

Google Adwords

Λέξεις-Κλειδιά

Σχετικά με τις επιλογές αντιστοίχισης λέξεων-κλειδιών

Πώς λειτουργούν

- Όσο ευρύτερη είναι η επιλογή αντιστοίχισης λέξεων-κλειδιών, τόσο μεγαλύτερη είναι η δυνητική επισκεψιμότητα αυτών των λέξεων-κλειδιών.
- Αντιστρόφως, όσο πιο περιορισμένη είναι η επιλογή αντιστοίχισης λέξεων-κλειδιών, τόσο πιο συναφείς θα είναι οι συγκεκριμένες λέξεις-κλειδιά με την αναζήτηση κάποιου χρήστη.
- Συνήθως συνιστάται να ξεκινήσετε με **ευρεία αντιστοίχιση**, για να μεγιστοποιήσετε την πιθανότητα εμφάνισης των διαφημίσεών σας σε συναφείς αναζητήσεις.

Διαφορετικοί τύποι αντιστοίχισης

- Οι λέξεις-κλειδιά αντιστοιχίζονται ανεξαρτήτως κεφαλαίων ή πεζών γραμμάτων. Για παράδειγμα, δεν χρειάζεται να καταχωρίσετε "γυναικεία καπέλα" και "Γυναικεία Καπέλα" ως λέξεις-κλειδιά.
- Τα σύμβολα έχουν ειδικές σημασίες στο AdWords, επομένως γενικά θα πρέπει να αποφεύγετε τη χρήση τους. Επίσης, οι λέξεις-κλειδιά δεν μπορούν να περιέχουν μη τυπικούς χαρακτήρες όπως: ! @ % , *
- Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τύπους αντιστοίχισης λέξεων-κλειδιών με καμπάνιες που προβάλλουν διαφημίσεις στο Δίκτυο αναζήτησης. Στο Δίκτυο εμφάνισης οι λέξεις-κλειδιά θεωρούνται ευρείας αντιστοίχισης.

Ευρεία αντιστοίχιση

- Μια ρύθμιση λέξης-κλειδιού που επιτρέπει στη διαφήμισή σας να προβάλλεται όταν κάποιος αναζητήσει τη συγκεκριμένη λέξη-κλειδί ή μια παραλλαγή της.
 - Για παράδειγμα η λέξη-κλειδί ευρείας αντιστοίχισης "κουδούνι ποδηλάτου" μπορεί να προβάλλει τη διαφήμισή σας, αν κάποιος αναζητήσει παραλλαγές, όπως "κουδούνια ποδηλάτου", "αγορά κουδουνιού για ποδήλατο" και "κριτικές κουδουνιών για ποδήλατα".
- Μπορείτε να ορίσετε μία ή περισσότερες επιλογές αντιστοίχισης για μια λέξη-κλειδί και θα χρησιμοποιηθεί από προεπιλογή η ευρεία αντιστοίχιση, αν δεν προσδιορίσετε μια συγκεκριμένη επιλογή αντιστοίχισης.

Τροποποιητής ευρείας αντιστοίχισης

Οι τροποποιητές ευρείας αντιστοίχισης:

- Διασφαλίζουν ότι οι διαφημίσεις σας θα εμφανίζονται μόνο όταν η αναζήτηση κάποιου χρήστη αντιστοιχίζεται ακριβώς με τη λέξη-κλειδί σας ή είναι κοντινή παραλλαγή αυτής.
 - Στις κοντινές παραλλαγές περιλαμβάνονται ορθογραφικά λάθη, μορφές ενικού και πληθυντικού, συντομογραφίες και ακρώνυμα καθώς και παραλλαγές θέματος (όπως, "δάπεδο" και "επιδαπέδιο").
- Βοηθούν τις λέξεις-κλειδιά να επιτύχουν υψηλότερη αναλογία κλικ προς αριθμό εμφανίσεων (CTR) με πιο στοχευμένο κοινό, καθώς μπορεί να βοηθήσει τον ιστότοπό σας να λάβει περισσότερους πελάτες που πραγματοποιούν αγορές ή άλλες μετατροπές.

Τροποποιητής ευρείας αντιστοίχισης (παράδειγμα)

- Με τους τροποποιητές ευρείας αντιστοίχισης, μπορείτε να στοχεύετε αναζητήσεις που περιέχουν μία τουλάχιστον από τις λέξεις-κλειδιά σας. Αυτό μπορεί να σας βοηθήσει:
 - να αυξήσετε το πόσο σχετική είναι η επισκεψιμότητα με τις διαφημίσεις σας
 - να βελτιώσετε την αναλογία κλικ προς αριθμό εμφανίσεων (CTR)
 - να βελτιώσετε τα ποσοστά μετατροπής.
- Παράδειγμα:
 - Σύμβολο: +λέξη-κλειδί
 - Παράδειγμα λέξης-κλειδιού: +γυναικεία +καπέλα
 - Παράδειγμα αναζήτησης: καπέλα γυναικεία

Αντιστοίχιση φράσης

Πως λειτουργεί

- Με την αντιστοίχιση φράσης η διαφήμισή σας μπορεί να εμφανίζεται, όταν οι χρήστες πραγματοποιούν αναζήτηση για την ακριβή φράση, ακόμα και αν γράφουν μία ή περισσότερες λέξεις πριν ή μετά από αυτήν.
- Η διαφήμισή σας θα εμφανίζεται, όταν κάποιος χρήστης πραγματοποιεί αναζήτηση για μια κοντινή παραλλαγή της λέξης-κλειδιού της αντιστοίχισης φράσης.
 - Στις κοντινές παραλλαγές περιλαμβάνονται ορθογραφικά λάθη, διαφορετικές γραφές σε ενικό και πληθυντικό, ακρώνυμα, αποκοπές καταλήξεων (όπως *γράψε το* και *γράψ' το*), συντομεύσεις και τόνοι.

Αντιστοίχιση φράσης (Παράδειγμα)

Λέξη-κλειδί αντιστοίχισης φράσης:	Οι διαφημίσεις ενδέχεται να εμφανιστούν σε αναζητήσεις για:	Οι διαφημίσεις δεν θα εμφανίζονται σε αναζητήσεις για:
"παπούτσια τένις"	κόκκινα δερμάτινα παπούτσια τένις αγοράστε παπούτσια τένις με έκπτωση κόκκινα παπούτσια τένις	παπούτσια για τένις κορδόνια αθλητικών παπουτσιών τένις

Συμβουλή:

- Για μια αποτελεσματική διαφημιστική καμπάνια, προτείνουμε τη χρήση ενός συνδυασμού δύο ή περισσότερων τύπων αντιστοίχισης λέξεων-κλειδιών. Για παράδειγμα, εάν χρησιμοποιείτε ευρεία αντιστοίχιση και αντιστοίχιση φράσης, θα προσεγγίζετε ένα ευρύτερο κοινό, ενώ παράλληλα θα ορίζετε το ποια άτομα θα μπορούν να βλέπουν τη διαφήμισή σας.

Ακριβής αντιστοίχιση

- Με την ακριβή αντιστοίχιση, οι διαφημίσεις σας θα εμφανίζονται όταν κάποιος πραγματοποιεί αναζήτηση για τη συγκεκριμένη λέξη-κλειδί σας, χωρίς πρόσθετες λέξεις πριν από τη λέξη-κλειδί, μετά από αυτήν ή στο μέσο της.
- Οι διαφημίσεις σας θα εμφανίζονται όταν κάποιος πραγματοποιεί αναζήτηση για κοντινές παραλλαγές της λέξης-κλειδιού σας.
 - Οι κοντινές παραλλαγές περιλαμβάνουν ορθογραφικά λάθη, μορφές ενικού και πληθυντικού, ακρώνυμα, αποκοπές καταλήξεων (όπως γράψε το και γράψ' το), συντομεύσεις και τόνους.

Ακριβής αντιστοίχιση

Παράδειγμα

Λέξη-κλειδί ακριβούς αντιστοίχισης	Οι διαφημίσεις ενδέχεται να εμφανίζονται σε αναζητήσεις για	Οι διαφημίσεις δεν θα εμφανίζονται σε αναζητήσεις για
[παπούτσια τένις]	παπούτσια τένις παπούτσια τένις	κόκκινα παπούτσια του τένις αγορά παπουτσιών τένις

- Η ακριβής αντιστοίχιση είναι εκείνη, με την οποία μπορείτε να ελέγχετε περισσότερο ποιοι μπορούν να βλέπουν τη διαφήμισή σας και μπορεί να προκαλέσει μεγαλύτερη αναλογία κλικ/εμφανίσεων (CTR).
- Αν θέλετε να βεβαιωθείτε ότι οι διαφημίσεις σας δεν θα εμφανίζονται για κάποιο συγκεκριμένο όρο αναζήτησης, προσθέστε το συγκεκριμένο όρο στην ομάδα διαφημίσεων ή στην καμπάνια ως αρνητική λέξη-κλειδί.

Αρνητική αντιστοίχιση

- Οι αρνητικές λέξεις-κλειδιά σας επιτρέπουν να εξαιρείτε όρους αναζήτησης από τις καμπάνιες σας.
- Με την αρνητική αντιστοίχιση εστιάστε μόνο στις λέξεις-κλειδιά που ενδιαφέρουν τους πελάτες σας.
 - Η καλύτερη στόχευση μπορεί να συμβάλει στην προβολή της διαφήμισής σας σε χρήστες που δείχνουν ενδιαφέρον και να αυξήσει την απόδοση της επένδυσής σας (ROI).
- Όταν επιλέγετε αρνητικές λέξεις-κλειδιά, εντοπίστε όρους αναζήτησης που μοιάζουν με τις λέξεις-κλειδιά σας, αλλά που μπορεί να αφορούν αναζητήσεις που κάνουν οι πελάτες για άλλα προϊόντα.

Αρνητική αντιστοίχιση

Τρόπος Λειτουργίας

- Ένα από τα βασικά στοιχεία σε μια καμπάνια υψηλής στόχευσης είναι να επιλέξετε τι δεν πρέπει αυτή να στοχεύει. Επειδή οι λέξεις-κλειδιά μπορούν να στοχεύουν ένα μεγάλο σύνολο φράσεων, είναι πολύ σημαντικό να δείτε αν όλοι οι όροι σχετίζονται με την επιχείρησή σας.

Παράδειγμα

- Ας υποθέσουμε ότι είστε οπτικός και πουλάτε γυαλιά οράσεως. Σε αυτήν την περίπτωση, ίσως θέλετε να προσθέσετε αρνητικές λέξεις-κλειδιά για όρους αναζήτησης όπως "ενεργειακά γυαλιά" και "σκληρυμένα γυαλιά".

Βελτίωση των λέξεων-κλειδιών για το Δίκτυο αναζήτησης

Βελτίωση της συνάφειας των λέξεων-κλειδιών

- Αντικαταστήστε με όρους ή φράσεις μια λέξη-κλειδί που αποτελείται από μία μόνο λέξη. Θα πρέπει να συγκεκριμενοποιήσετε τυχόν λέξεις-κλειδιά που είναι υπερβολικά γενικές.
- Φροντίστε ώστε οι λέξεις-κλειδιά να είναι σχετικές με τις διαφημίσεις των ομάδων διαφημίσεων.
- Ομαδοποιήστε τις λέξεις-κλειδιά κατά θέματα, με βάση το προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρετε.

Χρήση φίλτρων για τη βελτίωση των λέξεων-κλειδιών

- Μπορείτε να φιλτράρετε τα δεδομένα λέξεων-κλειδιών σας κατά **Κατάσταση**:
 - Για να δείτε ποιες λέξεις-κλειδιά παρουσιάζουν χαμηλό όγκο αναζητήσεων ή τις λέξεις-κλειδιά που δεν εμφανίζουν τις διαφημίσεις σας επειδή έχουν απορριφθεί.
- Μπορείτε να αλλάξετε τις λέξεις-κλειδιά με χαμηλό όγκο αναζητήσεων με μια πιο γενική παραλλαγή που θα σας βοηθήσει να αυξήσετε την επισκεψιμότητά σας

Χρήση φίλτρων για τη βελτίωση των λέξεων-κλειδιών

- Ορισμένα φίλτρα που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για να εντοπίσετε λέξεις-κλειδιά με χαμηλή απόδοση:
 - Φίλτρο **Δείκτης ποιότητας** για να δείτε ποιες λέξεις-κλειδιά έχουν χαμηλό Δείκτη ποιότητας.
 - Φίλτρο **αναλογία κλικ/εμφανίσεων (CTR)**, για να δείτε ποιες από αυτές αποφέρουν πολλές εμφανίσεις, αλλά λίγα κλικ.
 - Φιλτράρετε τις λέξεις-κλειδιά, για να δείτε εκείνες που έχουν χαμηλότερη απόδοση από την **εκτίμηση προσφοράς για προβολή στην πρώτη σελίδα**.

Βελτίωση των λέξεων-κλειδιών για το Δίκτυο εμφάνισης

- Αύξηση της επισκεψιμότητας στον ιστότοπο σας
 - Προσθήκη πιο γενικών λέξεων-κλειδιών
 - Προσθήκη διαφορετικών λέξεων-κλειδιών
 - Αύξηση των προσφορών για λέξεις-κλειδιά που έχουν καλή απόδοση
 - Χρήση της εισαγωγής λέξης-κλειδιού
- Κάντε πιο συγκεκριμένη τη λίστα λέξεων-κλειδιών, για να μειώσετε το κόστος
 - Προσθήκη πιο συγκεκριμένων λέξεων-κλειδιών
 - Μείωση των προσφορών για λέξεις-κλειδιά με χαμηλή απόδοση
 - Παύση των λέξεων-κλειδιών με χαμηλή απόδοση
 - Αποτροπή εμφάνισης της διαφήμισής σας σε λάθος μέρη
 - Ενεργοποίηση του Εργαλείου βελτιστοποίησης μετατροπής
 - Χρήση διευθύνσεων URL σελίδων προορισμού σε επίπεδο λέξεων-κλειδιών

Χρήση ευρείας προς περιορισμένης στρατηγικής

- Χρήση ευρείας προς περιορισμένης στρατηγικής
 - Ξεκινήστε με λέξεις-κλειδιά *ευρείας αντιστοίχισης*, για να μεγιστοποιήσετε την πιθανότητα εμφάνισης των διαφημίσεών σας σε συναφείς αναζητήσεις.
 - Παρακολουθήστε την απόδοση των λέξεων-κλειδιών σας με την πάροδο του χρόνου.
 - Μπορείτε να κάνετε τους τύπους αντιστοίχισης λέξεων-κλειδιών πιο συγκεκριμένους, για να περιορίσετε το κοινό σας ακόμα περισσότερο.

Broad: formal shoes

Also matches*: formal footwear, evening footwear, men's dress wingtips...

Modified Broad: formal +shoes

Also matches*: evening shoes, black dress shoes...

Modified Broad: +formal +shoes

Also matches*: frmal shoes, formal evening shoes...

Phrase: "formal shoes"

Also matches*: black formal shoes,
formal shoes for men...

Exact: [formal shoes]

Matches: formal shoes