



Бизнес Молодость



## Аккаунт в Google AdWords

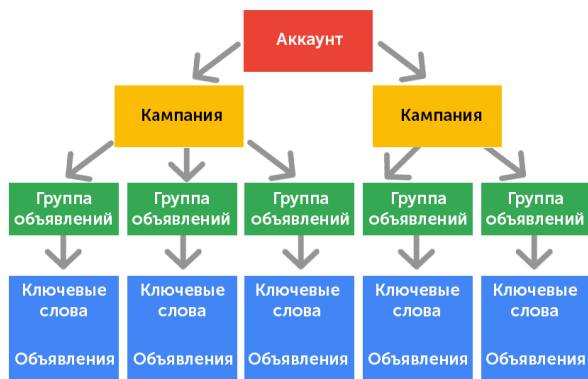


Чтобы создать рекламу в Google AdWords, необходимо иметь **рекламный аккаунт**. Давайте разберемся, какие типы аккаунтов вообще есть в Google AdWords.

Существует два типа аккаунтов: обычный аккаунт AdWords и управляющий, или центр клиентов MCC (My Client Center). Если вам нужно сделать рекламу только для одного проекта или сайта и вы не планируете работать с клиентами, то вам достаточно обычного клиентского аккаунта Google AdWords. MCC (или Центр управления клиентами) – это управляющий аккаунт, предназначенный для агентств и рекламодателей, которые работают с несколькими клиентами.

Он позволяет создавать и присоединять клиентские аккаунты и аккаунты менеджеров; имеет свою иерархию с зонтичной структурой, которая регулирует права доступа. Если вы планируете работать более чем с одним клиентом или у вас несколько сайтов и проектов, то ваш выбор – это Центр управления клиентами (MCC). В нашей программе мы не будем подробно говорить про MCC, так как я предполагаю, что агентства смогут и без моей помощи разобраться во всех особенностях этого типа аккаунта.

Прежде, чем мы посмотрим и перейдем к регистрации своего первого аккаунта в Google AdWords, давайте разберемся в его иерархии. Из чего же состоит рекламный аккаунт в Google AdWords? Он состоит из одной или нескольких рекламных кампаний (небольшого или большого количества). В кампанию, в свою очередь, входят одна или более групп объявлений.



Как несложно догадаться, если поисковый запрос пользователя соответствует одному из ключевых слов вашей кампании, то объявление будет показано только в том случае, когда ключевое слово и само объявление находятся в одной группе объявлений. Это про поисковые кампании. В кампаниях КМС также есть группы объявлений, но ключевых слов в них может быть не задано. В КМС в качестве таргетинга могут быть использованы аудитории или конкретные сайты. Про таргетинги мы расскажем позже, сейчас просто не удивляйтесь, если вы не найдете заданных ключевых слов в наших примерах.

Теперь давайте немного поговорим о настройках, которые задаются на разных уровнях аккаунтов. Самый верхний из них – это уровень аккаунта.

Здесь задается платежная информация, регулируется доступ к аккаунту, настраиваются оповещения, указывается часовой пояс, согласно которому будут показываться объявления, настраивается связь с другими системами, такими, как Google Analytics.





Обратите внимание, что настройка платежной информации задается один раз при создании аккаунта и далее не может быть изменена, поэтому сразу обдумайте, как вы в дальнейшем будете оплачивать рекламу. Настройки, которые вы выполняете на уровне аккаунта, автоматически применяются для всех кампаний, что включены в сам аккаунт. Например, если вы предоставите кому-то доступ к своему аккаунту, то этот человек получит доступ ко всем рекламным кампаниям и всем группам объявлений, которые относятся к вашему аккаунту.

Теперь давайте поговорим о том, какие настройки выполняются на уровне кампаний. Напомню, что рекламные кампании включают в себя группы объявлений, ключевые слова и сами объявления. При создании новой кампании Google AdWords попросит вас выбрать ее тип: поисковая кампания, или кампания в контекстно-медийной сети, или кампания по продвижению видео, или торговая кампания.

The screenshot shows the Google AdWords interface for selecting a campaign type. At the top, there are two buttons: a red button with a plus sign and the text '+ КАМПАНИЯ' and a white button with the text 'Изменить'. Below these buttons is a list of campaign types, each with an icon and a brief description:

- Поисковая сеть и оптимизированная контекстно-медийная сеть**  
Лучший вариант для максимального охвата
- Только поисковая сеть**  
Google Поиск и поисковые партнеры
- Только контекстно-медийная сеть**  
Сеть партнерских сайтов Google
- Google Покупки**  
Лучший способ показывать товарные объявления
- Видео**  
Видеореклама на YouTube и других сайтах
- Универсальная кампания для приложений**  
Рекламируйте свое приложение в поисковой и контекстно-медийной сетях, а также на YouTube



Далее вам будет предложено указать геотаргетинг этой кампании, то есть регионы, города и отдельные области, в которых будут показываться ваши объявления. Также вы задаете бюджеты, выбираете стратегию назначения ставок, методы показа объявлений и их расписание.

Когда вы вносите изменения в настройки на уровне кампании, они автоматически применяются для всех групп объявлений, которые включены в соответствующую кампанию. Например, если настраиваете геотаргетинг в кампании на Москву и Московскую область, то, соответственно, все группы объявлений, которые включены в эту кампанию, будут таргетироваться на Москву и Московскую область. Если же вы хотите, например, чтобы одна из ваших групп объявлений показывалась не на Москву и Московскую область, а, например, только на Санкт-Петербург, то в этом случае вам понадобится новая кампания. В дальнейшем эти настройки можно изменить во вкладке «Настройка» уровня кампаний:

## Все кампании

The screenshot shows the Google Ads interface for managing campaigns. At the top, there are several tabs: 'Кампании', 'Группы объявлений', 'Настройки', 'Объявления', 'Видео', and 'Ключевые слова'. The 'Настройки' tab is selected, and a red arrow points to it. Below these tabs, there are sub-tabs: 'Все настройки', 'Местоположения', 'Расписание показа объявлений', and 'Устройства'. At the bottom, there are filters: 'Все включенные кампании', 'Фильтр', 'Столбцы', and a link 'Просмотр истории изменений'. There are also two buttons: '+ КАМПАНИЯ' and 'Изменить'.

Что касается настроек на уровне групп объявлений, то их не так уж много. Большинство из них задается именно на уровне кампании и применяется на уровне групп объявлений, кото-



рые входят в эту кампанию. Так, на уровне групп объявлений задаются, например, ставки, расширения объявлений, а также минус-слова.

Вы могли обратить внимание, что существуют настройки, которые можно использовать на разных уровнях, например, ставки, расширения объявлений и минус-слова. Важно сказать, что если одновременно настроить их на нескольких уровнях, то будет действовать следующее правило: чем глубже уровень, тем выше приоритет для этой настройки. Например, если указать ставку в 10 рублей на уровне групп объявлений, а на уровне ключевого слова в этой группе поставить ставку 50 рублей, то для этого ключевого слова будет применена ставка 50 рублей, а ставка на уровне групп объявлений будет проигнорирована. То же самое и с расширениями объявлений: приоритет будет на уровне группы объявлений. Если на этом уровне нет соответствующей настройки, то применяются настройки рекламной кампании.

Что же касается минус-слов, то тут работает немного другая механика. Минус-слова объединяются со всех уровней для конкретного ключевого слова. То есть если мы на уровне рекламной кампании задали один список минус-слов, а на уровне группы другой, то будут работать оба списка минус-слов. [K1]

Уже совсем скоро мы с вами будем подробно говорить о создании поисковых кампаний, кампаний в контекстно-медийной сети, видеокмпаний, торговых кампаний, кампаний по продвижению мобильных приложений, и в каждом соответствующем разделе курса мы обсудим, как лучше структурировать свой аккаунт, как разделять кампании на логические группы с целью наиболее эффективного управления и анализа.



Итак, вы получили представление о том, что существует два типа аккаунтов – обычный и Центр управления клиентами, что структура аккаунтов состоит из компаний, компании делятся на группы объявлений, а группы состоят из ключевых слов и объявлений. На каждом уровне аккаунта задаются свои настройки. Уровень аккаунта – это базовые настройки. Уровень компании – уже более специфические настройки, такие, как геотаргетинг, бюджеты, стратегии назначения ставок. Уровень групп объявлений – это минус-слова, расширения объявлений, ставки. Важно не забывать, что чем глубже уровень, тем выше приоритет для этой настройки: настройка на уровне группы объявлений превалярует над настройкой на уровне компаний.

А сейчас мы с вами переходим к регистрации своего первого аккаунта в Google AdWords. Для этого мы подготовили отдельный скринкаст для вас.



**Практическая обучающая  
онлайн-система  
по работе с Google Adwords**

[molodost.bz/google/](http://molodost.bz/google/)

