

Chúng tôi nhận thấy rằng những thuật ngữ và chữ viết tắt nhất định của **AdWords** có thể không quen thuộc đối với tất cả nhà quảng cáo của chúng tôi. Để giúp mọi việc trở nên dễ dàng hơn, chúng tôi đã tạo một bảng chú giải thuật ngữ đầy đủ.

Đây là một số thuật ngữ phổ biến nhất bạn sẽ thấy:

Từ khoá

Các từ khoá bạn tạo cho một nhóm quảng cáo nhất định được sử dụng để nhắm mục tiêu quảng cáo của bạn đến khách hàng tiềm năng. Ví dụ: nếu bạn phân phối hoa tươi, bạn có thể sử dụng 'phân phối hoa tươi' làm từ khoá trong chiến dịch AdWords của bạn. Khi người dùng Google nhập 'phân phối hoa tươi' trong một tìm kiếm trên Google, quảng cáo của bạn có thể xuất hiện bên cạnh các kết quả tìm kiếm. Ngoài ra, quảng cáo của bạn có thể xuất hiện trên các trang web trong Mạng Google liên quan đến từ khoá của bạn.

Vị trí

Vị trí là bất kỳ trang web nào được chọn, hoặc tập hợp các trang hoặc các đơn vị quảng cáo trên một trang web, nơi bạn muốn thấy quảng cáo của bạn xuất hiện. Bạn có thể thêm vị trí vào bất kỳ nhóm quảng cáo nào, ở đó vị trí có thể hoạt động độc lập hoặc cùng với từ khoá của bạn để xác định nơi quảng cáo của bạn có thể xuất hiện.

Nhóm Quảng cáo

Nhóm quảng cáo chứa một hoặc nhiều quảng cáo nhắm mục tiêu một tập hợp từ khoá duy nhất. Bạn đặt mức giá tối đa bạn muốn trả cho danh sách từ khoá của một nhóm quảng cáo hoặc cho các từ khoá riêng lẻ trong nhóm quảng cáo đó.

Chiến dịch

Chiến dịch bạn tạo trong tài khoản AdWords của bạn được sử dụng để tạo cấu trúc cho các sản phẩm hoặc dịch vụ bạn muốn quảng cáo. Trong mỗi chiến dịch, bạn có thể tạo một hoặc nhiều nhóm quảng cáo. Trong khi chiến dịch có thể đại diện cho một lớp sản phẩm rộng, các nhóm quảng cáo trong chiến dịch đó có thể tập trung nhiều hơn vào sản phẩm cụ thể bạn muốn quảng cáo.

Hiển thị (Impr.)

Số hiển thị là số lần một quảng cáo được hiển thị trên Google hoặc Mạng Google.

Các Tuỳ chọn Kết hợp Từ khoá

Có bốn loại kết hợp từ khoá: kết hợp rộng, kết hợp chính xác, kết hợp cụm từ, và từ khoá phủ định. Các tuỳ chọn này giúp bạn tinh chỉnh cách nhắm mục tiêu quảng cáo của bạn trên các trang tìm kiếm của Google.

Giá mỗi nhấp chuột

Với **AdWords** bạn có thể chọn số tiền tối đa bạn sẵn sàng trả cho mỗi lần người dùng nhấp vào quảng cáo của bạn. Số tiền này được gọi là chào giá loại giá mỗi nhấp chuột tối đa (hoặc CPC tối đa) của bạn. Công cụ Giảm giá của AdWords sẽ tự động giảm chi phí của bạn theo từng trường hợp để bạn chỉ bị tính phí số tiền tối thiểu cần thiết để duy trì vị trí của bạn trên trang web. Bằng cách đặt chào giá CPM cao hơn, bạn có thể giúp quảng cáo của bạn hiển thị ở một vị trí cao hơn trên trang web.

Giá mỗi nghìn hiển thị (CPM)

Với một số chiến dịch, bạn còn có thể chọn số tiền tối đa bạn sẵn sàng trả cho mỗi một nghìn lần hiển thị, hoặc lần xem quảng cáo của bạn. Số tiền này được gọi là **CPM** tối đa. (Chào giá CPM có sẵn cho các chiến dịch không nhắm mục tiêu trang tìm kiếm của Google hoặc các trang web đối tác tìm kiếm.) Cũng như với **CPC** tối đa, Công cụ Giảm giá của AdWords sẽ giảm số tiền này xuống nên bạn không luôn luôn phải trả số tiền bạn đặt làm CPM tối đa. Chiến dịch được nhắm mục tiêu theo vị trí có thể sử dụng hoặc chào giá CPM hoặc chào giá CPC, nhưng không thể sử dụng cả hai.