



Бизнес Молодость



## Google AdWords Editor



# Google AdWords Editor

В этой инструкции мы поговорим о некоторых практических уловках, благодаря которым работать с Google AdWords станет намного проще, быстрее и понятнее.

Речь пойдет о редакторе Google AdWords Editor – инструменте, позволяющем локально управлять рекламой в Google AdWords и вносить туда многочисленные изменения в режиме офлайн. Для того чтобы сэкономить время на редактировании рекламных кампаний и обратить внимание на оптимизацию. Эта инструкция поможет вам, если вы будете часто работать с изменениями кампаний, а для разовой загрузки ключевых слов и объявлений вполне хватит знаний из скринкаста.

Известно, что работу с практически любой системой значительно упрощают «горячие» клавиши набора. Google AdWords Editor не исключение. Ниже приведен список для быстрого набора команд.

## 1. «Горячие» клавиши Google AdWords Editor

<b>Загрузка, публикация и проверка изменений</b>	
Ctrl+ O	Открыть аккаунт
Ctrl+ N	Новый аккаунт
Ctrl+ T	Загрузить последние изменения > Больше данных (быстрее)
Ctrl+Shift + T	Загрузить последние изменения > Больше данных (медленнее)



Ctrl+ K	Проверить изменения
Ctrl+ P	Опубликовать изменения
Ctrl+ I	Импорт
Ctrl+ Shift + I	Импортировать из текста

<b>Поиск и редактирование</b>	
Ctrl+ F	Поиск
Ctrl+ L	Очистить фильтры
Ctrl+ A	Выбрать все элементы в окне просмотра данных (быстрее)
Ctrl+ Shift + B	Внести несколько изменений
Ctrl+ Z	Отменить
Ctrl+ Shift + Z	Повторить
Ctrl+ Shift + R	Отменить выбранные изменения (активировать или отключить эту комбинацию можно в настройках редактора AdWords «Инструменты > Настройки»)
Ctrl+ [	Принять предложения
Ctrl+ ]	Отклонить предложения
Ctrl+ Shift + P	Приостановить выбранные элементы
Ctrl+ Shift + A	Активировать выбранные элементы
Ctrl+ C	Копировать выбранные элементы
Ctrl+ Shift + C	Копировать текст ключевого слова или URL-места размещения/ Копировать оболочку
Ctrl + Shift + D	Найти повторяющиеся ключевые слова
Ctrl+ X	Вырезать выбранные элементы
Ctrl+ V	Вставить элементы
Ctrl+ H	Заменить текст выбранных элементов
Ctrl+ Shift + H	Добавить текст в выбранные элементы



Ctrl+ Alt + H	Изменить регистр текста
Ctrl+ U	Изменить URL
Ctrl+ B	Изменить вставки
Ctrl+ L	Обновить фильтры
Ctrl+ R	Очистить фильтры

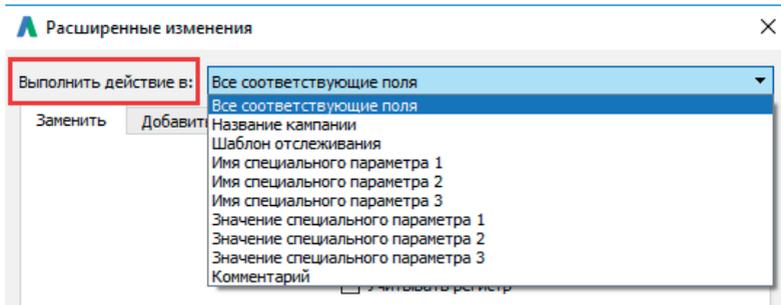
<b>Навигация</b>	
Tab	Перейти на одну ячейку вправо в окне просмотра данных
Shift + Tab	Перейти на одну ячейку влево в окне просмотра данных
Alt + или Alt +	Перейти из одного режима просмотра в другой (окно данных/дерево аккаунта)
Ctrl + 1	Перейти к дереву кампании
Ctrl + 2	Перейти к списку типов
Ctrl + 3	Перейти к общей библиотеке
Ctrl + 4	Перейти к окну просмотра данных
Ctrl + 5	Перейти к панели редактирования
F2	Открыть для редактирования первую ячейку
Ctrl +W	Закреть окно

## 2. Автозамена

- Работать с автозаменой довольно легко. Эта функция является неотъемлемой и базовой. При работе с ней у нас есть возможность найти и заменить всю фразу или ее часть на необходимый нам смысл в нескольких группах объявлений,



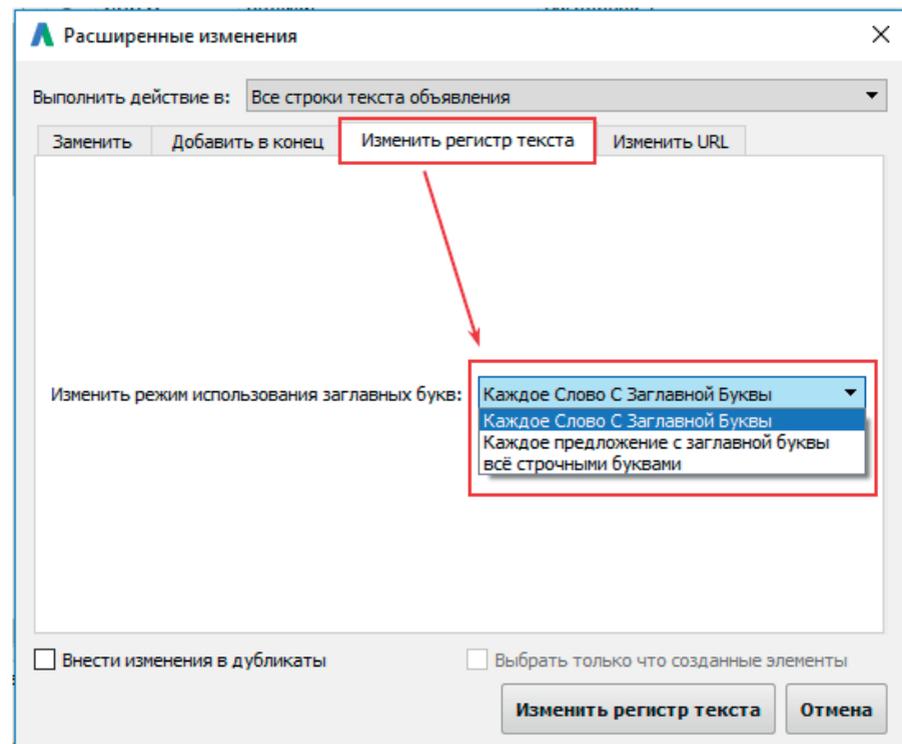
даже в сотне групп. Действие легче выполнить с помощью «горячих клавиш» «Ctrl + H», а далее в окне «Выполнить действие» выбрать поле для замены.



В зависимости от уровня кампании (ключевых слов, групп объявлений) можно выбрать конкретное поле, где будет произведена автозамена.

В случае, когда необходимо заменить конкретное слово и избежать замены в контексте фразы, стоит активировать пункт «Искать только целые слова» и обезопасить себя от нежелательных замен.

- Еще один момент – работа с регистром. Нередко можно заметить, как различный регистр объявления дает различный результат как в продажах, так и в CTR. Попробуйте несколько вариантов и найдите тот, что эффективнее всего привлекает вашу аудиторию. При помощи вкладки «Изменить регистр текста» мы можем сделать так, чтобы все слова в объявлении начинались с заглавных или строчных букв или чтобы с заглавных букв начинались только первые слова предложений. Помимо всего прочего, мы можем добавлять текст как до, так и после любой части выбранного элемента.



- Дополнительная функция «Внести изменения в дубликаты» может быть использована в случае, если у вас присутствуют ключевые слова с топонимом «В Ярославле» и есть необходимость внести такие же ключи для Ростова.



**Расширенные изменения** ✕

Выполнить действие в: Все соответствующие поля

Заменить Добавить в конец Изменить регистр текста Изменить URL

Найти текст:

Учитывать регистр

Искать только целые слова

Заменить на:

Сохранить употребление заглавных букв

Внести изменения в дубликаты  Выбрать только что созданные элементы

Заменить Отмена

### 3. Изменение ставок

При необходимости определить ставки для новых ключевых слов, по которым еще нет статистики, можно выгрузить ключи в аккаунт Google AdWords, а затем получить последние изменения в Google Editor и поднять ставки до оценочных для верха страниц или для первой страницы.

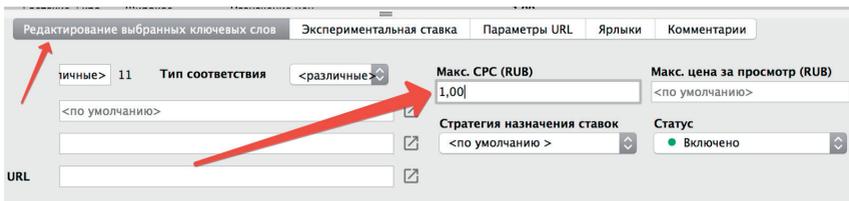
Редактор позволяет массово:

- поднять ставки до оценочных для первой страницы или для верхних позиций;



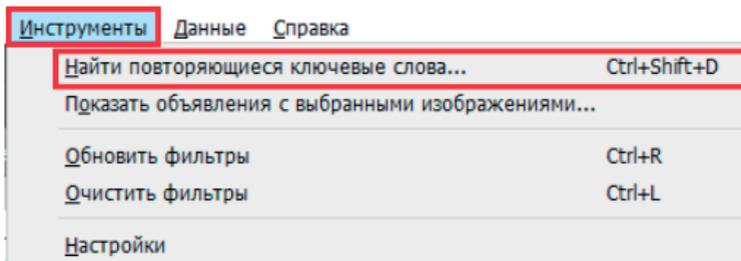
- изменить ставки на определенную сумму или процент от текущего значения;
- удалить ставки на уровне ключевых слов и установить на уровне групп объявлений.

Для этого выделяем нужные ключевые слова или выбираем сразу все и следуем скриншоту:



## 4. Удаление пересечения ключевых слов

Бывает, что одинаковые ключевые слова после плохого разбора семантики попадают сразу в две кампании. Чтобы этого избежать, необходимо проверить наличие дубликатов ключевых слов. Для этого открываем вкладки «Инструменты» – «Найти повторяющиеся ключевые слова».





Бывает, что одинаковые ключевые слова после плохого разбоВ открывшемся окне задаем настройки для поиска пересечений. Отмечаем нужные кампании, устанавливаем требования к порядку слов, типам соответствия, местоположения ключей и нажимаем кнопку «Поиск повторяющихся ключевых слов».

Инструменты Данные Справка  
AdWords Editor Аккаунты Получить последние изменения Проверить изменения Опубликовать

Найти повторы

Укажите критерии повторяющихся ключевых слов. Удаленные ключевые слова не считаются повторяющимися

Место поиска повторов.

- Ascaltini (13/13)
- Брендовые запросы (3/3)
- Бренды на букву A/B (5/5)
- Бренды на букву C (16/16)
- Бренды на букву D/E (10/10)
- Бренды на букву F (5/5)
- Бренды на букву G (8/8)
- Бренды на букву I (5/5)
- Бренды на букву L/M (5/5)
- Бренды на букву N (2/2)
- Бренды на букву P (4/4)
- Бренды на букву R/S (10/10)
- Бренды на букву V/L (6/6)
- Бренды на букву W (3/3)

Порядок слов

- Строгий порядок слов
- Любой порядок слов (купить обувь = обувь купить)

Типы соответствия

- Повторяющиеся ключевые слова должны иметь то же значение
- Повторяющиеся ключевые слова могут иметь разное значение

Местоположение повторяющихся ключевых слов

- В одной группе объявлений
- В рамках одной кампании
- В выбранных кампаниях

Необязательно: не показывать повторяющиеся ключевые слова

- В удаленных и завершенных кампаниях и группах объявлений
- В приостановленных кампаниях и группах объявлений

Поиск

Развернуть все Свернуть все

Выбрано: 155

Поиск повторяющихся ключевых слов Отмена

В результате отобразится список дубликатов и вы сможете приостановить или удалить лишние ключевые слова.

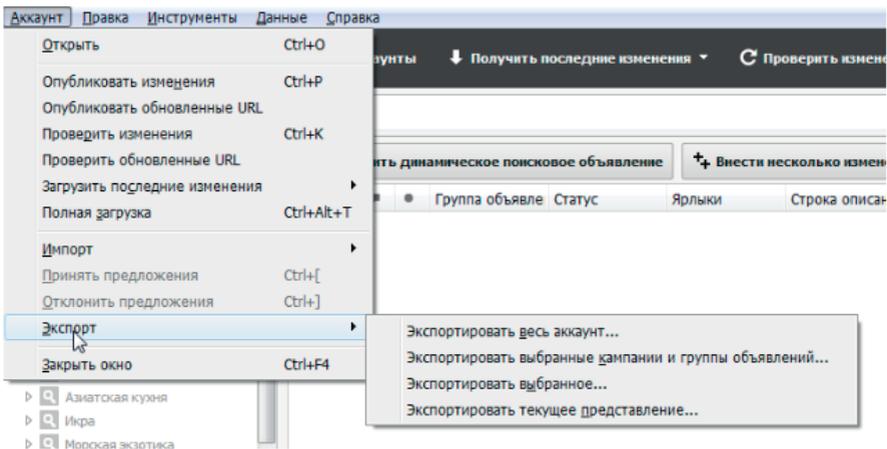
**Важно!** Если вы используете разные типы соответствия (широкое и точное), то сначала лучше выбрать «Строгий порядок слов».



## 5. Экспорт/импорт рекламы

- Вы можете сохранить весь свой аккаунт или отдельные его части на компьютере. Например, эта функция дает возможность редактировать рекламу в файле CSV. В нем можно очень быстро создать много групп объявлений (при помощи скриптов).

Также вы можете экспортировать всю рекламу, например в виде HTML-файла. Таким же образом можно импортировать готовые кампании в ваш аккаунт. Все эти функции собраны в разделе меню «Файл».



- Совместная работа над рекламой

Для совместной работы нескольких специалистов обычно нужно согласование действий, чтобы креатив одного не привел к проблемам другого. Решением является работа каждого участника проекта в AdWords Editor через функцию «Экспортировать изменения для совместного использования (AES)». То есть один специалист вносит свои изменения в рекламу,



потом экспортирует свою работу другому специалисту. Тот видит изменения, внесенные предыдущим, и цепочка продолжается. Эта функция является частью описанной выше и находится в том же разделе.

## 6. Добавление комментариев

Помимо добавления, есть возможность выделять только те объекты, у которых имеются комментарии.

**Важно!** Комментарии отображаются только в редакторе.

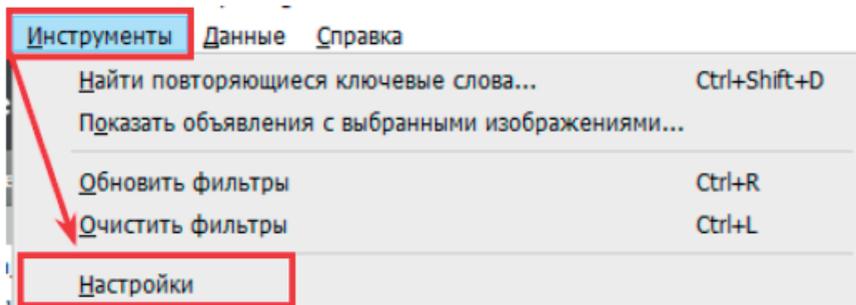
	Название груп...	Статус	Ярлыки	Тип стратеги...	Стратегия наз...	Макс. цен
	Anfosso	Допущено		Назначение це...		
	Antichi Colli	Допущено		Назначение це...		
	Apex	Допущено		Назначение це...		
	Arbi	Допущено		Назначение це...		
	Aroy-D	Допущено		Назначение це...		
	Aroy-D Том Ян	Допущено		Назначение це...		
	Aroy-D Паста К...	Допущено		Назначение це...		
	Aroy-D кокос сл...	Допущено		Назначение це...		
	Beaufor	Допущено		Назначение це...		
	Big Green Egg Mini	Допущено		Назначение це...		
	Billington's	Допущено		Назначение це...		
	Bonfesto Муар...	Допущено		Назначение це...		
	Carambar	Допущено		Назначение це...		
	Coeur Sauvage	Допущено		Назначение це...		
	Croustella	Допущено		Назначение це...		
	Dalla Costa	Допущено		Назначение це...		
	dell-natur	Допущено		Назначение це...		
	Delverde	Допущено		Назначение це...		
	Dessert Prebiotic	Допущено		Назначение це...		
	Dukat	Допущено		Назначение це...		
	Anchor	Допущено		Назначение це...		
	Aroy-D соуса	Допущено		Назначение це...		
	Atkins Ranch	Допущено		Назначение це...		
	Aydin	Допущено		Назначение це...		



## 7. Настройки по умолчанию для новых кампаний

При создании новой кампании часть настроек задается по умолчанию – язык, местоположение, тип кампании, включение и выключение поисковых партнеров. Если вам нужно добавить много кампаний с одинаковыми параметрами, установите нужные настройки изначально, чтобы потом не тратить на это время. Например, при работе над кампаниями для Казахстана, установите таргетинг на эту страну.

Для этого откройте вкладку «Инструменты» и выберите поле «Настройки».

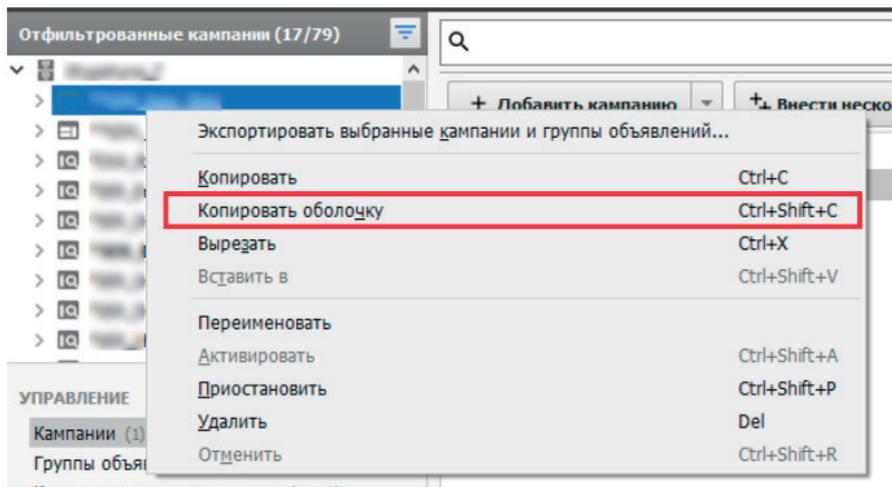


## 8. Добавление графика показов

Устанавливать график показов для кампаний можно только в интерфейсе Google AdWords, но есть способ, как быстро скопировать уже созданный график для других кампаний.



Предварительно создаем график для одной кампании в интерфейсе Google AdWords и загружаем изменения в Google Editor. Далее нажимаем на название кампании и выбираем пункт «Копировать оболочку».



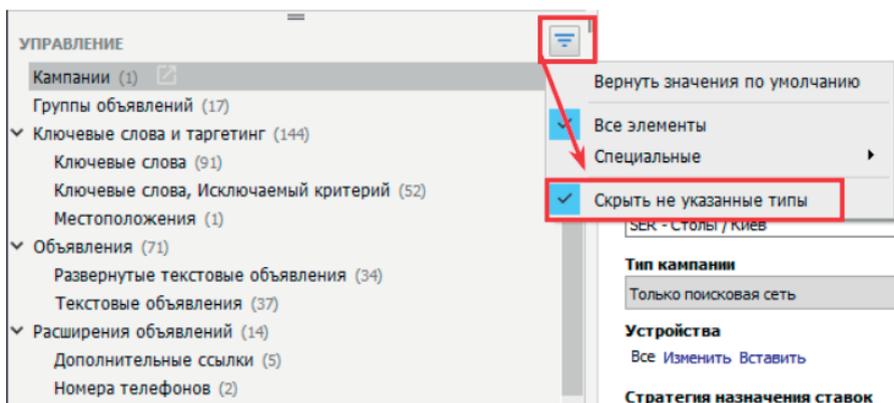
Затем выделяем другие кампании, к которым мы хотим добавить график, переходим во вкладку «Редактирование выбранных кампаний» и нажимаем на слово «Вставить» в пункте «Расписание показов объявлений».

Таким образом можно изменять и другие настройки кампаний.



## 9. Скрываем неактуальные поля

Для того чтобы убрать пустые элементы и упростить переключение между разными уровнями рекламных кампаний, вызываем специальное меню на панели «Управление», нажав «Скрыть неуказанные типы».



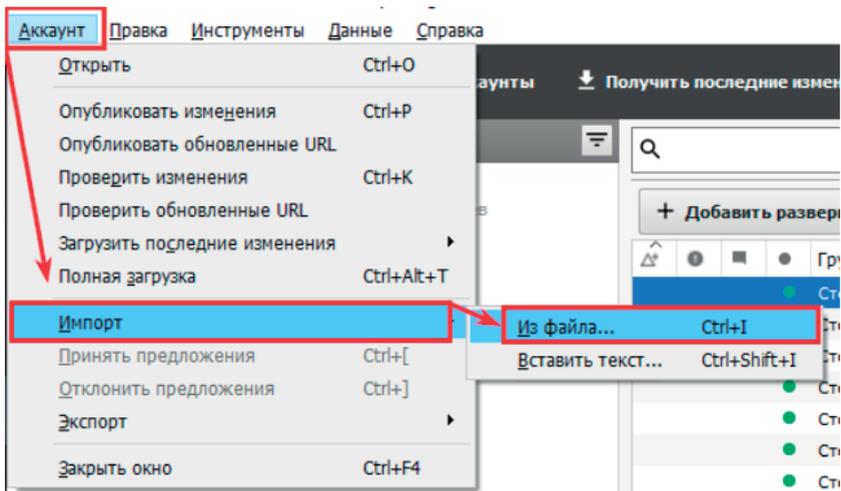
## 10. Экспорт объявления в расширенные/адаптивные

Благодаря экспорту объявлений есть возможность легко перейти на новые форматы объявлений – расширенные и адаптивные, если ранее вы уже вели рекламу в AdWords и использовали старые форматы объявлений.

- Выделяем нужные объявления и выбираем пункт «Экспортировать как расширенные текстовые объявления».

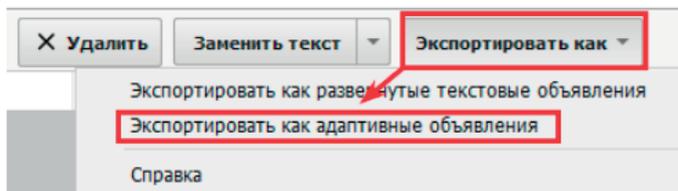


На компьютере сохранится файл в формате CSV, который, даже не открывая, можно импортировать в аккаунт.ем специальное меню на панели «Управление», нажав «Скрыть неуказанные типы».



Остается только добавить второй заголовок и «Путь 1», «Путь 2» для отображаемой ссылки.

- При использовании текстовых объявлений для кампаний с таргетингом на контекстно-медийную сеть можно легко трансформировать их в адаптивные объявления.





Как и в примере с расширенными объявлениями, импортируйте загруженный файл. Теперь осталось заполнить поля «Длинный заголовок», «Название кампании», а также добавить логотип и изображение.

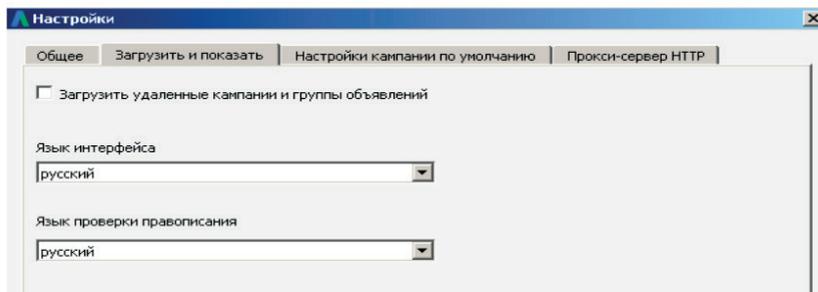
Обратите внимание, что пропорции изображений должны соответствовать требованиям Google, иначе вы не сможете выгрузить созданные объявления.

## 11. Добавление словаря

Для того чтобы избежать любых орфографических ошибок и вовсе не затрачивать время на перепроверку, в обновленных версиях AdWords Editor есть возможность добавить русскоязычный словарь.

Сделать это очень просто:

1. Скачиваем необходимый языковой пакет (например, [тут](#)) и помещаем файлы в папку со словарями редактора AdWords ( \ Google\AdWords Editor\11.2.3.0\locale\dictonaries).
2. Заходим в «Editor» – «Настройки» – «Загрузить и показать» и выбираем «Язык проверки правописания – русский».



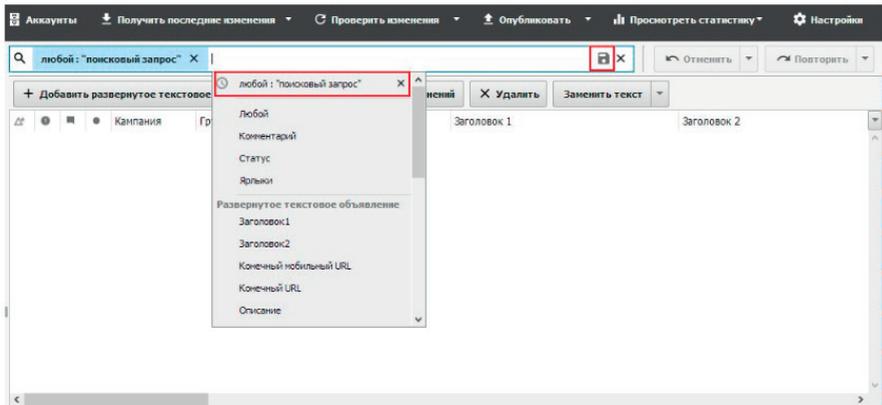


В результате AdWords будет подчеркивать любое неверное правописание.

Таким же образом можно добавить проверку любого другого языка – находим словари в таком же расширении, а далее по п. 2.

## 12. Исключение повторяющихся действий

В фильтрах сохраняются все ваши последние действия, а чтобы избежать их повторений, часто используемые фильтры можно сохранить, нажав соответствующую кнопку:





## 13. Скрыть ненужные кампании

Если в аккаунте много кампаний, вы можете скрыть все ненужные и оставить, например, только поисковые активные.

Google AdWords Editor

Аккаунты | Получить последние изменения

Отфильтрованные кампании (9/18)

Вернуть значения по умолчанию

Поиск кампаний

Все кампании

- Поисковая сеть и оптимизированная контекстно-медийная сеть
- Поисковая и контекстно-медийная сеть
- Только поисковая сеть
- Только контекстно-медийная сеть
- Торговая кампания
- Видео

Все кампании

- Активные кампании
- Приостановленные кампании
- Удаленные кампании

Поиск групп объявлений

Все группы объявлений

- Активные группы объявлений
- Приостановленные группы объявлений
- Удаленные группы объявлений

Упорядочить по статусу кампании

- Упорядочить по названию кампании



## 14. Фильтрация новых элементов

Нажав на иконку треугольника с плюсом, вы можете быстро отфильтровать все новые элементы.

The screenshot shows the Google AdWords Editor interface. At the top, there are four buttons: "+ Добавить ключевое слово", "+ Внести несколько изменений", "X Удалить", and "Заменить текст". Below these buttons is a table with columns: "Статус", "Ярлыки", and "Ключевое слово". The first four rows of the table are highlighted with a red border, and a small red box highlights a plus sign icon in the first column of the first row. The status of these four rows is "Ожидает рассмотрения". The remaining rows have a status of "Допущено".

	Статус	Ярлыки	Ключевое слово
+	Ожидает рассмотрения		keyword
+	Ожидает рассмотрения		keyword
+	Ожидает рассмотрения		keyword
+	Ожидает рассмотрения		keyword
	Допущено		keyword



**Пройдите все 66 уроков  
по настройке  
рекламной кампании  
в Google AdWords**

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