

欢迎您！

Lian 即将讲解与搜索广告出价策略



预计时长：1 小时（包括问题解答环节）



期间如果您有任何问题，请在右侧问答区咨询Amber。



声音：如果在幻灯片开始演示后您还听不到主讲人的声音，请告知 Amber。



搜索广告基础知识 – 出价

2015 年 4 月 15 日



讲座内容

1. 三个层级的出价

2. 如何出价

- 出价策略
- 初始出价
- 评估及调整
- 设置出价调整

3. 灵活出价方式



三个层级的出价



出价可发生在广告系列、广告组以及关键词三个层级

帐户					
唯一的电子邮件地址和密码 结算信息					
广告系列		广告系列			层级一： 广告系列默认出价
预算 设置		预算 设置			
广告组	广告组	广告组	广告组		层级二： 广告组出价
广告 关键字	广告 关键字	广告 关键字	广告 关键字		层级二： 关键字出价

优先级排序

关键字出价 > 广告组出价 > 广告系列默认出价

如何出价

- 出价策略
- 初始出价
- 评估及调整
- 设置出价调整

出价是搜索广告排名的决定因素之一



Google 香港酒店

Web Maps Images News Videos More Search tools

About 28,300,000 results (0.60 seconds)

313間香港酒店 由\$190起 - 搜尋香港酒店並節省高達78%。

Ad www.trivago.hk/酒店-香港
比較超過200個預訂網站!

香港酒店-Agoda - Agoda.com

Ad www.agoda.com/香港酒店
特別優惠, 折扣高達80% 查看真實評論, 立即預訂吧!
八百萬條用戶點評 · 最優價格保證 · 最優可享80%折扣 · 專業訂房, 選擇Agoda
agoda has 1,026,169 followers on Google+
三星級酒店 - 經濟型酒店 - 五星級酒店 - 四星級酒店

香港酒店機票預訂 - 特價優惠, 就找Ctrip攜程。 - ctrip.com.hk

Ad www.ctrip.com.hk/香港酒店
價格保證, 買賣咗, 差價畀返你!
全天候的卓越客戶服務 · 32,000間合作酒店 · 中國最大網上旅遊服務公司
香港五星級酒店 - 香港熱門酒店 - 香港四星級酒店 - 香港三星級酒店

香港酒店訂房優惠: 網上預訂特價香港酒店 | Expedia 智遊天下網
www.expedia.com.hk/Hong-Kong-Hotels.d178263.Tr...
比較超過399間香港酒店與旅館, 為您提供最適合的網上訂房選擇。通過智遊天下網
Expedia Hong Kong 預訂香港酒店還可以享受特價與酒店優惠價格, 變更或取消 ...
西環 - 紅磡 - 觀塘 - 酒店式公寓

香港酒店訂房中心

Map for 香港酒店

Ads

千禧新世界香港酒店
www.newworldmillenniumhotel.com/
提前预订优惠 - 可尊享高达
最优惠房价8折优惠, 马上官网预订!
Tsim Sha Tsui 72 Mody Road
2313 4305

香港 快捷假日酒店
www.hiexpress.com/
智選假日酒店75折特惠進行中,
僅在官網立刻預訂品質與優惠保證

香港豪華酒店

广告排名 = (关键字 / 默认) 出价 * 关键字质量得分 (+ 是否有附加信息)



1. 确定出价策略



出价策略的确定在广告系列层级，可选择：

- 每次点击费用出价（CPC），或
- 每次转化费用出价（CPA），或
- 灵活出价策略

adwords账号 -> 广告系列 -> 设置

出价策略 ?

☒ 关注点击 - 使用每次点击费用的最高出价

☐ 我将手动设置点击出价

☐ 让 AdWords 为我设置出价，在目标预算范围内尽可能提高点击次数

☐ 启用智能点击付费功能 ?

使用我的转化跟踪数据和出价，针对当前的[转化出价指标](#)设置进行优化：带来转化的点击次数。

☐ 关注转化（转化优化工具） - 使用每次转化费用出价

☐ 选择一项灵活出价策略 ?

保存

取消

1. 确定出价策略



对于搜索广告，根据您对广告的期望结果，选择合适的出价策略：

出价策略	特点	前提条件	适用公司
每次点击费用出价（CPC）	获得点击次数， 增加网站流量	无	B2B 线下实体店 （用户询价类）
每次转化费用出价（CPA）	关注转化次数	<ul style="list-style-type: none">● 启用了转化跟踪● 过去30天内至少获得100次转化	电商 app推广
灵活出价策略	详见第三部分		

2. 初始出价



- 没有任何一个初试金额对所有人适合，取决于您对您收益的预期、广告类型、以及成本的控制。
- 若您不确定初始出价设置为多少，对搜索系列，可将每次点击费用的最高出价（CPC）设为8元；对展示系列，可将每次点击费用的最高出价设为2元。
- 对初始出价观察2周，积累足够数据，进行调整和优化

3. 评估及调整



根据关键字的表现，系统会自动对出价提出调整建议

关键字	广告系列	广告组	状态 [?] ↓	最高每次点击费用 [?]	广告系列类型 [?]	广告系列子类型	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 [?]
总计 - 所有帐户 [?]							20,552	1,314,267	1.56%	HK\$ 2.66	HK\$ 54,634.89	0.6
fashion nova	域名词再营销	域名词-所有访问者	<input type="checkbox"/> 低于首页出价 首页出价估算值: HK\$ 4.18	HK\$ 0.01 <input checked="" type="checkbox"/>	仅限搜索网络	所有功能	239	11,365	2.10%	HK\$ 1.60	HK\$ 383.34	2.6

根据系统建议，及关键字表现进行关键字出价调整：

关键字表现

关键字出价低于首页，且目前出价与首页出价估算值差距不大

目前关键字的首页出价均较高

平均排名较低

关键字质量得分 >5，且点击率 >1%

关键字质量得分 <4，且点击率 <1%

可考虑调整方向



提高出价到首页出价估算值



从关键字搜索报告，增加关键字



提高出价



提高出价



降低出价，或者暂停

3. 评估及调整



- 若您有安装转化追踪/Google Analytics，或者有足够的历史数据，您也可以参考出价模拟器的建议。

关键字	广告系列	广告组	状态 [?] ↓	最高每次点击费用 [?]	广告系列类型 [?]	广告系列子类型	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 [?]
总计 - 所有帐户 [?]							20,552	1,314,267	1.56%	HK\$ 2.66	HK\$ 54,634.89	0.6
fashion nova	域名词再营销	域名词-所有访问者	<input type="checkbox"/> 低于首页出价 首页出价估算值: HK\$ 4.18	HK\$ 0.01 <input checked="" type="checkbox"/>	仅限搜索网络	所有功能	239	11,365	2.10%	HK\$ 1.60	HK\$ 383.34	2.6

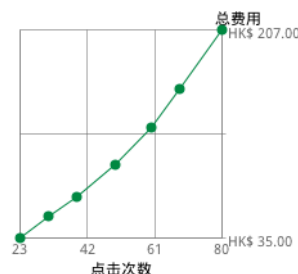
点击出现 出价模拟器

出价模拟器

利用此工具研究出价变更如何影响您的搜索网络流量。您可以在此处进行更改并将其直接应用到您的关键字。 [了解详情](#)

为fashion nova模拟和更改出价

最高每次点击费用	点击次数	总费用	展示次数	首页展示次数 [?]
<input type="radio"/> HK\$ 3.23	80	HK\$ 207.00	3,760	1,180
<input type="radio"/> HK\$ 3.19	68	HK\$ 158.00	3,680	1,140
<input type="radio"/> HK\$ 2.78	60	HK\$ 126.00	2,970	734
<input type="radio"/> HK\$ 2.28	50	HK\$ 96.00	2,100	390
<input type="radio"/> HK\$ 1.80	39	HK\$ 68.90	1,450	172
<input type="radio"/> HK\$ 1.72	31	HK\$ 52.60	1,230	139
<input type="radio"/> HK\$ 1.68	23	HK\$ 35.00	1,110	109
● 使用不同的出价: HK\$ 0.01				



根据自 2015年3月8日至 2015年3月14日的效果信息得出的模拟结果。这些估算值并不能保证将来会产生类似的结果。 [了解详情](#)

4. 设置出价调整



什么是出价调整？

- 在广告系列中针对地理位置、广告投放时间、及设备等方面使您的出价按一定百分比变化

为什么要出价调整？

- 来自不同设备（地理位置、时间）的点击可能带来的价值不同
- 出价调整可使您更有效控制在什么时间、什么位置展示您的广告

广告系列 -> 设置



广告系列类型	针对设备	针对地理位置	针对广告投放时间
搜索网络：标准	支持	不支持	不支持
搜索网络：所有功能	支持	支持	支持

4. 设置出价调整 - 设备出价调整



为什么针对设备做出价调整？

全民移动

在2014年，全球接近**65%**的人口会使用移动设备 - 这意味着**46.5亿**人次，比2013年增长了5.5%。全球的智能手机用户会以相当高的速度增长直到2017年。

(Source: Citi, July 2014)

智能手机新世纪

接近一半的手机用户，也就是**22.5亿**人会使用手机上网。今年一年使用手机上网的人就增加了16.6%。这种增长趋势仍会继续。

(Source: eMarketer, June 2014)

亚洲手机增长领先全球

亚洲是全球各个大洲中使用手机人数最多的大洲。2014年亚洲有**10亿**人用手机上网。这个数字到2018年会达到**15.9亿**。

(Source: Deutsche Bank, July 2014)

手机平台将是未来广告竞争的主战场

4. 设置出价调整 - 设备出价调整



如何对设备做出价调整？

Google AdWords 首页 广告系列 优化 工具

所有在线广告系列 > 广告系列: 广告系列 #14 自定义: 2014-4-22 - 2014-5-21

已启用 类型: 购物 - 产品详情广告 预算: US\$ 5.00/天 修改 定位: 英国 修改

广告组 商品 设置 广告 关键字 维度

所有设置 地理位置 广告投放时间 设备

过滤条件 列 下载

<input type="checkbox"/>	设备	出价调整 ?	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 ?	已转化的点击次数 ?	每次转化点击的费用 ?	点击转化率 ?	浏览型转化 ?
<input type="checkbox"/>	计算机		0	0	0.00%	US\$ 0.00	US\$ 0.00	0.0	0	US\$ 0.00	0.00%	0
<input type="checkbox"/>	配备完善的网络浏览功能的移动设备	--	0	0	0.00%	US\$ 0.00	US\$ 0.00	0.0	0	US\$ 0.00	0.00%	0
<input type="checkbox"/>	配备完善的网络浏览功能的平板电脑		0	0	0.00%	US\$ 0.00	US\$ 0.00	0.0	0	US\$ 0.00	0.00%	0
总计			0	0	0.00%	US\$ 0.00	US\$ 0.00	0.0	0	US\$ 0.00	0.00%	0

显示行数: 10 第 1 - 3 行, 共 3 行

报告并非实时的。其中可能不包括报告前 3 个小时内发生的点击次数和展示次数。对于部分指标, 可能会有 18 小时以上的延迟。所有日期和时间的时区: (GMT-08:00) 太平洋时间。了解详情

© 2014 Google | AdWords 首页 | 广告编辑指南 | 隐私权政策

共享库
批量操作
报告和上传
标签
所有视频广告系列

4. 设置出价调整 – 投放时间出价调整



为什么针对投放时间做出价调整？

根据您的业务需求，让您的广告在特定时段有更有竞争力，同时，保证您的预算可以得到最合理的时间分配，例如：

- 对公业务，可对目标国家工作时间（周一至周五当地时区早上8点至晚上8点）提高出价
- 个人旅游业务，可对目标国家非工作时间（周末及平日晚上7点之后）提高出价

最佳做法：

分析、总结历史数据，发现广告表现最佳时段，进行出价调整。

4. 设置出价调整 – 投放时间出价调整



如何对投放时间做出价调整？

广告组 设置 广告 关键字 受众群体 广告附加信息 维度 展示广告网络

所有设置 地理位置 广告投放时间 设备

广告投放时间概览

上午12时 上午3时 上午6时 上午9时 下午12时 下午3时 下午6时 下午9时 上午12时

周一 周二 周三 周四 周五 周六 周日

过滤条件 细分 列 查看更改历史记录

+ 广告投放时间 设置出价调整 移除 时间表详情

<input type="checkbox"/>	日期与时间	出价调整 ?	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 ?	每次转化费用 ?	转化率 ?	浏览型转化 ?
<input type="checkbox"/>	星期一: 06:00 上午 - 午夜 302496	--	225	2,573	8.74%	¥ 4.80	¥ 1,080.48	1.1	43	¥ 25.13	19.11%	0
<input type="checkbox"/>	星期二: 06:00 上午 - 午夜 312496	--	222	2,591	8.57%	¥ 4.60	¥ 1,021.39	1.1	52	¥ 19.64	23.42%	0
<input type="checkbox"/>	星期四: 06:00 上午 - 午夜 332496	--	183	2,263	8.09%	¥ 5.78	¥ 1,057.80	1.1	33	¥ 32.05	18.03%	0
<input type="checkbox"/>	星期三: 06:00 上午 - 午夜 322496	--	177	2,334	7.58%	¥ 5.40	¥ 956.66	1.1	46	¥ 20.80	25.99%	0
<input type="checkbox"/>	星期五: 06:00 上午 - 午夜 342496	--	174	2,088	8.33%	¥ 5.13	¥ 893.44	1.1	48	¥ 18.61	27.59%	0

4. 设置出价调整 – 地理位置出价调整



为什么针对地理位置做出价调整？

有时，我们的广告系列定位会包含若干国家：

- 每个国家的广告表现会有差别，为精简管理，在同一系列内对表现好的国家进行提价，表现较弱的国家适当降低出价
- 某一国家内不同地区的表现也会有差别

4. 设置出价调整 – 地理位置出价调整



如何对地理位置做出价调整？

广告组

设置

广告

关键字

受众群体

广告附加信息

维度

展示广告网络

所有设置

地理位置

广告投放时间

设备

过滤条件

细分

列

查看更改历史记录

+ 地理位置

设置出价调整

移除

查看地理位置报告

<input type="checkbox"/>	地理位置	出价调整 ?	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 ?	每次转化费用 ?	转化率 ?	浏览型转化 ?
<input type="checkbox"/>	美国 2840	--	565	7,351	7.69%	¥ 6.59	¥ 3,722.06	1.1	171	¥ 21.77	30.27%	0
<input type="checkbox"/>	香港 2344	--	248	1,288	19.25%	¥ 1.67	¥ 414.92	1.0	69	¥ 6.01	27.82%	0
<input type="checkbox"/>	(大不列颠) 联合王国 2826	--	75	1,669	4.49%	¥ 9.39	¥ 704.06	1.1	18	¥ 39.11	24.00%	0
<input type="checkbox"/>	法国 2250	--	74	572	12.94%	¥ 4.42	¥ 327.45	1.0	12	¥ 27.29	16.22%	0
<input type="checkbox"/>	德国 2276	--	72	733	9.82%	¥ 4.85	¥ 349.22	1.0	17	¥ 20.54	23.61%	0
<input type="checkbox"/>	日本 2392	--	70	1,091	6.42%	¥ 9.45	¥ 661.41	1.0	11	¥ 60.13	15.71%	0
<input type="checkbox"/>	新加坡 2702	--	58	550	10.55%	¥ 1.41	¥ 81.75	1.1	10	¥ 8.18	17.24%	0
<input type="checkbox"/>	澳大利亚 2036	--	48	876	5.48%	¥ 4.63	¥ 222.29	1.1	8	¥ 27.79	16.67%	0
<input type="checkbox"/>	台湾 2158	--	33	260	12.69%	¥ 2.40	¥ 79.32	1.0	6	¥ 13.22	18.18%	0
<input type="checkbox"/>	印度 2356	--	28	1,374	2.04%	¥ 5.99	¥ 167.83	1.0	2	¥ 83.92	7.14%	0
<input type="checkbox"/>	加拿大 2124	--	25	814	3.07%	¥ 6.04	¥ 150.96	1.1	3	¥ 50.32	12.00%	0
<input type="checkbox"/>	瑞典 2752	--	14	133	10.53%	¥ 7.46	¥ 104.46	1.0	0	¥ 0.00	0.00%	0

灵活出价方式



是什么？

灵活出价策略会根据具体广告系列、广告组和关键字的**效果目标**进行优化，自动设置出价

适用条件

- 明确知道广告目标
- 广告系列已经处启动状态较长时间，使系统有足够历史数据进行计算
- 用户时间精力有限，无法经常登陆去调整账户设置和出价

灵活出价策略类型



灵活出价策略类型	是什么	何时适用	转化跟踪?	广告系列	广告组	关键字
目标每次转化费用	通过设置 目标每次转化费用 ，自动设置出价以帮助 您获得尽可能多的转化次数	主要目标：控制每次转化费；同时，获得最多转化	需要	✓	✓	
智能点击付费	根据每次点击 产生转化的可能性 ，自动上下调整您的人工出价	主要目标：转化次数	需要	✓	✓	
目标搜索位置	自动调整出价以帮助您在搜索结果 第一或首页 展示广告	直接目标：最佳位置	不需要	✓	✓	✓
排名胜出率目标	自动设置出价，让您的广告在搜索结果中的排名 高于另一个网域 的广告排名	直接目标：相较竞争对手更佳位置	不需要	✓	✓	✓
尽可能争取更多点击次数	在您选择的目标指出金额范围内，自动设置出价以帮助 您争取 更多的点击	主要目标：点击次数	不需要	✓	✓	✓

如何设置灵活出价策略类型



Google AdWords Ops Control Center 首页 广告系列 优化 工具

搜索 <<

所有广告系列

1 共享库

2 受众群体

3 出价策略

点击上方开始操作

品牌提升

- ▶ 预算
- ▶ 商户数据
- ▶ 广告系列否定关键字
- ▶ 广告系列展示位置排除对象
- “网址”选项

批量操作

品牌广告系列群组 测试版

报告

标签

共享库 > 出价策略

使用下面的表格管理并跟踪您的出价策略的效果。要应用某项策略，请点击“广告系列”、“广告组”或“关键字”标签上的“出价策略”按钮。

所有未删除的内容 细分 过滤 列 下载

+ 出价策略 删除

智能点击付费

目标搜索页位置

目标每次转化费用

排名胜出率目标

尽可能争取更多点击次数

广告支出回报率目标

	出价策略类型	出价策略状态 ?	广告系列	广告组	关键字	点击次数
点击“新策略”按钮，开始创建出价策略。						
未删除的策略			0	0	0	0
策略			0	0	0	0

选择合适的灵活出价策略

Debug

报告并非实时的，其中可能不包括报告前 3 个小时内发生的点击次数和展示次数。
对于部分指标，可能会有 18 小时以上的延迟。所有日期和时间的时区：(GMT+08:00) 中国时间 - 北京。了解详情
部分广告资源可能经由第三方中介机构提供。

© 2015 Google | 广告编辑指南 | 隐私权政策
Debug | Report a Bug (Internal)



您随时随地的AdWords小帮手

在您最熟悉的社交媒体中，与Google官方广告专家分享交流，了解AdWords最新活动以及产品信息分享。

Google AdWords微信账号：

谷歌广告

不可错过：

1. Google广告小组为您进行1对1的咨询服务
2. 及时了解来自Google产品经理的产品更新和新功能发布
3. 免费一站式谷歌官方培训课程/课件视频下载中心

Google AdWords官方社群：

<https://www.zh.adwords-community.com/>

不可错过：

1. 您可以提任何与AdWords有关问题，并且获得专业回答
2. 您可以学习来自行业专家的操作撇步
3. 您可以参加社群内的精彩线上线下活动，获得来自我们的礼品

其他官方资源：

- Facebook: Google AdWords, 官方发布中文专页
- YouTube: AdWords Greater China, 在线课程和视频中心
- Google+: AdWords Greater China, 网络培训和产品更新中心

[zh.adwords-community.com](https://www.zh.adwords-community.com/)

微博 @Google广告课

微信 @谷歌广告

随时提供产品帮助: **AdWords帮助中心**

-AdWords站内助手: <https://adwords.google.com/>

在AdWords账户中，您有任何问题都可以随时提问或者搜索答案。



-AdWords帮助中心: <https://support.google.com/adwords/>

AdWords一站式解決方案，您可以快速在其中找到您的答案、学习中心以及产品功能介紹

推荐功能:

1. [AdWords新手指南](#)
2. [积累专业知识](#)
3. [学习影片中心](#)