### 谷歌广告投放入门和避坑指南 by 拿了橘子跑啊

原创 我是哥飞 哥飞 2024-03-30 00:09:55 广东

大家好,我是哥飞。

这篇文章作者是哥飞社群里的朋友@拿了橘子跑啊,由哥飞代为发布。

本文开启付费阅读,单价10元,也就是100个微信豆,最终收入将全部转给@拿了橘子跑啊。

为了帮助您开始使用Google Ads,我们将在您消费 3000 元人民币时免费赠送 3000 元的广告赠金 <u>了解更多</u>

# 品牌脱颖而出



# 通过 Google Ads 高效实现。

不管您最看重哪个营销目标,都可通过 Google Ads 投放广告,让潜在客户更容易找到您

立即开始

获取专业支持

## 借助 Google Ads,您可通过多种方式展示自己的品牌和产品

本文分两大部分,第一部分是谷歌广告投放入门,第二部分是谷歌广告避坑指南-价值1000美金的10条守则。 其中第一部分,免费可见,欢迎大家学习。

### 一、谷歌广告投放入门

这部分主要教会大家如何开始第一次谷歌广告投放,如果你已经有相关经验,可以跳到第二部分阅读。

如果你是刚开始接触谷歌广告,不知道怎么进行广告投放,这部分将会以搜索广告为例,带你完整地走一遍创建谷歌广告的流程,并且提醒你在流程中可能会存在的风险点。

谷歌广告投放是一项系统性的工作,事前调研和优化改进才是这项工作的重点。但是,千里之行,始于足下,让我们先迈出这第一步,先熟悉流程然后进阶。

### 1.准备工作

在进行广告投放之前,确保你已经做好了以下准备。

- 1. 注册Gmail账号;
- 2. 注册Google Ads账号;
- 3. 设置Google Ads的付款信息,充值;
- 4. 安装转化跟踪代码,设置转化操作。

### 2. 创建流程

2.1. 创建广告系列



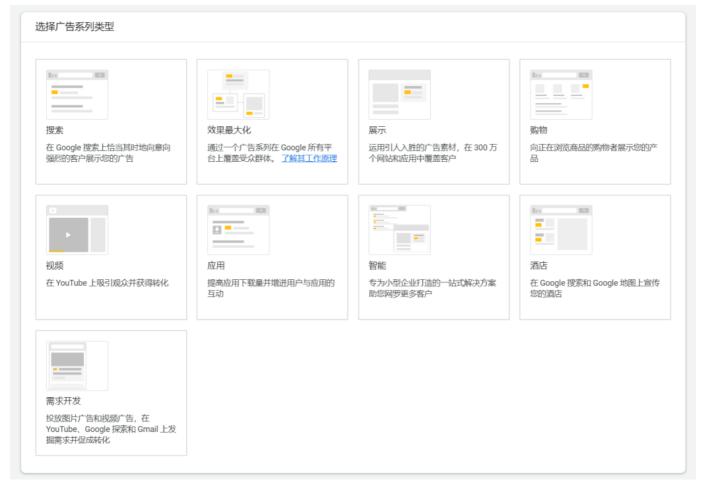
### 2.2. 设置广告系列目标

这里选择"在没有目标导向的情况下制作广告系列"。谷歌广告系统的建议不需要完全采纳。



### 2.3. 选择广告类型

我们要投放的是搜索广告。



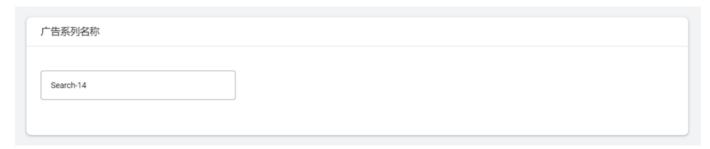
### 2.4. 选择转化目标

转化操作应该在投放广告之前设置好。

使用以下转化目标来优化广告系列效果			
标记为"账号默认"的转化目标会使用您所有广告系	系列的数据来完善出价策略和抵	是升广告系列效果	
转化目標	转化来源	转化操作	

### 2.5. 命名你的广告系列

这里建议记录下广告系列名称和广告系列中的关键设置。



### 2.6. 设置出价策略

刚开始投放可以选择"尽可能争取更多点击次数"或者"每次点击费用人工出价",并且设置每次点击费用的最高出价上限。



### 2.7.广告系列设置

这里只投放搜索网络。取消全部默认选项。



### 2.8. 设置你要投放的地理位置

在"地理位置选项"中,选择"所在地"而不是"所在地感兴趣"。



### 2.9. 设置你要投放的关键词和匹配方式

关键词的匹配方式分为广泛匹配、词组匹配、完全匹配。刚开始投放建议选择"词组匹配"。



### 2.10. 设置你的落地页网址

落地页内容要与投放的关键词匹配。

# 最终到达网址 ② 最终到达网址 此字段将用于提供标题和广告内容描述方面的建议

### 2.11. 设置广告标题

广告标题一般是你要提供的产品、服务、独特的卖点。



### 2.12. 设置广告内容描述

广告内容描述一般为你相较于竞争对手的优势、独特卖点的详细阐述。



### 2.13. 设置每日广告预算

就是你每天最多想花多少广告费出去,设置后就可以防止跑飞。

<b>页算</b> 择您希望平均每天花费的金额。	
设置此广告系列的平均每日预算 ¥	您每月的实际支出不会超过每日预算与一个月平均 天教的乘积。有些天的实际支出可能低于每日预 算,而有些天的实际支出最多可能会达到每日预算 的两倍。 了解详值

### 2.14. 发布广告系列

以上都设置好了,就可以发布了。

### 您的广告系列可以发布了

发布广告系列

通过审核后, 你的广告就会正式开始投放啦。

### 3. 结语

投放广告之后,不要忘记持续优化你的广告。

正确地设置广告账户可以让你精准地控制你的账户,知道你的广告费花在哪里,帮你正确地获取市场反馈。

至于投放结果则取决于市场竞争和你对市场的理解,根据投放结果矫正你对市场的认知,这是提高投产比的必经之路。

#养网站防老