

Quảng cáo Google adwords của bạn sẽ giành được vị trí cao hơn khi từ khoá và văn bản quảng cáo có liên quan, CTR mạnh trên **Google** và giá thầu CPC cao.



Bởi vì hệ thống xếp hạng này thường cho các quảng cáo có liên quan và quảng cáo được nhắm mục tiêu tốt, nên bạn không thể có được vị trí hàng đầu như bạn có thể trong hệ thống xếp hạng chỉ dựa vào giá. Ngoài ra, Công cụ chiết khấu của **Google AdWords** sẽ giám sát việc cạnh tranh của bạn và tự động giảm CPC thực tế để bạn chỉ trả mức giá thấp nhất có thể cho vị trí của quảng cáo trên trang đó.

Dưới đây là một số tài nguyên để cải thiện Điểm Chất lượng và xếp hạng quảng cáo của bạn:

- **Mẹo Tối ưu hoá:** Truy cập vào trang [Mẹo Tối ưu hoá](#) của chúng tôi để tìm hiểu thêm về việc tối ưu hoá tài khoản, bao gồm cách tối đa hoá hiệu suất cho quảng cáo được nhắm mục tiêu theo từ khoá và cải thiện vị trí của quảng cáo mà không phải tăng giá thầu của bạn.
- **Công cụ ước tính Lưu lượng truy cập:** Sử dụng [Công cụ ước tính Lưu lượng truy cập](#) của chúng tôi để xem việc thay đổi giá thầu CPC có thể ảnh hưởng như thế nào đến vị trí quảng cáo của các từ khoá của bạn trên Google và trên mạng tìm kiếm.
- **Giá thầu trên Mạng Hiển thị:** Sử dụng [giá thầu trên Mạng Hiển thị](#) để kiểm soát tốt hơn vị trí quảng cáo của bạn trên Mạng Hiển thị.