

Google Ads to niewątpliwie najbardziej rozbudowane narzędzie do promocji w internecie. Kampanie reklamowe, prowadzone z wykorzystaniem Google Ads, to nie tylko tekstowe reklamy w wyszukiwarce, ale także reklamy video w serwisie YouTube oraz reklamy w aplikacjach mobilnych. Dobrze zaplanowana kampania Google Ads pozwala dotrzeć do szerokiego grona potencjalnie zainteresowanych ofertą osób. Firma Google cały czas udoskonala narzędzia pomagające użytkownikom zwiększać skuteczność ich reklam oraz optymalizować strategię marketingową. Jednym z takich narzędzi jest mechanizm dopasowywania słów kluczowych, które są jednym z najważniejszych elementów tworzenia strategii reklamy w internecie.

Czym jest dopasowanie słów kluczowych?

Dopasowania słów kluczowych pozwalają ustalić, na jakie frazy wpisane przez użytkownika wyszukiwarki wyświetla się nasza reklama. Dopasowania są algorytmami, które pokazują w wynikach wyszukiwania nie tylko reklamy odpowiadające konkretnej frazie, ale też te, które do danej frazy są w odpowiedni sposób zbliżone. Jako właściciele reklamy Google sami decydujemy czy promowana treść będzie wyświetlać się wyłącznie użytkownikom podającym frazę kluczową, czy też tym, którzy poszukują podobnego pod konkretnymi względami słowa kluczowego.

Dlaczego dopasowanie słów kluczowych jest ważne?

Algorytmy dopasowujące słowa kluczowe pozwalają zoptymalizować kampanię reklamową. Dzięki określeniu, na jakie frazy kluczowe i ich odmiany wyświetlana jest reklama, można uniknąć wyświetlania jej zbyt szerokiemu gronu osób. Dlaczego reklama, która dociera do szerokiego grona osób, nie zawsze jest dobra? Reklama nieuszyta na miarę to prosta droga do szybkiego i bezsensownego przepalenia budżetu.

Warto pamiętać, że Google Ads są z zasady bezpłatne do momentu, w którym nastąpi kliknięcie promowaną reklamę. Wtedy z budżetu reklamowego pobierana jest prowizja. Taka inwestycja zwróci się, jeżeli użytkownik, który skorzystał z promowanej treści, znajdzie na danej stronie internetowej to, czego szukał i dokona zakupu. Jeżeli natomiast okaże się, że pod danym adresem nie ma tego, czego szukał, tylko produkty zbliżone lub produkty z podobnej branży, zakupu nie dokona a inwestycja w reklamę się nie zwróci. Odpowiednie dopasowanie i zawężenie słów kluczowych pozwala osiągać wymierne efekty, oszczędzić pieniądze, dotrzeć do użytkowników realnie zainteresowanych promowaną ofertą i prowadzić efektywne działania reklamowe.

Jakie są typy dopasowania słów kluczowych?

Istnieje kilka algorytmów dopasowujących słowa kluczowe. Warto wiedzieć, na czym polegają i jak ich użycie wpływa na wyświetlanie promowanej treści właściwej grupie odbiorców. Istnieją cztery typy algorytmów dopasowania słów kluczowych w Google:

- dopasowanie przybliżone,
- dopasowanie do wyrażenia,
- modyfikator dopasowania przybliżonego,
- dopasowanie ścisłe.

Dopasowanie przybliżone

Dopasowanie przybliżone to algorytm, który działa automatycznie dla każdej reklamy Google Adwords. To dopasowanie, które pozwala użytkownikowi nieznającymi odpowiednio dopasowanych słów, na znalezienie treści, jakiej może potrzebować. Podstawowym celem dopasowania przybliżonego jest wyświetlenie promowanej treści jak najszerszej grupie osób, wyszukujących frazy w jakiś sposób nawiązującej do promowanej oferty.

Algorytm dopasowania przybliżonego kieruje na promowaną stronę ludzi, którzy poszukują, mniej lub bardziej, zbliżonych do naszej oferty produktów lub usług. Taki system generuje dużo wejść, które nie zawsze niosą za sobą działania. Często dopasowanie przybliżone sprawia, że na stronę trafiają osoby, poszukujące produktów lub usług dość daleko spokrewnionych z tym, co znajduje się w promowanej ofercie. Rozwiązaniem jest zastosowanie pozostałych trzech typów dopasowania słów kluczowych, w celu zawężenia grupy odbiorców.

Frazy objęte dopasowaniem przybliżonym:

- z błędami / literówkami,
- odmienione w liczbie pojedynczej / mnogiej,
- odmienione przez przypadki,
- zbliżone do frazy podstawowej, zawierające dodatkowe słowa,
- synonimy,
- skróty,
- rozszerzenia.

Pisownia frazy w dopasowaniu przybliżonym: dobra reklama.

Dopasowanie do wyrażenia

Dopasowanie do wyrażenia to algorytm trochę mniej ogólny od dopasowania przybliżonego, jednak nadal wyszukujący dosyć ogólne wyniki. Frazy objęte algorytmem dopasowania do wyrażenia:

- z błędami / literówkami,
- odmienione w liczbie pojedynczej / mnogiej,
- odmienione przez przypadki,
- zbliżone do frazy podstawowej, zawierające dodatkowe słowa,
- skróty,
- rozszerzenia.

Pisownia frazy w dopasowaniu do wyrażenia: "dobra reklama".

Modyfikator dopasowania przybliżonego

Modyfikator dopasowania przybliżonego to algorytm, który wyświetla promowaną treść wyłącznie użytkownikom poszukującym frazy bardzo zbliżonej, do frazy

podstawowej. Używając modyfikatora dopasowania przybliżonego pokażemy promowaną treść użytkownikom poszukującym frazy:

- z błędem w pisowni,
- odmienionej w liczbie pojedynczej lub mnogiej,
- odmienionej przez przypadki,
- skróconej.

W przypadku modyfikatora dopasowania przybliżonego synonimiczne oraz rozszerzone o dodatkowe słowa frazy są blokowane.

Pisownia frazy w modyfikatorze dopasowania przybliżonego: +dobra reklama

Dopasowanie ścisłe

Najbardziej restrykcyjny algorytm, prezentującym promowaną treść wyłącznie użytkownikom, którzy wpisali w wyszukiwarkę frazę:

- w liczbie pojedynczej lub mnogiej.

Pisownia frazy w dopasowaniu ścisłym: [dobra reklama].