



# 有效解读帐户数据与报告

Christina Guo  
2012/08

# 课程安排

- 1 日常账户管理步骤和方法
- 2 账户级别报告
- 3 搜索网络报告
- 4 展示广告网络报告
- 5 维度标签下常用的报告

# 课程安排

**1** 日常账户管理步骤和方法

2 账户级别报告

3 搜索网络报告

4 展示广告网络报告

5 维度标签下常用的报告

# 日常账户管理步骤

1 所有数据和报告都在广告系列标签下可以查看

首页 广告系列 优化 工具和分析 结算 我的帐户

搜索

所有在线广告系列

- 展示广告-主题
- 展示广告-关键字
- 展示广告-兴趣类别
- 展示广告-再营销
- 展示广告-自选位置
- 搜索网络

查看账户级别的广告系列效果数据

⚠ 由于我们尚未收到您的第一笔付款，因此没有投放您的广告。  
如果您尚未付款，请 [进行付款](#)。

所有在线广告系列

2 查看结算信息提醒，及时充值

过去 30 天  
2012-5-20 - 2012-6-18

3 选择查看数据的时间段

广告系列 广告组 设置 广告 关键字 广告附加信息 维度 展示广告网络

所有已启用的广告系列 细分 过滤器 列 图表 下载 搜索

[查看更改历史记录](#)



根据衡量广告投放效果的指标排序查看报告，确定需要重点优化的广告系列

4 查看竞争指标，时刻了解自己在竞争中的情况

广告系列	预算	状态	点击次数	展示次数	点击率	每次点击费用	总费用	平均排名	转化次数 (每次点击仅算一次转化)	费用/转化次数 (每次点击仅算一次转化)	转化率 (每次点击仅算一次转化)	展示次数份额	错失的展示次数份额 (预算)	错失的展示次数份额 (评级)
搜索网络	¥500.00/天	有效	0	0	0.00%	¥0.00	¥0.00	0	0	¥0.00	0.00%	--	--	--
展示广告-自选位置	¥1,000.00/天	有效	0	0	0.00%	¥0.00	¥0.00	0	0	¥0.00	0.00%	--	--	--
展示广告-再营销	¥1,000.00/天	有效	0	0	0.00%	¥0.00	¥0.00	0	0	¥0.00	0.00%	--	--	--
展示广告-兴趣类别	¥1,000.00/天	有效	0	0	0.00%	¥0.00	¥0.00	0	0	¥0.00	0.00%	--	--	--
展示广告-关键字	¥1,000.00/天	有效	0	0	0.00%	¥0.00	¥0.00	0	0	¥0.00	0.00%	--	--	--

# 日常账户管理步骤

查看优化标签，综合考虑系统推荐的优化建议

11

首页 广告系列 优化 工具和分析 结算 我的帐户

搜索

所有在线广告系列

- 展示广告-主题
- 展示广告-关键字
- 展示广告-兴趣类别
- 展示广告-再营销
- 展示广告-自选位置
- 搜索网络

⚠ 由于我们尚未收到您的第一笔付款，因此没有投放您的广告。  
如果您尚未付款，请 [进行付款](#)。

所有在线广告系列

先查看需要优化的广告系列在  
设置上有没有需要改进的地方

过去 30 天  
2012-5-20 - 2012-6-18

8

7

9

10

9

广告系列

广告组

设置

广告

关键字

广告附加信息

维度

展示广告网络

所有已启用的广告系列

细分

过滤器

列

列

列

列

列

列

列

列

列

列

列

列

列

列

列

列

列

列

列

列

确保设置上没有  
问题之后，查看  
广告组报告，确  
定需要重点优化  
的广告组

如果是搜索  
网络广告系  
列/广告组，  
查看关键字  
标签下的各  
类报告，制  
定优化方案

查看维度  
标签下的  
各类报  
告，确定  
高阶优化  
方案

如果是展示  
广告网络的  
广告系列/广  
告组，查看  
展示广告网  
络标签下的  
各类报告

共享库

报告

自动规则

自定义提醒

标签

帮助

帮助中心

搜索帮助中心

开始

12

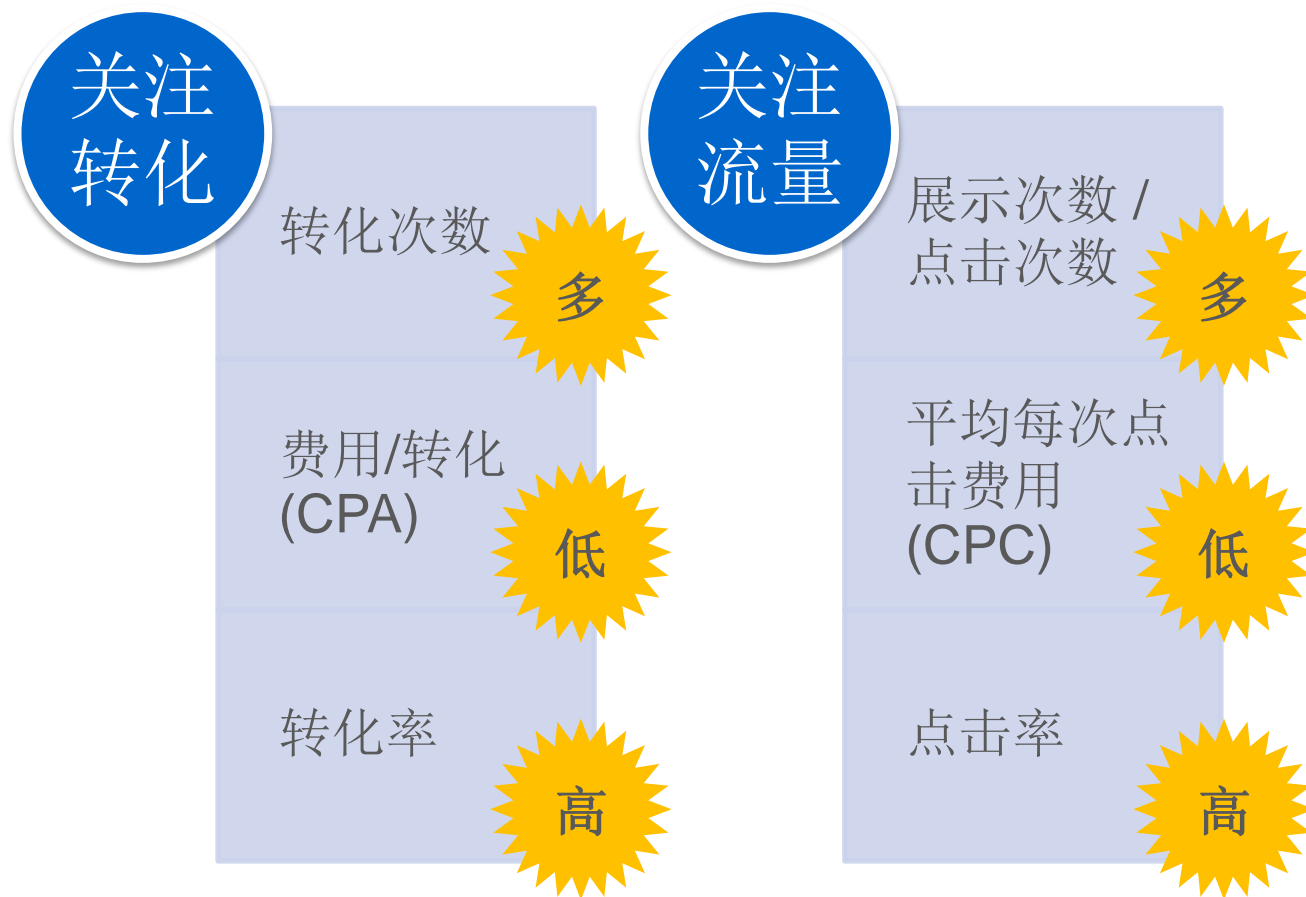
所有生成过的报告可以  
在这里查看，也可以一  
键创建类似报告

13

如果还有任何疑问，可以  
自助查询帮助中心，或者  
与您的客户经理联系

在看报告之前，首先明确.....

用什么指标衡量**效果**



如果衡量转化效果，就不要去看**CPC**是高还是低；如果衡量流量效果，就不要去管**CPA**和转化率。

# 明确了效果的定义，再来了解.....

以关注转化为例

什么是**效果好**的广告系列/广告组/关键字/展示位置

转化次数多  
转化成本低

指标：转化次数

指标：费用/转化次数

什么是**效果差**的广告系列/广告组/关键字/展示位置

花费高无转化  
转化成本高

指标：总费用

指标：费用/转化次数

## 接下来开始查看报告数据.....

**Step 1:** 选择要查看的数据报告的**标签**

**Step 2:** 点击列-自定义列，添加/移除自定义需要查看的**指标**

**Step 3:** 按照效果指标对报告数据**排序**

**Step 4:** 确定**效果好/效果差**的广告系列/广告组/关键字/展示位置等

**Step 5:** 分别针对效果好/效果差的部分制订**优化方案**



# 课程安排

1 日常账户管理步骤和方法

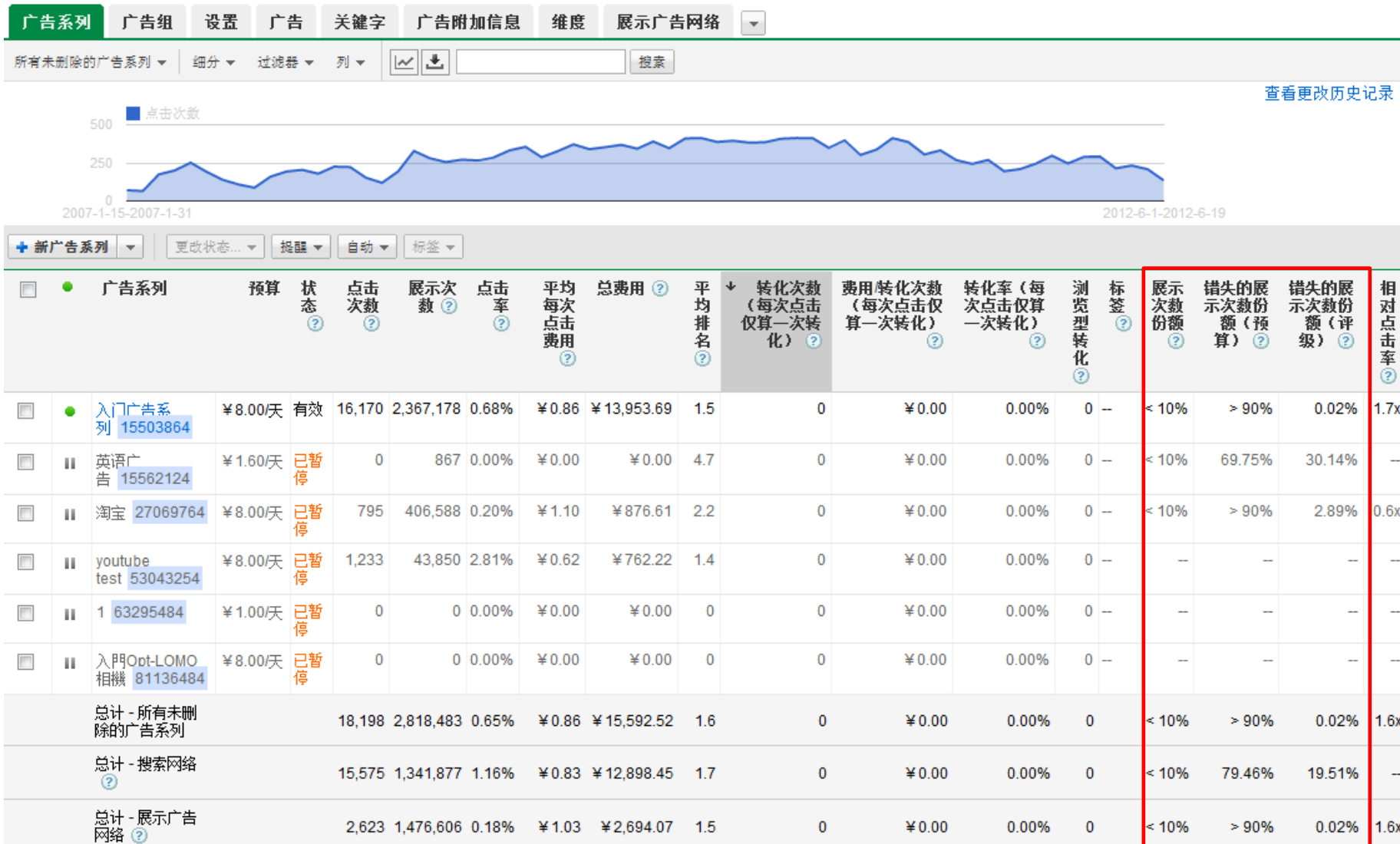
**2** 账户级别报告

3 搜索网络报告

4 展示广告网络报告

5 维度标签下常用的报告

# 广告系列报告



# 广告系列报告

## 关注指标

展示次数份额  
错失的展示次数份额（预算）  
错失的展示次数份额（评级）

## 优化方案

### 效果好：

1. 最大化展示次数份额：
  - I. 提升**预算**，将错失的展示次数份额（预算）降低到0%
  - II. 提升广告组/关键字/展示广告网络定位方式的**出价**，增大曝光机会，降低因广告评级而错失的展示次数份额
2. 扩大流量：
  - I. **扩展**广告组/关键字/展示广告网络定位方式等

### 效果差：

需要查看更多其他标签的报告确定详细的优化方案

# 广告组报告

广告组 设置 广告 关键字 广告附加信息 维度 展示广告网络

所有未删除的广告组 细分 过滤器 列



搜索

[查看更改历史记录](#)



+ 新广告组 修改 更改状态... 提醒 自动 标签

广告组	状态	默认最高每次点击费用	展示广告网络的最高每次点击费用	点击次数	展示次数	点击率	平均每次点击费用	总费用	平均排名	转化次数 (每次点击仅算一次转化)	费用转化次数 (每次点击仅算一次转化)	转化率 (每次点击仅算一次转化)	浏览型转化	展示次数份额	错失的展示次数份额 (评级)	相对点击率
入门广告组 352812404	有效	¥0.30	自动	7,012	994,635	0.70%	¥0.80	¥5,597.05	1.3	0	¥0.00	0.00%	0	< 10%	—	1.8x
自然卷 353214284	有效	¥5.00	自动	514	372,795	0.14%	¥2.21	¥1,134.51	2.7	0	¥0.00	0.00%	0	< 10%	—	1.5x
苏打绿 353214764	有效	¥1.00	自动	7,026	418,782	1.68%	¥0.67	¥4,686.63	1.2	0	¥0.00	0.00%	0	< 10%	—	1.4x
At 17 353215004	有效	¥1.00	自动	35	33,683	0.10%	¥1.97	¥69.07	1.3	0	¥0.00	0.00%	0	< 10%	—	1.1x
林一峰 353215364	有效	¥5.00	自动	1,583	547,283	0.29%	¥1.56	¥2,466.43	1.3	0	¥0.00	0.00%	0	< 10%	—	1.2x
总计 - 所有未删除的广告组				16,170	2,367,178	0.68%	¥0.86	¥13,953.69	1.5	0	¥0.00	0.00%	0	< 10%	0.00%	1.7x
总计 - 搜索网络				13,738	1,216,424	1.13%	¥0.83	¥11,458.97	1.7	0	¥0.00	0.00%	0	< 10%	0.00%	—
总计 - 展示广告网络				2,432	1,150,754	0.21%	¥1.03	¥2,494.72	1.3	0	¥0.00	0.00%	0	< 10%	0.00%	1.7x

# 广告组报告

## 关注指标

展示次数份额

错失的展示次数份额（评级）

点击率（适用于搜索网络）

相对点击率（适用于展示广告网络）

## 优化方案

**效果好：**

1. 最大化展示次数份额：

1. 提升广告组/关键字/展示广告网络定位方式的**出价**，增大曝光机会，降低因广告评级而错失的展示次数份额

2. 扩大流量：

1. **扩展**关键字/展示广告网络定位方式等

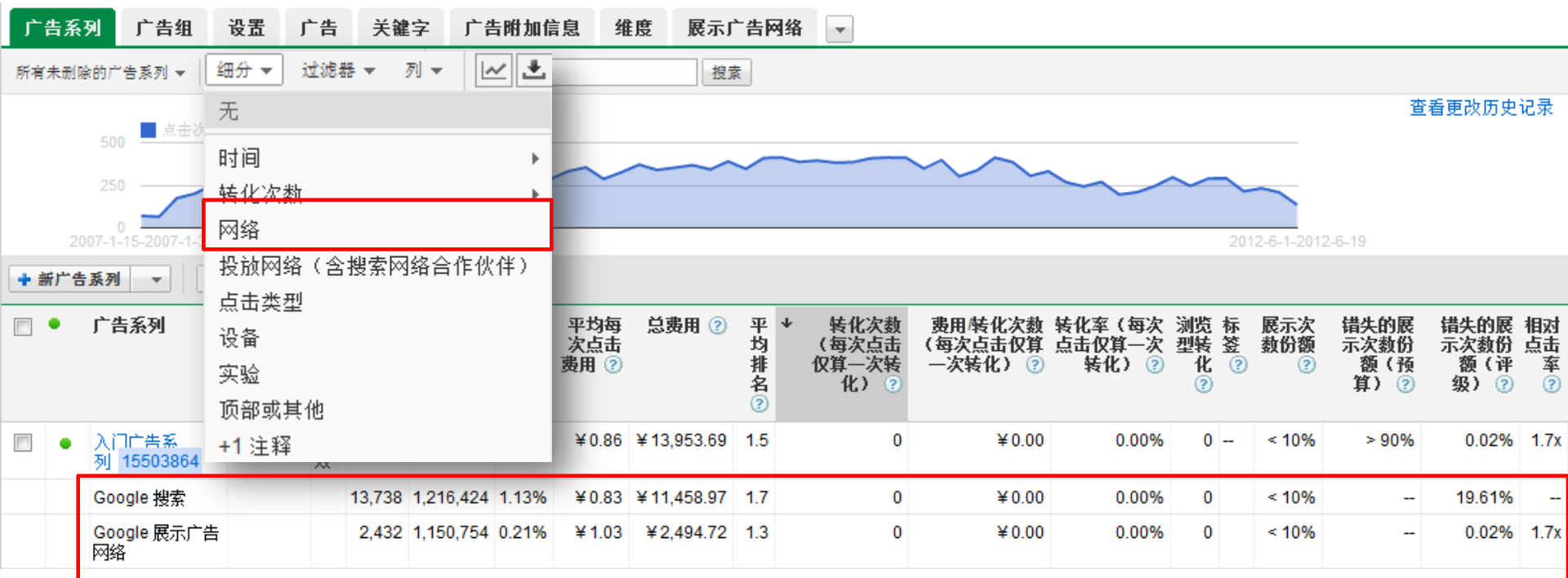
**效果差：**

需要查看更多其他标签的报告确定详细的优化方案

**点击率/相对点击率差：**

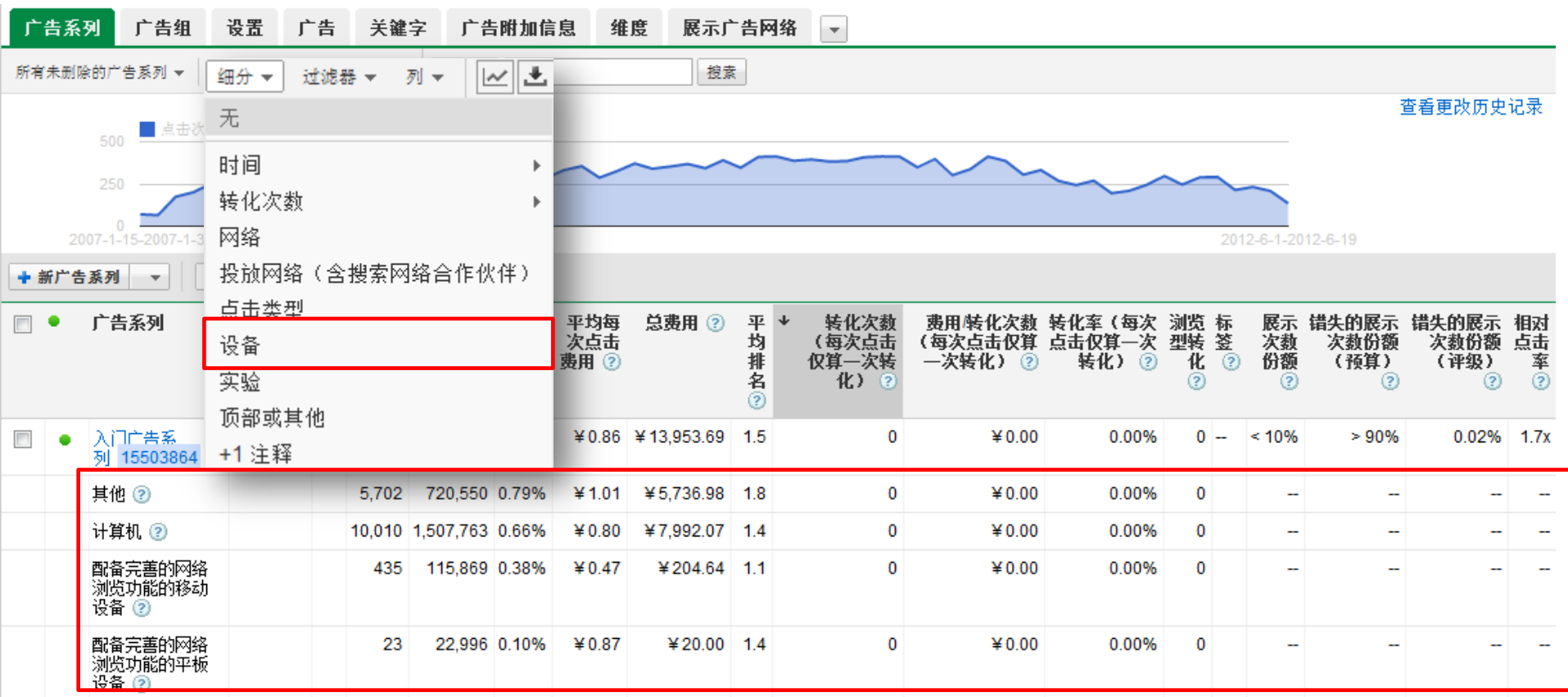
1. 细分广告组，撰写更具有**针对性**的广告创意
2. 每个广告组1~3条广告创意**轮播**
3. **优化**广告创意：关键字插入功能、突出卖点、Call-to-Action
4. **定期更换**广告创意

# 细分功能-按网络细分



建议的Action: 按照不同的网络拆分广告系列投放

# 细分功能-按设备细分



建议的Action: 按照不同的设备拆分广告系列投放

# 细分功能-按广告位置细分



建议的Action: 调整出价, 让广告出现在效果最好的广告位置



# 课程安排

1 日常账户管理步骤和方法

2 账户级别报告

**3 搜索网络报告**

4 展示广告网络报告

5 维度标签下常用的报告

# 关键字报告



多关注状态栏的提示

Google Display Network

# 关键字报告

指标	优化方案		
	效果好的关键字	效果差的关键字	效果一般/看起来效果的关键字
点击率	<p>一般来说，搜索网络的点击率在1%以上是不错的。如果低于1%，除了在广告组级别需要考虑优化广告创意，在关键字层级需要</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 查看搜索查询报告，添加<b>否定关键字</b>。</li> <li>2. 查看关键字排名，<b>提升出价</b>使平均排名&lt;3</li> </ol>		
平均排名	<b>提升出价</b> 使平均排名不要差于3	适当 <b>降低出价</b> ，不需要争取太高的排名	<b>调整出价</b> 使广告出现在效果最好的排名位置**
首页出价估算值	<b>提升出价</b> 至少到首页出价估算值	适当 <b>降低出价</b> ，但不低于首页出价估算值	<b>提升出价</b> 至首页出价估算值，给这些关键字展示的机会
页首出价估算值	尽量 <b>提升出价</b> 到页首出价估算值		
质量得分	暂停质量得分为1~2的关键字，并 <b>扩展</b> 相关关键字来弥补流量和转化的损失	暂停质量得分为1~2的关键字	暂停质量得分为1~2的关键字，并 <b>扩展</b> 相关关键字来弥补流量和转化的损失
其他优化方案	<b>扩展</b> 相关关键字，争取更多的转化机会	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 查看搜索查询报告，添加<b>否定关键字</b></li> <li>2. 如果经过优化效果还是不理想，考虑暂停</li> </ol>	

\*\*如何确定效果最好的排名位置：按照“顶部或其他”来细分

# 搜索查询报告 (SQR)

建议定期查看



广告系列 广告组 设置 广告 关键字 广告附加信息 维度 展示广告网络

所有未删除的关键字 细分 过滤器 列

搜索

[查看更改历史记录](#)



+ 添加关键字

修改

更改状态...

关键字详情

提醒

自动

操作...

标签

关键字	广告系列	广告组	搜索字词	数	点击率	平均每次点击费用	总费用	平均排名	转化次数 (每次点击仅算一次转化)	费用/转化次数 (每次点击仅算一次转化)	转化率 (每次点击仅算一次转化)	质量得分	首页出价估算值	页首出价估算值			
总计 - 所有关键字				83	0.65%	¥0.86	¥15,592.52	1.6	0	¥0.00	0.00%	--	--	--			
<input checked="" type="checkbox"/>	●	Holga	入门广告系列 入门广告组	<div>有效</div>	¥7.64	115	4,849	2.37%	¥2.53	¥290.57	1.1	0	¥0.00	0.00%	7/10	¥0.28	¥1.15
<input checked="" type="checkbox"/>	●	spy camera	入门广告系列 入门广告组	<div>低于首页出价 首页出价估算: ¥0.60</div>	¥0.30	3	672	0.45%	¥0.22	¥0.66	2.4	0	¥0.00	0.00%	6/10	¥0.60	¥1.35
<input type="checkbox"/>	●	photoshop	入门广告系列 入门广告组	<div>低于首页出价 首页出价估算: ¥1.95</div>	¥0.30	0	0	0.00%	¥0.00	¥0.00	0	0	¥0.00	0.00%	4/10	¥1.95	¥2.75
<input type="checkbox"/>	●	funny	入门广告系列 入门广告组	<div>低于首页出价 首页出价估算: ¥4.45</div>	¥0.30	9	4,589	0.20%	¥0.19	¥1.74	1.6	0	¥0.00	0.00%	3/10	¥4.45	¥5.75
<input type="checkbox"/>	●	camera	入门广告系列 入门广告组	<div>低于首页出价 首页出价估算: ¥3.00</div>	¥0.30	6	6,557	0.09%	¥0.16	¥0.96	2.4	0	¥0.00	0.00%	3/10	¥3.00	¥3.00

# 搜索查询报告 (SQR)

建议定期查看



广告系列 广告组 设置 广告 关键字 广告附加信息 维度 展示广告网络

过滤器 列

« 返回到关键字

了解客户是如何找到您的广告的！您可以掌握触发您的广告展示并产生点击的实际搜索查询。这些字词是根据您选择的关键字与您的广告进行匹配的。

要确保能够在此报告中看到数据，请选择涵盖关键字所获点击的日期范围。

作为关键字添加 作为否定关键字添加 下载

<input type="checkbox"/> 搜索字词	匹配类型 ?	已添加/已排除	广告系列	广告组	点击次数 ?	展示次数 ?	点击率 ?	平均每次点击费用 ?	总费用 ?	平均排名 ?	转化次数 (每次点击仅算一次转化) ?	费用/转化次数 (每次点击仅算一次转化) ?	转化率 (每次点击仅算一次转化) ?
					15,575	1,341,877	1.16%	¥0.83	¥12,898.45	1.7	0	¥0.00	0.00%
<input type="checkbox"/> 苏打绿	完全匹配	已添加	入门广告系列	苏打绿	3,555	70,045	5.08%	¥0.44	¥1,575.06	1.1	0	¥0.00	0.00%
<input type="checkbox"/> 林一峰	完全匹配	已添加	入门广告系列	林一峰	666	11,787	5.65%	¥0.71	¥472.38	1	0	¥0.00	0.00%
<input type="checkbox"/> lomo 相机	完全匹配	已添加	入门广告系列	入门广告组	973	8,222	11.83%	¥0.47	¥454.14	1.3	0	¥0.00	0.00%
<input type="checkbox"/> 广告	完全匹配	已添加	入门广告系列	自然卷	145	17,618	0.82%	¥3.02	¥437.43	5.2	0	¥0.00	0.00%
<input type="checkbox"/> 同志	完全匹配	已排除	入门广告系列	林一峰	112	57,944	0.19%	¥3.00	¥335.75	1.1	0	¥0.00	0.00%
<input type="checkbox"/> lomo	完全匹配	已添加	入门广告系列	入门广告组	1,331	17,177	7.75%	¥0.24	¥317.83	1.6	0	¥0.00	0.00%
<input type="checkbox"/> 陈奕迅	完全匹配	-	入门广告系列	林一峰	68	8,932	0.76%	¥2.91	¥197.71	1.1	0	¥0.00	0.00%
<input type="checkbox"/> 小情歌	完全匹配	已添加	入门广告系列	苏打绿	96	3,118	3.08%	¥1.57	¥150.74	1	0	¥0.00	0.00%
<input type="checkbox"/> holga	完全匹配	已添加	入门广告系列	入门广告组	62	541	11.46%	¥2.37	¥146.95	1.1	0	¥0.00	0.00%
<input type="checkbox"/> 苏打绿 介绍	词组匹配	-	入门广告系列	苏打绿	281	1,356	20.72%	¥0.50	¥140.97	1.1	0	¥0.00	0.00%

# 搜索查询报告（SQR）

## 优化方案

### 效果好的搜索字词：

1. 添加至帐户关键字列表中
2. 利用关键字工具扩展相关关键字

### 效果差的搜索字词：

1. 作为否定关键字添加（需要注意匹配形式）

### 其他关键字：

按照展示次数排序查看，是否有与产品/业务/所选关键字无关的搜索触发了广告，及时添加否定关键字

# 课程安排

- 1 日常账户管理步骤和方法
- 2 账户级别报告
- 3 搜索网络报告
- 4 展示广告网络报告**
- 5 维度标签下常用的报告

# 系统推荐的展示位置效果报告 (PPR)

建议定期查看



广告系列 广告组 设置 广告 关键字 广告附加信息 维度 展示广告网络

1

现在, 您的所有展示广告网络定位和排除对象都集中到了一个位置。 [了解详情](#) | [返回老版本](#) (限时提供)

+ 更改展示广告网络定位

展示广告网络关键字

2

展示位置

主题

兴趣及再营销定位

所有未删除的展示位置 细分 过滤器 列

除了自选展示位置定位, 其他展示广告网络的定位方式都可以在这里查看所投放到的网站效果数据

[查看更改历史记录](#)



自选展示位置

3

系统推荐的展示位置

管理展示位置和出价 从定位中排除 查看网址列表 过滤器 列

网站	广告组	广告系列	点击次数	展示次数	点击率	平均每次点击费用	总费用	转化次数 (每次点击仅算一次转化)	费用/转化次数 (每次点击仅算一次转化)	转化率 (每次点击仅算一次转化)	浏览型转化
总计 - 展示广告网络			2,623	1,476,606	0.18%	¥1.03	¥2,694.07	0	¥0.00	0.00%	0
<input type="checkbox"/> <a href="#">adsenseformobileapps.com</a> <span>已添加</span>	入门广告组	入门广告系列	241	75,968	0.32%	¥0.20	¥49.29	0	¥0.00	0.00%	0
<input type="checkbox"/> <a href="#">ku6.com</a> <span>已排除</span>	林一峰	入门广告系列	22	3,166	0.69%	¥1.38	¥30.29	0	¥0.00	0.00%	0
<input type="checkbox"/> <a href="#">35iii.com</a> <span>已排除</span>	入门广告组	入门广告系列	23	70	32.86%	¥1.17	¥26.96	0	¥0.00	0.00%	0
<input type="checkbox"/> <a href="#">443gao.com</a>	入门广告组	入门广告系列	27	67	40.30%	¥0.97	¥26.21	0	¥0.00	0.00%	0
<input type="checkbox"/> <a href="#">www.hw181.com</a>	入门广告组	入门广告系列	40	115	34.78%	¥0.65	¥25.89	0	¥0.00	0.00%	0
<input type="checkbox"/> <a href="#">mianfeiruanjianxiazai.com</a>	入门广告组	入门广告系列	11	464	2.37%	¥2.16	¥23.80	0	¥0.00	0.00%	0



# 系统推荐的展示位置效果报告（PPR）

参考指标 浏览型转化

优化方案 效果好的展示位置：

1. 添加至该广告系列的广告组内，并且给该展示位置提升出价（高于广告组默认出价）
2. 利用Adplanner工具扩展同类网站作为自选位置添加

效果差的展示位置：

1. 如果该展示位置还是能够带来转化，并且转化成本并不是高的离谱；或者该展示位置能够带来大量的浏览型转化，可以添加至广告组内作为自选展示位置，并给其降低出价（低于广告组默认出价）
2. 如果高花费无转化，或者转化成本高的离谱，同时对于浏览型转化没有什么贡献，直接作为排除网站添加

# 关键字定位效果报告

广告系列 广告组 设置 广告 关键字 广告附加信息 维度 展示广告网络

现在，您的所有展示广告网络定位和排除对象都集中到了一个位置。 [了解详情](#) | [返回老版本](#)（限时提供）

+ 更改展示广告网络定位 展示广告网络关键字 展示位置 主题 兴趣及再营销定位

所有未删除的关键字 细分 过滤器 列

[查看更改历史记录](#)



更改状态...	修改	提醒	复制...	关键字	广告系列	广告组	状态	最高每次点击费用	点击次数	展示次数	点击率	平均每次点击费用	总费用	转化次数（每次点击仅算一次转化）	费用/转化次数（每次点击仅算一次转化）	转化率（每次点击仅算一次转化）	浏览型转化
总计 - 所有关键字									18,198	2,818,483	0.65%	¥0.86	¥15,592.52	0	¥0.00	0.00%	0
				Holga	入门广告系列	入门广告组	合格	¥7.64	0	8	0.00%	¥0.00	¥0.00	0	¥0.00	0.00%	0
				spy camera	入门广告系列	入门广告组	合格	¥0.30	93	8,187	1.14%	¥1.02	¥95.13	0	¥0.00	0.00%	0
				photoshop	入门广告系列	入门广告组	合格	¥0.30	61	44,484	0.14%	¥1.21	¥73.64	0	¥0.00	0.00%	0
				funny	入门广告系列	入门广告组	合格	¥0.30	356	33,239	1.07%	¥0.65	¥229.93	0	¥0.00	0.00%	0
				camera	入门广告系列	入门广告组	合格	¥0.30	774	67,790	1.14%	¥0.85	¥656.70	0	¥0.00	0.00%	0
				LC-A	入门广告系列	入门广告组	合格	¥2.57	9	690	1.30%	¥0.86	¥7.76	0	¥0.00	0.00%	0
				LOMO	入门广告系列	入门广告组	合格	¥3.12	2	560	0.36%	¥1.10	¥2.21	0	¥0.00	0.00%	0
				lomo	入门广告系列	入门广告组	合格	¥0.30	1	283	0.35%	¥2.19	¥2.19	0	¥0.00	0.00%	0

# 关键字定位效果报告

## 优化方案

(与优化搜索网络  
关键字相似)

### 效果好的关键字:

1. 在关键字级别适当**提升出价**，增加广告的更多曝光
2. 利用**关键字工具扩展**相关关键字，增加更多转化的机会

### 效果差的关键字:

1. 在关键字级别适当**降低出价**，减少在该关键字上的花费
2. 查看关键字所在广告组的**展示位置效果报告**，**排除**效果不好的网站；同时根据排除网站的内容，综合提炼考虑添加**否定关键字**
3. 经过一段时间优化后，该关键字效果还不见起色，可以考虑暂停该关键字

# 展示广告网络其他定位方式效果报告

- 自选展示位置效果报告
- 主题定位效果报告
- 兴趣定位效果报告

广告系列 广告组 设置 广告 关键字 广告附加信息 维度 展示广告网络

现在, 您的所有展示广告网络定位和排除对象都集中到了一个位置。 [了解详情](#) | [返回老版本](#) (限时提供)

+ 更改展示广告网络定位 | 展示广告网络关键字 展示位置 主题 兴趣及再营销定位

所有未删除的展示位置 细分 过滤器 列

[查看更改历史记录](#)



自选展示位置

更改状态... 修改 提醒 复制... 查看网址列表

展示位置

	● 展示位置	广告系列	广告组	状态	最高每次点击费用	点击次数	展示次数	点击率 	平均每次点击费用 	总费用	转化次数（每次点击仅算一次转化） 	费用/转化次数（每次点击仅算一次转化） 	转化率（每次点击仅算一次转化） 	浏览型转化 
总计 - 展示广告网络						2,623	1,476,606	0.18%	¥1.03	¥2,694.07	0	¥0.00	0.00%	0
	● youtube.com	入门广告系列	入门广告组	合格	¥5.00	6	531	1.13%	¥0.57	¥3.41	0	¥0.00	0.00%	0
	● adsenseformobileapps.com	入门广告系列	入门广告组	合格	¥0.60	1	675	0.15%	¥0.08	¥0.08	0	¥0.00	0.00%	0

# 展示广告网络其他定位方式效果报告

## 优化方案

### 效果好：

1. 对效果好的展示位置/主题/兴趣类别**提升出价**
2. 做**扩展**，增加更多转化的机会
  - I. 扩展展示位置：利用AdPlanner工具
  - II. 扩展主题：添加子主题/相近主题
  - III. 扩展兴趣类别：添加子兴趣类别/相近兴趣类别

### 效果差：

1. 对效果差的展示位置/主题/兴趣类别**降低出价**
2. 查看所在广告组的**展示位置效果报告**，**排除**效果不好的网站；同时根据排除网站的内容，综合提炼考虑添加**否定关键字**
3. 经过一段时间优化后效果还不见起色，可以考虑暂停该展示位置/主题/兴趣类别

# 课程安排

- 1 日常账户管理步骤和方法
- 2 账户级别报告
- 3 搜索网络报告
- 4 展示广告网络报告
- 5 维度标签下常用的报告**

# 地理位置报告

广告系列

广告组

设置

广告

关键字

广告附加信息

1 维度

展示广告网络

查看: 地理位置

2 过滤器

列

3

国家/地区	点击次数	展示次数	点击率	平均每次点击费用	总费用	平均排名	转化次数 (每次点击仅算一次转化)	费用/转化次数 (每次点击仅算一次转化)	转化率 (每次点击仅算一次转化)	浏览型转化
中国	16,233	2,469,358	0.66%	¥0.86	¥13,968.01	1.6	0	¥0.00	0.00%	0
美国	461	15,119	3.05%	¥0.73	¥336.01	1.5	0	¥0.00	0.00%	0
英国	168	5,488	3.06%	¥0.81	¥136.49	1.6	0	¥0.00	0.00%	0
加拿大	243	7,041	3.45%	¥0.45	¥108.66	1.3	0	¥0.00	0.00%	0
香港	140	5,625	2.49%	¥0.47	¥65.50	1.2	0	¥0.00	0.00%	0
澳大利亚	58	1,819	3.19%	¥0.81	¥46.71	1.3	0	¥0.00	0.00%	0
德国	27	1,577	1.71%	¥0.78	¥20.95	1.3	0	¥0.00	0.00%	0
法国	17	797	2.13%	¥0.73	¥12.49	1.6	0	¥0.00	0.00%	0
日本	10	268	3.73%	¥0.76	¥7.64	1.2	0	¥0.00	0.00%	0
荷兰	11	235	4.68%	¥0.66	¥7.21	1.5	0	¥0.00	0.00%	0
爱尔兰共和国	7	213	3.29%	¥0.71	¥4.99	1.3	0	¥0.00	0.00%	0
新西兰	9	188	4.79%	¥0.47	¥4.24	1.3	0	¥0.00	0.00%	0
印度	18	1,640	1.10%	¥0.14	¥2.43	2	0	¥0.00	0.00%	0
韩国	43	1,230	3.50%	¥0.06	¥2.39	2.4	0	¥0.00	0.00%	0
瑞典	2	40	5.00%	¥1.02	¥2.03	1.3	0	¥0.00	0.00%	0
台湾	12	296	4.05%	¥0.16	¥1.90	2.1	0	¥0.00	0.00%	0
墨西哥	2	119	1.68%	¥0.14	¥0.29	1.7	0	¥0.00	0.00%	0
俄罗斯	2	119	1.68%	¥0.14	¥0.29	1.7	0	¥0.00	0.00%	0

建议的Action: 细分广告系列针对效果不同的大洲/地区/国家/城市分别投放

建议的Action: 细分广告系列针对效果不同的大洲/地区/国家/城市分别投放

# 时段报告

广告系列 广告组 设置 广告 关键字 广告附加信息 维度 展示广告网络											
查看: 时段 过滤器 列 下载											
时段	点击次数	展示次数	点击率	平均每次点击费用	总费用	平均排名	转化次数 (每次点击仅算一次转化)	费用/转化次数 (每次点击仅算一次转化)	转化率 (每次点击仅算一次转化)	浏览型转化	转化型转化
0	5,209	1,066,242	0.49%	¥1.05	¥5,445.62	1.4	0	¥0.00	0.00%	0	0
1	1,801	271,222	0.66%	¥0.98	¥1,764.39	1.4	0	¥0.00	0.00%	0	0
2	909	130,071	0.70%	¥0.82	¥741.50	1.4	0	¥0.00	0.00%	0	0
3	554	78,897	0.70%	¥0.82	¥456.03	1.5	0	¥0.00	0.00%	0	0
4	377	58,837	0.64%	¥0.87	¥327.43	1.6	0	¥0.00	0.00%	0	0
5	301	44,864	0.67%	¥0.86	¥258.80	1.7	0	¥0.00	0.00%	0	0
6	262	53,185	0.49%	¥0.82	¥215.06	1.7	0	¥0.00	0.00%	0	0
7	452	100,402	0.45%	¥0.85	¥385.75	1.6	0	¥0.00	0.00%	0	0
8	991	147,513	0.67%	¥0.85	¥846.02	1.8	0	¥0.00	0.00%	0	0
9	1,326	144,078	0.92%	¥0.80	¥1,058.91	1.9	0	¥0.00	0.00%	0	0
10	1,188	108,997	1.09%	¥0.80	¥953.96	1.9	0	¥0.00	0.00%	0	0
11	843	83,559	1.01%	¥0.71	¥597.68	1.9	0	¥0.00	0.00%	0	0
12	704	68,483	1.03%	¥0.72	¥504.19	1.8	0	¥0.00	0.00%	0	0
13	604	76,785	0.79%	¥0.68	¥410.13	1.8	0	¥0.00	0.00%	0	0
14	517	62,137	0.83%	¥0.69	¥355.39	1.9	0	¥0.00	0.00%	0	0
15	388	50,388	0.77%	¥0.75	¥290.81	1.9	0	¥0.00	0.00%	0	0
16	344	46,127	0.75%	¥0.60	¥205.50	1.9	0	¥0.00	0.00%	0	0
17											
18											
19											
20											
21	196	31,567	0.62%	¥0.45	¥88.55	1.8	0	¥0.00	0.00%	0	0

建议的Action: 在广告系列设置-广告投放时间设置中, 针对高峰时段启用出价调整



# 附录-报告中的指标

# 常见的效果指标

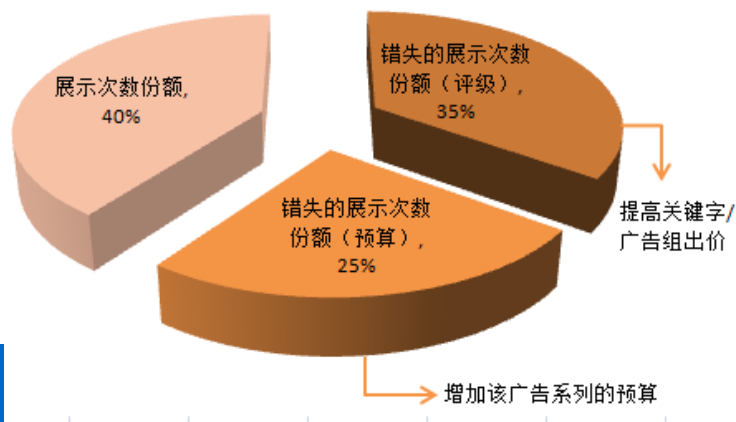
展示次数	提升展示次数，可以查看 <a href="#">展示次数份额</a> ，从竞争对手中抢过来更多的展示机会。 还可以查看 <a href="#">设置</a> ，很可能因为设置不当影响了展示机会。 或者还可以对投放方式做 <a href="#">扩展</a> （关键字/展示位置/定位方式），增加展示机会。
点击次数	提升展示次数、提升点击率，点击次数就上去了
点击率	如何提升点击率？（搜索网络） <ol style="list-style-type: none"><li>1. 查看搜索查询报告，添加<a href="#">否定关键字</a></li><li>2. 对关键字<a href="#">提升出价</a>到前三名，至少也得到首页出价估算值</li><li>3. 添加<a href="#">广告附加链接</a></li><li>4. 优化<a href="#">广告创意</a></li></ol>
平均每次点击费用	出价和质量得分共同影响实际CPC。出价越高 <del>≠</del> 实际CPC越高。
平均排名	一般来说，对搜索网络，平均排名<3是不错的。 <a href="#">提升出价</a> 就能够直接影响平均排名。

# 常见的转化指标

转化次数	提升展示次数、点击率、转化率，就能够最终提升转化次数。在以上指标都不变的情况下，提高转化次数就是对效果好的部分 <b>扩展+提升出价</b> 。
费用/转化次数	提升 <b>转化率</b> ，或者降低 <b>CPC</b> ，都可以影响降低 <b>CPA</b> 。在以上指标都不变的情况下，降低 <b>CPA</b> 就是对效果好的部分 <b>扩展+提升出价</b> ，对效果差的部分 <b>排除+降低出价</b> 。
转化率	广告带给用户的期待和用户在landing page上看到的内容是否匹配，网站上信息、价格是否吸引用户，网站的用户体验、购物流程是否友好，都会影响转化率。所以提升转化率，需要为每个广告组、甚至关键字选择 <b>正确的landing page网页</b> 、撰写吸引用户同时又带给用户 <b>正确期望的广告创意</b> 、以及 <b>优化网站的用户体验</b> 等等。
浏览型转化	看过广告没有点击，但是后来通过其他方式进入您的网站并完成的转化。可以用来综合衡量 <b>展示广告网络</b> 的广告效果，这是“免费”的转化、“免费”的品牌宣传。

# 常见的竞争指标

展示次数份额	在广告市场的竞争中，您和竞争对手分别占据了多大的蛋糕。针对搜索网络而言，平均水平一般在 <b>70%</b> 以上是比较好的。
错失的展示次数份额（预算）	因为预算限制丢失的展示机会。一般这个指标为 <b>0%</b> 是最好，尤其是针对效果好的广告系列 <b>提升预算</b> 可以降低该指标。
错失的展示次数份额（评级）	因为排名原因丢失的展示机会。 <b>提升出价</b> 可以降低该指标。
相对点击率	针对 <b>展示广告网络</b> 才有的指标，比点击率更有参考性。 1x：您的广告与其他竞争对手相比打了平手 >1x：比起竞争对手，您的广告更加吸引用户点击！ <1x：败给竞争对手了.....需要立即 <b>优化广告创意</b> ！



# 搜索网络关键字特有的属性指标

质量得分	1~2分：暂停该关键字，并考虑为暂停的关键字做相关扩展，以弥补损失的流量 3~5分：还ok，需要时刻关注关键字的状态提示，根据提示及时优化 6~10分：还不错，继续保持！
首页出价估算值	在关键字层级提升出价至少要达到首页出价估算值，得给一个曝光的机会呀
页首出价估算值	效果好的关键字建议提升出价至页首出价估算值

## 附录2-过滤器功能

# 过滤器



1. 每个标签下都有过滤器功能
2. 过滤器的下拉菜单可以自定义不同的过滤条件
3. 可以同时添加多条过滤条件来筛选数据
4. 点击“保存过滤器”，可以将常用的过滤数据方法保存下来，便于以后一键点击使用
5. 别忘了点击“应用”

## 快问快答

1.相对点击率是针对哪个投放网络有效的？

展示广告网络

2.要想看在不同的设备上广告的投放情况在哪可以看到？

细分功能-按设备细分

3. 地理位置报告在什么地方看？

维度标签下-查看地理位置



## 有奖问答

主持人问完问题后确认的第一个正确回答的童鞋。

发送你的10位CID， 邮寄地址， 邮编， 联系电话至以下邮箱：

[c.guo@google.com](mailto:c.guo@google.com)

五个工作日内，收到我们的惊喜礼品



# 提问时间

