

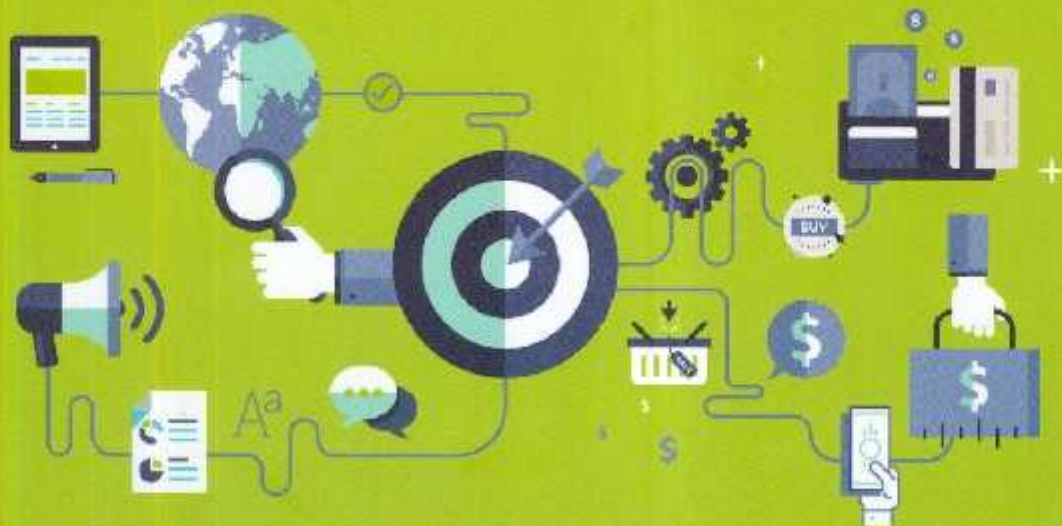


ต้นเว็บไซต์ให้ดังด้วย

Google

Ads

2nd
Edition



Update ภายหลังจากที่ User Interface ของ AdSense ของ Google ได้ปรับเปลี่ยนใหม่ ทำให้
การคำนวณรายได้มีความชัดเจน และง่ายขึ้น และลดความสับสนในการติดตามหรือจัดการรายได้ของเว็บไซต์ Google

โดย สุภาวดี อภัย / ผู้ดูแลระบบ / บริษัท อินโฟเพรส

01

Google Ads กับการตลาด
ออนไลน์..... 11

แล้วจะทำอย่างไรให้โดนเข้าเว็บไซต์เยอะ?	14
Google Ads คือตัวไหน	14
3 ปีผ่านไปมีอะไรเปลี่ยนแปลงไปบ้าง	16
การเปลี่ยนแปลง User Interface ครั้งใหญ่	18
Google Ads มีประโยชน์อะไรกับเว็บไซต์ของคุณ	19
ข้อดีของการใช้ Google Ads เพื่อทำการตลาด	20
ทำความเข้าใจก่อนลงโฆษณากับ Google Ads	24
Google Display Network อีกหนึ่งความสุดยอด ของ Google Ads	26
ลงโฆษณากับ Google Ads แบบหรือเปล่า	28
ใช้ Google Ads ต้องเตรียมอะไรบ้าง	29

02

เริ่มต้นใช้ Google Ads
กันเลยดีกว่า..... 33

เริ่มต้นสร้างแคมเปญโฆษณาแรก	36
หน้าจอและส่วนต่างๆ ของ Ads	48

03

วิธีการค้นหา Keyword
มาทำโฆษณา..... 51

Keyword คืออะไร	52
ใช้เครื่องมือ Keyword Planner	
ช่วยเลือก Keyword	54
วิธีการคัดเลือก Keyword ที่มีคุณภาพ	59
กรองคำที่เราไม่ต้องการออก (Exclude)	64
แสดงเฉพาะคำที่เราต้องการ (Include)	66
Avg. monthly searches ตามวิธีตั้งการ	65
เลือกอันดับการแข่งขันที่จัดการได้	70
ใช้เครื่องมืออื่นในการคัดเลือก Keyword	72
ค้นหา Keyword ด้วย keywordtool.io	73
ค้นหา Keyword ด้วย longtailpro.com	75
Keyword หัวใจของการทำโฆษณา Ads	77



CHAPTER

04

เริ่มต้นสร้างโฆษณาใน Google Ads..... 79

ประเภทของโฆษณาใน Google Ads	80
โครงสร้างของ Google Ads บัญชี	
แบ่งออกเป็น 4 ชั้น	86
เริ่มต้นสร้างแคมเปญโฆษณาแบบค้นหา	92
สร้าง Ad Group	100
สร้าง Ad group เพิ่มในภายหลัง	106
เพิ่มในภายหลัง	110
ชื่อ Campaign, Ad group, Ad	
ทำไมต้องการันตี	112
Match Types หรือประเภทการจับคู่ของ	
Keyword	117
เขียนโฆษณาแบบ Keyword Insertion	122
เขียนโฆษณาแบบให้คอมเพล็กซ์	125
ระวังละเมิด Policy ของ Google Ads	127

CHAPTER

05

สร้างโฆษณาแบบ Display Network.....129

การโฆษณาด้วยป้าย Banner ในอดีต	130
การโฆษณา Banner แบบ Google Display	
Network (GDN)	132
ข้อดีของการลงโฆษณาผ่าน GDN	135
วิธีการลงโฆษณาแบบรูปภาพใน Google	
Display Network	136
โฆษณาใน GDN อดำเนินทำ	
Targeting ด้วยระบบ	152
เทคนิคในการทำ Targeting	152

CHAPTER

06

เข้าใจเรื่องการคิดค่าโฆษณาของ Google.....155

รูปแบบในการคิดเงินของ Google Ads	156
วิธีเปลี่ยน Bid Strategy เป็นแบบอื่นๆ	159
เข้าใจเรื่องการประมูลค่าคลิกใน Google Ads	162
Billing ดูราคารวมทั้งหมดที่อิงชำระ	164
การเรียกชำระเงิน	166

07

วัดผลประสิทธิภาพ

ของโฆษณา.....167

แนวคิดประสิทธิภาพโฆษณาไปเพื่ออะไร.....	169
เริ่มต้นวัดประสิทธิภาพกับ Google Ads.....	170
หน่วยวัดใน Column ที่มีความสำคัญ.....	173
การ Optimize Campaign Google Ads.....	180
การใช้ Automated rules.....	182
Ad Position (อันดับทางโฆษณา).....	185
มาทำความเข้าใจกับ Quality Score สลอบ	
ที่มีความสำคัญมาก.....	188
วิธีการดู Quality Score ของ Keyword.....	190
ทำไม Google จึงเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับ	
Quality Score.....	192
ทำอย่างไรให้มี Quality Score สูง.....	193
เทคนิคในการเขียนโฆษณาเพื่อเพิ่มอัตรา CTR	
ให้สูงขึ้น.....	194



08

วิเคราะห์ Conversion และการทำ
Remarketing.....197

มารู้จักคำว่า Conversion.....	198
Conversion Tracking เพื่อวัดความสำเร็จ.....	200
ขั้นตอนการ Generate Code Conversion Tracking	
เพื่อแปลงโฆษณา Conversion Page.....	204
เปิดดู Conversion ในตาราง.....	212
Remarketing คืออะไร.....	213
ประโยชน์ของ Remarketing.....	214
ขั้นตอนการทำงานของ Remarketing.....	215
การ Generate Code Remarketing.....	216
วิเคราะห์ Audience List และนำมาใช้.....	218
สร้าง Remarketing Campaign.....	222
วัดดูจำนวน Visitor ใน Audience List.....	226
Similar Audience.....	226
เพิ่ม Similar Audience ในแคมเปญโฆษณา.....	227

09

CPA ประมูลโฆษณา

เพื่อเพิ่มยอดขาย229

CPA คืออะไร..... 230

Conversion Optimizer จะทำประโยชน์อะไร..... 232

ควรวาง CPA ในกรณีไหน..... 233

วิธีการเปลี่ยน Bidding Strategy จาก CPC

เป็น CPA..... 234

ราคาที่ต้องจ่ายจริง สำหรับ CPA..... 236

ข้อควรจำในการใช้ CPA..... 237

กรณีศึกษาการปรับใช้ Bid Strategy จาก CPA..... 238



10

คำแนะนำและเทคนิคส่งท้าย....241

ก่อนทำแคมเปญการตลาดควรตั้งเป้าหมาย

เสียก่อน..... 242

วางโครงสร้างให้เข้าใจง่าย..... 244

ควบคุมดูแลและตรวจสอบ Keyword เท่าที่ถึงจะดี..... 246

ทำโฆษณา Ads ใช้เงินกับพอดี..... 248

โฆษณาไม่ผ่านการอนุมัติทำอย่างไรดี..... 251

ทำไมระบบจึงได้เงินเกินกว่าเรากำหนดเอาไว้..... 254

วิเคราะห์ประสิทธิภาพและ ขั้นตอนการขายเรื่อยๆ..... 255

วิเคราะห์โฆษณาของผู้อื่น..... 256

อีเมลจาก Google มีประโยชน์อย่างมากหรือเพื่อ..... 256

รู้จักการใช้ Google Analytics เก็บมาประมวล..... 257

ศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมอยู่เสมอ..... 258