

Bản thân Google cũng rất hiểu điều này và đã đưa ra 7 bước cơ bản để nâng cao hiệu quả quảng cáo trên hệ thống Adwords của họ:

1. Xác định mục tiêu của chiến dịch quảng cáo google adwords:

Với một mục tiêu rõ ràng, bạn có thể điều chỉnh chương trình **Quảng cáo Google** phù hợp với mục tiêu đó.

a. Để có nhiều khách ghé thăm website:

Hãy tập trung vào các từ khóa và vị trí của nó. Khi bạn quảng cáo càng nhiều từ khóa thì cơ hội thu hút truy cập càng cao. Vị trí từ khóa (thông qua đấu giá) cũng tác động mạnh tới số lượng người ghé thăm **website** của bạn.

b. Để nâng cao tỷ lệ CTR (tỷ lệ người truy cập/ số lần quảng cáo xuất hiện):

Hãy chú ý tới chất lượng của mẫu quảng cáo, đặc biệt là điều chỉnh thông điệp quảng cáo thật hiệu quả. Hãy chọn những từ khóa cụ thể hơn về sản phẩm dịch vụ thay vì các từ khóa chung chung, đồng thời hãy chiếm vị trí cao và sử dụng cả những từ khóa khác (sai chính tả, mang nghĩa bị động...)

c. Để nâng cao hiệu quả quảng cáo:

Đây là yếu tố rất quan trọng, không dễ để thực hiện. Bạn không chỉ tối ưu hóa mẫu quảng cáo, lựa chọn từ khóa hiệu quả và đấu giá các vị trí tốt mà còn phải lựa chọn trang đích phù hợp với mẫu quảng cáo đồng thời **PHẢI** nâng cao chất lượng nội dung để giữ chân khách hàng lâu hơn.

2. Nâng cao hiệu quả quản lý tài khoản

Quản lý tốt tài khoản Adwords sẽ cho phép nâng cao hiệu quả quảng cáo của bạn.

a. Hãy quản lý các chiến dịch quảng cáo theo từng chủ đề:

Mỗi chiến dịch quảng cáo nên được phân theo từng mảng, từng nhóm sản phẩm hoặc theo thương hiệu một cách độc lập. Điều này sẽ giúp bạn có thể nhanh chóng điều chỉnh đối với từng chiến dịch quảng cáo mà không ảnh hưởng tới các chiến dịch còn lại.

b. Chọn đúng ngôn ngữ, khu vực địa lý:

Đây là những thông số rất đơn giản, nhưng đôi khi nhiều người không chú ý trong quá trình quản lý tài khoản. Chọn đúng ngôn ngữ sẽ giúp bạn không hiển thị quảng cáo tại các quốc gia khác, trong khi đó giới hạn địa lý sẽ giúp bạn chỉ tập trung vào một nhóm khách hàng tại khu vực hoặc địa phương mà bạn quan tâm (ví dụ: tại thành phố Hồ Chí Minh hay Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng...)

c. Hãy tạo nhiều mẫu quảng cáo có tính định hướng tốt:

Mỗi sản phẩm, dịch vụ hay nhãn hiệu mà bạn đang bán đều có thể được tối ưu hóa thông qua các mẫu quảng cáo có tính định hướng khách hàng. Hãy xây dựng một danh sách các từ khóa và vị trí bạn hướng tới, sau đó chia thành nhiều nhóm quảng cáo tương ứng. Ví dụ: Bạn quảng cáo máy nghe nhạc MP3, đừng quảng cáo chung chung mà hãy chia nó thành các mẫu quảng cáo theo model và theo nhãn hiệu.

d. Tránh trùng lặp từ khóa đối với mỗi quảng cáo

Google sẽ chỉ hiển thị một quảng cáo tương ứng với một từ khóa khi khách hàng tìm kiếm, do vậy khi phân nhóm các từ khóa nên tập trung tối đa vào mức độ hướng đối tượng và sử dụng nhiều mẫu quảng cáo với từng nhóm từ khóa đó. Google sẽ luôn ưu tiên hiển thị các quảng cáo có hiệu quả cao hơn.

3. Lựa chọn từ khóa và websites quảng cáo thích hợp.

Phân tích kỹ lưỡng và lựa chọn từ khóa cũng như đấu giá để chiếm vị trí sẽ ảnh hưởng rất lớn tới thành công của chiến dịch quảng cáo.

a. Hãy lựa chọn kỹ lưỡng các từ khóa

Từ khóa liên quan trực tiếp tới sản phẩm/dịch vụ bạn đang muốn quảng cáo. Vậy hãy chọn từ khóa phù hợp nhất và thu hút được khách hàng tiềm năng, như vậy chi phí quảng cáo sẽ trở nên có hiệu quả. Hãy thử cả với những từ khóa đồng nghĩa, không dấu, có dấu, sai chính tả, tên sản phẩm, nhãn hiệu hoặc số hiệu hàng hóa và sử dụng công cụ từ khóa của Google để tham khảo sơ bộ.

b. Hãy chọn quảng cáo theo độ tương thích với từ khóa:

Có 4 mức độ tương thích của từ khóa bạn cần quan tâm:

- Mức độ rộng (Broad match): Quảng cáo sẽ được hiển thị với từ khóa bạn chọn, với các từ đồng nghĩa, sai chính tả hay các cụm từ dài có chứa từ khóa.
- Mức độ hẹp (Phrase match): Quảng cáo sẽ được hiển thị với từ khóa bạn chọn và các cụm từ dài chứa từ khóa đó. Các biến thể như đồng nghĩa, đảo vị trí, sai chính tả sẽ không hiển thị.
- Mức độ chính xác (Exact match): Quảng cáo sẽ chỉ hiển thị nếu tìm kiếm chính xác từ khóa đó.
- Mức độ loại trừ (Negative match): Quảng cáo sẽ không hiển thị nếu tìm kiếm có chứa từ khóa bạn chọn.

Như vậy bằng việc chọn mức độ tương thích một cách khéo léo, bạn sẽ nâng cao hiệu quả quảng cáo hơn rất nhiều lần và giảm được chi phí Adwords.

c. Hãy chọn các website hiển thị quảng cáo phù hợp trên mạng quảng cáo của Google (nếu bạn lựa chọn quảng cáo hiển thị):

Ngoài quảng cáo trên công cụ tìm kiếm, Google còn cho phép nhà quảng cáo có thể đưa thông điệp lên các websites trong mạng quảng cáo của Google (Google Content Network). Khách hàng sẽ chỉ nhìn thấy quảng cáo khi website quảng cáo có nội dung tương thích với mẫu quảng cáo. Vậy để đạt hiệu quả cao khi quảng cáo trên mạng quảng cáo Google cần:

- Hãy loại bỏ những websites không phù hợp với nội dung quảng cáo của bạn. Ví dụ: nếu bạn quảng cáo sản phẩm về sức khỏe, đừng nên đặt quảng cáo lên các trang về ô tô.
- Hãy quản lý quy trình đấu giá chặt chẽ nhằm bảo đảm tốt vị trí hiện tại và tỷ lệ CTR.
- Hãy đưa một số từ khóa vào để tối ưu hóa quảng cáo.
- Hãy dựa vào URL của website quảng cáo nhằm hướng tốt hơn tới các đối tượng và nâng cao hiệu quả.
- Hãy dùng công cụ tối ưu để lựa chọn websites phù hợp gồm: danh sách URL, chủ đề của websites, độ tuổi, giới tính và các thông số đánh giá đối tượng. Ngoài ra các định dạng quảng cáo cũng khá quan trọng đối với các chiến dịch của bạn.

4. Hãy tạo mẫu quảng cáo đơn giản và rõ ràng

Nội dung của thông điệp quảng cáo có tác động to lớn tới người xem. Vậy hãy tạo cho mình mẫu quảng cáo đơn giản mà hiệu quả.

a. Hãy đưa từ khóa vào quảng cáo của bạn

Khách hàng tìm kiếm thông tin có liên quan tới từ khóa, quảng cáo của bạn với từ khóa đó trong tiêu đề hay nội dung sẽ tác động tới nhu cầu của họ. Nếu thương hiệu của bạn đã khá tốt, có thể sử dụng tên thương hiệu để tăng mức độ nhận diện thương hiệu của bạn.

b. Đơn giản và rõ ràng

Bạn đang bán máy ảnh 8 Megapixels, hãy nói đơn giản là tôi bán nó với giá tốt. Đừng quá phức tạp thông điệp khiến người đọc nghi ngờ. Tất nhiên đôi khi thông điệp sốc cũng có tác dụng, nhưng hãy chắc chắn bạn làm đúng như thông điệp bạn quảng cáo.

c. Hãy thử nghiệm nhiều mẫu quảng cáo khác nhau

Với nhiều mẫu quảng cáo cho cùng một từ khóa sẽ giúp bạn đánh giá được hiệu quả và thói quen click của người đọc, đó là cơ sở giúp bạn chọn mẫu quảng cáo hiệu quả hơn.

5. Tối ưu hóa website của bạn

Các chiến dịch quảng cáo sẽ là lãng phí nếu như website của bạn không giữ chân và giúp khách hàng quyết định chọn bạn. Vậy hãy tra cứu website của bạn trước khi tính tới chiến dịch quảng cáo.

a. Hãy đưa khách hàng tới đúng trang mà họ muốn (trang đích).

Nếu khách hàng tìm máy tính Dell, hãy cho khách hàng thấy trang giới thiệu về sản phẩm Dell của bạn, đừng đưa họ tới trang chủ (có quá nhiều sản phẩm khác) khiến khách hàng mất phương hướng.

b. Hãy đánh giá chính xác chất lượng website của bạn

Website của bạn có thu hút được khách không? Có dễ dàng giúp họ chuyển tới sản phẩm khác không? Có giới thiệu cho họ những lợi ích họ sẽ được không?... Tất cả yếu tố này quyết định tới thành công của **chiến dịch Adwords**. Bạn có thể dùng **Google Analytics** để đánh giá và phát triển website của bạn tốt hơn nữa.

c. Hãy thử với nhiều nội dung

Các nội dung trên **website** bạn có thể thay đổi dễ dàng, vậy hãy thử kiểm tra qua việc cung cấp thêm thông tin, hình ảnh, thay đổi một chút giao diện và tính tiện dụng. Sau đó bạn có thể kiểm tra hiệu quả của những thay đổi đó trước khi đi đến quyết định đổi mới.

d. Hãy quan tâm tới thói quen của người dùng

- Hãy đưa những thông tin quan trọng hoặc hình ảnh sang bên trái, đó là nơi thông thường mắt sẽ lướt qua trước tiên.
- Hãy thiết kế lại cấu trúc phân tầng của web để chỉ với 3 clicks là khách hàng có thể tới được thông tin họ cần.
- Hãy cắt bỏ những pop-up và những hiệu ứng gây nhiễu khách hàng.

- Hãy tạo những modul đơn giản nhất để khách hàng dễ dàng thanh toán hoặc liên hệ được với bạn.

6. Hãy kiểm soát hiệu quả của Adwords.

a. Kiểm tra các thông số của chiến dịch quảng cáo:

Các chỉ số CTR, Impression, giá click tối thiểu, giá click tối đa, tham số chất lượng (The Quality Score)... là những tham số cho thấy rõ hiệu quả quảng cáo Adwords. Vậy hãy thường xuyên kiểm tra để tìm cách nâng cao hiệu quả quảng cáo.

b. Hãy tạo những thông báo nhắc nhở

Với tính năng tiện dụng của Adwords, bạn có thể tạo những thông điệp nhắc nhở khi có một hoặc nhiều tham số thay đổi. Tài khoản Adwords sẽ thông báo cho bạn rõ khi có bất kỳ thay đổi nào trong các tham số bạn đã chọn.

c. Tạo báo cáo và phân tích website

Sử dụng công cụ báo cáo sẽ giúp bạn có thể thông báo tới cấp trên hiệu quả quảng cáo của chương trình Adwords, cùng với đó công cụ **Google Analytics** sẽ giúp bạn phân tích được các thông số mà khách hàng ghé thăm, thực hiện trên web của bạn.

Nếu bạn thông qua một đại lý quảng cáo của Google, bạn có thể yêu cầu họ gửi báo cáo thường xuyên và dùng dịch vụ phân tích web chuyên nghiệp để đánh giá website của bạn.

7. Điều chỉnh các chiến dịch gắn với mục tiêu của bạn

Nếu một chiến dịch quảng cáo adwords có dấu hiệu không mang lại hiệu quả, hãy nhanh chóng thay đổi và điều chỉnh các thông số như: thông điệp quảng cáo, từ khóa, trang web được quảng cáo, đơn giá đấu giá từ khóa... Mục đích quan trọng nhất của chiến dịch quảng cáo của bạn là hiệu quả, vậy hãy theo dõi và đánh giá thật kỹ hiệu quả để bảo đảm **Google Adwords** là lựa chọn tốt nhất của bạn.

Trích từ <http://acro.vn>