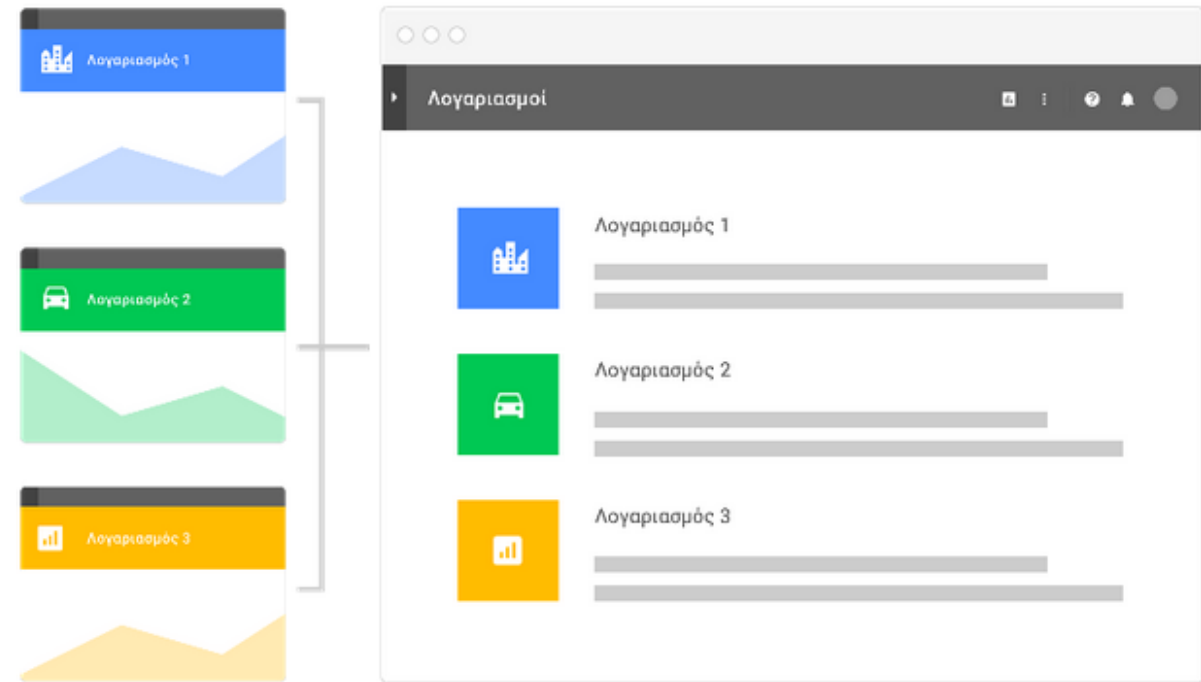
Θα πρέπει να συνδέσετε τον λογαριασμό σας στο Merchant Center με τα δεδομένα των προϊόντων σας. Αποστέλλετε το αίτημα σύνδεσης από το Merchant Center.

Άλλα θέματα και λεπτομέρειες

Για το Google AdWords

Δημιουργία λογαριασμού υπευθύνου AdWords MCC – Manager Account

Ο λογαριασμός υπευθύνου είναι ένας λογαριασμός AdWords μέσω του οποίου μπορείτε εύκολα να προβάλλετε και να διαχειρίζεστε πολλούς λογαριασμούς AdWords, συμπεριλαμβανομένων άλλων λογαριασμών υπευθύνου, από μία τοποθεσία.



Έχετε υπόψη ότι έως και 20 λογαριασμοί AdWords (συμπεριλαμβανομένων των λογαριασμών υπευθύνου) μπορούν να συσχετιστούν με μόνο μία διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Αν όμως διαχειρίζεστε περισσότερους από 20 λογαριασμούς ή θέλετε να παρακολουθείτε εύκολα την απόδοση ή να παρακολουθείτε τις μετατροπές σε όλους τους λογαριασμούς από ένα μέρος, ο λογαριασμός υπευθύνου είναι μάλλον η καλύτερη επιλογή για εσάς.

Οι βασικοί
τρόποι που
μπορούμε να
κάνουμε
remarketing
με Google
Ads:



Remarketing lists for search Ads (RLSA)



Email list and physical mailing list remarketing
("Customer Match")



Shopping remarketing lists



Dynamic remarketing



Mobile app remarketing



Video / YouTube remarketing

Χρήσιμα Links

Μορφές και λειτουργίες διαφήμισης

https://support.google.com/adwordspolicy/topic/6021648?hl=el&ref_topic=1626336

