

Google là công cụ tìm kiếm số 1 thế giới, thu hút hàng tỷ lượt tìm kiếm mỗi ngày. Ngoài tính năng tìm kiếm web cơ bản, Google Search còn cung cấp 22 dịch vụ miễn phí khác và khiến người sử dụng thực sự hài lòng về những dịch vụ này. Chính nhờ tính ưu việt của hệ thống tìm kiếm, **quảng cáo trên Google** thực sự hấp dẫn các khách hàng và trở thành cầu nối đưa các thông tin sản phẩm tới khách hàng tiềm năng một cách nhanh chóng nhất.



Google Adwords là gì?

Adwords là dịch vụ khai thác **quảng cáo của Google** thực hiện trên công cụ tìm kiếm và các website trong hệ thống liên kết. **Adwords** đem lại hơn 90% lợi nhuận cho Google Inc và là nguồn thu chính của tập đoàn. Google cung cấp giải pháp quảng cáo tài trợ **Adwords** cho khách hàng theo phương thức Pay per Click (trả tiền theo mỗi lượt nhấp chuột) với 3 hình thức chính:

- * Quảng cáo từ khóa trên công cụ tìm kiếm
- * Quảng cáo từ khóa trên các websites
- * Quảng cáo banner trên các **websites**

Thông điệp quảng cáo của khách hàng sẽ được hiển thị bên phải hoặc đôi khi phía trên các kết quả tìm kiếm đối với phương thức quảng cáo trên công cụ tìm kiếm.

Thông điệp hoặc banner quảng cáo của khách hàng được hiển thị tại nhiều vị trí trên các website liên kết với phương thức quảng cáo trên website Publishers.

Quảng cáo Google Adwords ưu việt nhờ khả năng "hiểu biết" quảng cáo, xác định đúng nhóm đối tượng quan tâm tới quảng cáo đồng thời có nhiều tùy biến giúp khách hàng tối ưu hóa quảng cáo và chi phí:

- * Hiển thị quảng cáo trong các khoảng thời gian nhất định
- * Hiển thị thông điệp quảng cáo theo đúng từ khóa lựa chọn
- * Hiển thị quảng cáo theo khu vực, quốc gia hay thậm chí toàn cầu.
- * Định mức ngân sách quảng cáo theo ngày, theo giai đoạn.

Chính nhờ khả năng tùy biến quảng cáo cực kỳ linh hoạt, Google Adwords là sự lựa chọn hàng đầu trong các chiến dịch quảng cáo, giúp cho các doanh nghiệp có thể định hướng khách hàng cực kỳ hiệu quả.

Các bí mật phía sau Adwords

1. Đấu giá từ khóa (Vickrey Auction):

Google Adwords yêu cầu khách hàng phải đấu giá để xác định vị trí hiển thị của từ khóa theo nguyên tắc đấu giá Vickrey nhưng giữ bí mật giá của các đối thủ:

- * Các khách hàng phải đặt mức giá lớn hơn giá sàn (thường là 5 cent/click)
- * Khách hàng A, B, C có thể đặt mức giá tối đa họ trả là a, b, c.
- * Nếu $b > a > c > 5$ cent thì mức giá B phải trả để có vị trí cao nhất là $a + 1$ cent/click, A sẽ trả cho vị trí thứ 2 là $c + 1$ cent/click và C chỉ phải trả 5 cent vì đứng cuối cùng.
- * A có thể điều chỉnh giá để được đứng trên B, và nếu vượt A chỉ phải trả $b + 1$ cent/click.

Đấu giá Vickrey sẽ kích thích khách hàng tham gia đấu giá để chiếm được vị trí cao nhất và giá của từ khóa càng hot sẽ càng cao.

2. Tham số chất lượng website (The Quality Score):

Để "chiến thắng" trong cuộc đấu giá, việc đặt giá cao là chưa đủ, một tham số quan trọng khác đó chính là chất lượng website và Google coi đó là điều kiện bắt buộc để các nhà quảng cáo có một mức giá tốt hơn. Website sẽ giảm được đáng kể chi phí Adwords nếu thỏa mãn các điều kiện về chất lượng sau:

- * Nội dung website phải phù hợp với nội dung và thông điệp quảng cáo.
- * Tỷ lệ người click để ghé thăm web cao (Click-Through Rate)
- * Chất lượng website tốt (nội dung, lượng truy cập, số trang được quan tâm...)
- * Tốc độ hiển thị trang web nhanh.
- * Có vị trí địa lý phù hợp.
- * Và còn nhiều tham số khác nữa.

Tham số chất lượng dựa trên các thuật toán tối ưu hóa tìm kiếm của Google và tham số này nhằm bảo đảm chất lượng quảng cáo trên Google là chính xác nhất. Nếu website không được tối ưu hóa, khách hàng có thể phải chịu các chi phí bổ sung khi tham gia **Adwords**:

- * Phải trả mức giá sàn cao hơn các đối thủ.
- * Phải trả chi phí bổ sung do chất lượng quảng cáo thấp.
- * Quảng cáo chưa chắc đã được hiển thị trên kết quả tìm kiếm.

3. Làm thế nào để tối ưu chi phí và hiệu quả [quảng cáo Google Adwords](#)?

Dưới đây là một số phương án giúp bạn tối ưu hóa chi phí và hiệu quả:

- * Đừng đua tranh vị trí dẫn đầu bởi đó là vị trí tốn kém nhất. Thay vào đó hãy tính tới yếu tố hiệu quả.
- * Hãy lựa chọn từ khóa dài và phù hợp, đừng chọn những từ quá ngắn và nghĩa quá rộng.
- * Hãy hiển thị các thông điệp quảng cáo khác nhau với các từ khóa khác nhau.
- * Hãy thông qua các công ty có uy tín để tư vấn tối ưu hóa website cho bạn.
- * Hãy định ngân sách hợp lý, xác định thời gian, khu vực hiển thị quảng cáo để bảo đảm hiệu quả tốt nhất.
- * Hãy chú ý tới các quảng cáo của đối thủ và làm cho quảng cáo của bạn thật ấn tượng.