

Spis treści

Wstęp	7
1. Wprowadzenie.....	9
1.1. Korzyści dla reklamodawcy	9
1.2. Co to jest reklama Google AdWords?	11
1.3. Najważniejsze elementy Google AdWords.....	14
2. Jak działa reklama Google AdWords.....	20
3. Struktura Google AdWords	23
4. Zarządzanie słowami kluczowymi.....	26
4.1. Kontrolowanie wyświetlania reklam przez ustawienia słów kluczowych	26
4.2. Trzy kroki tworzenia listy słów kluczowych.....	30
4.3. Dopasowanie słów kluczowych do strony internetowej.....	38
4.4. Narzędzia przydatne do zarządzania słowami kluczowymi ..	38
5. Tworzenie przekazu reklamowego w Google AdWords	41
6. Pięć dobrych praktyk tworzenia przekazu reklamowego	43
6.1. Dopasowanie treści reklamowej do zapytania użytkownika .	43
6.2. Jasno zidentyfikowany produkt	44
6.3. Efektywne wykorzystanie powierzchni reklamowej.....	44
6.4. Zasady edytorskie reklam AdWords	45
6.5. Wyróżniaj się.....	46
6.6. Tworzymy reklamę Google AdWords.....	46
7. Narzędzia przydatne podczas zarządzania reklamami AdWords	51
7.1. Narzędzia diagnostyczne dla reklam	51
7.2. Narzędzie podglądu reklam	52

8. Strona docelowa reklamy AdWords	54
9. Pierwsza kampania reklamowa krok po kroku	58
9.1. Zakładanie konta AdWords.....	58
9.2. Tworzenie pierwszej kampanii	60
9.3. Ustawienia kampanii AdWords	63
9.4. Płatności i rozliczenia w Google AdWords.....	75
9.5. Optymalizacja kampanii	84
10. Kampanie Google AdWords w sieci reklamowej	91
10.1. Wynik jakości reklamy	91
10.2. Dobór słów kluczowych	92
10.3. Wybór tekstu reklamowego	93
Zakończenie	94
Słowniczek pojęć	95