



בניית מותג!  
בניית מותג!

פרסום בגוגל

שיתוף פעולה עם

Google



הסוד!

איך להפוך את גוגל  
לשותף המתוגמל על  
הצלחות בלבד!

(ובדרך להתגבר על המתחרים שלכם  
בתחרות על הלקוח הבא שלכם).

מחיר הדו"ח 319 ש"ח



## למה כדאי להייס את גוגל כשותף מתוגמל על הצלחה?

התשובה הקצרה ביותר שאני יכול לתת לשאלה הזו היא: ככה!:) או קצת יותר בהרחבה כי גוגל הוא מנוע החיפוש הפופולארי ביותר בעולם, כ-76% (!) מן החיפושים באינטרנט בעולם מבוצעים במנוע החיפוש של גוגל, בארץ המספר הזה גדול יותר והוא מתקרב ל-90%!

בעולם של היום, שיווק טוב פירושו התייצבות ברורה ובולטת מול קהל הגולשים, הלקוחות הקיימים, הלקוחות פוטנציאליים שלך, או כל אחד אחר שעדיין איננו יודע שהוא יכול להשתמש במוצרים שלך.

במציאות שבה ישנם מיליוני אתרים עסקיים בטווח הקלוקה, כל עסק חייב למצוא את היתרון התחרותי שיגרום לכך שהפרסום שלו יקפוץ ויפיע לעיני הלקוח. לפני כעשר שנים הופיעה מערכת הפרסום של גוגל ששמה אדוורדס (AdWords) כאמצעי ליצור בולטות באינטרנט. היא זכתה לחיקויים רבים במנועי חיפוש מתחרים, אבל אף אחד מהם לא יצר מערכת מסיבית ומשוכללת כזו לפרסום עסקי. גוגל דאגה לשפר ולהגדיר מחדש את מערכת אדוורדס, כך שהיא תהיה תמיד המובילה מול כל המתחרים שקמו לה. וזאת בעזרת כלים לניתוח מסעות הפרסום, כלים ליצירת כל האלמנטים הדרושים למסע פרסום והרבה תכונות ועצות שימושיות שעוזרות להוציא מכל אגורה המשולמת לפרסום את המקסימום.

קחו לתשומת ליבכם מספר יתרונות שתוכלו להשיג בעזרת פרסום במערכת גוגל אדוורדס:

- **ניראות אינטרנטית מהירה** עם מיקום בראש התוצאות של מנוע החיפוש הנפוץ והפופולארי ביותר (שוב מילת אזהרה, זה לא אוטומטי ולא מובן מאליו, זה יכול לקרות כתוצאה מפעילות נכונה באופטימיזציה של מסע הפרסום או כתוצאה מתשלומים גבוהים לגוגל).
- **תנועת גולשים** מוגברת לאתר שלך, כפי שאמרנו הממוצע העולמי של חיפושים עומד על 76% חיפושים במנוע החיפוש של גוגל (ביתר ה-24% מתחלקים מספר מנועים כמו יאהו, בינג ואחרים), בארץ המספר הזה גבוה יותר.
- **אפשרויות ניתוח וחישובי עלות/תועלת** נוחים מאוד לשימוש, ישנם כלים חינוניים מצויינים שיעזרו לכם לנתח את יעילות הפרסום בגוגל, כלים כמו כלי מילות המפתח שיעזור לכם לבחור את מילות המפתח המתאימות והרווחיות ביותר עבורכם, כלי הערכת התנועה שיעזור לכם להבין כמה תצטרכו להשקיע בעבור כל אחד מביטויי החיפוש הרלוונטיים שלכם, גוגל אנליטיקס שיעזור לכם להבין את התנהגות הגולשים באתר שלכם ויאפשר לכם לעקוב אחרי אינפורמציה חשובה כמו: מה מעניין את הגולשים, מדוע ובאיזה מעמודי האתר הם החליטו לעזוב, מהיכן הם הגיעו, דברים אלו עוזרים לכם רבות לתקן ליקויים בתהליך המכירה. ועוד כלים חינוניים רבים.

בהקשר הזה אני רוצה לציין כאן את קורס הפרסום בגוגל שבו אני מלמד איך לחסוך בהוצאות הפרסום ולהגיע לתוצאות מקסימליות, במסגרת הקורס אני מלמד את כל תהליך יצירת מסע הפרסום משלב ההחלטה על ביטויי החיפוש הנכונים דרך בניית מסע הפרסום ועד להשגת תוצאות מקסימליות, הקורס גם כולל לימוד בסיסי של כל הכלים שצינתי כאן למעלה וכלים רבים נוספים. **כדאי למהר ולהרשם כי 100 הראשונים שיירשמו לקורס יקבלו אותו בחינם!**  
[פרטים נוספים בסוף הדו"ח המיוחד הזה.](#)



## ההתפתחות של מערכת הפרסום בגוגל אדוורדס

מערכת הפרסום בגוגל אדוורדס היתה תמיד המערכת המועדפת על המפרסמים באינטרנט, אבל יחד עם זאת היא הפכה להיות יקרה לשימוש ורבים מהמפרסמים נטשו אותה לטובת כל מיני שיטות פרסום אחרות. הסיבה לכך היתה שבשנת 2001 כשגוגל הציגה את המערכת לראשונה, היא יצרה משהו בסגנון עיירות הכורים במערב הפרוע שבנו מסביב למכרות הזהב שנתגלו שם, **השליטה היתה בידיהם של האנשים העשירים ולפעמים גם בידיהם של פורעי החוק...** גוגל איפשרה למפרסמים להציב את מודעותיהם בתוצאות החיפוש כאשר הגורם העיקרי שקבע את המיקומים של המודעות היה המחיר אותו היו המפרסמים היו מוכנים לשלם בעבור הפרסום, ולמרות שכבר אז היה אלגוריתם של ציון האיכות - השפעתו היתה קטנה ביותר. גוגל הציגה מעט כללים וחלקם הופרו על ידי מפרסמים שביקשו להשיג מיקומים טובים יותר, כפי שאמרנו עיירת כורים שבעלי הממון ופורעי החוק שולטים בהן.

אבל מאחורי הקלעים עקבה גוגל אחר ההתרחשויות וצברה מידע רב בקשר להערכת הביצועים של מסעות פרסום הן מבחינת המפרסמים, הן מבחינת הלקוחות והן מבחינתה של גוגל. בעזרת נתונים אלה שהלכו והצטברו אצלה גוגל המשיכה ופיתחה את מה שנודע לימים ככלי שבו הקטנים והיעילים יכולים להתחרות בגדולים והעשירים – האלגוריתם של ציון האיכות. בתחילה ציון האיכות היה מבוסס אך ורק על ה-CTR או "שיעור הקליקים" שמשמעו אחוז הגולשים שראו את המודעה שלך והיקליקו עליה יחסית למספר ההופעות של המודעה שלך. למעשה גוגל פיתחה מערכת להערכת הערך של הקמפיין הפרסומי שלך גם לגולש וגם לגוגל.

בשנת 2005 עברה מערכת הפרסום בגוגל אדוורדס שינוי מהפכני, גוגל הפעילה את שריריה והקשיחה את כללי השימוש בגוגל אדוורדס. בצורה חשאית הם התחילו להפעיל את מה שכונה "הסטירה של גוגל" (The Google Slap), מפרסמים שהפרו את הכללים, ואפילו אם מפרסמים אלו שילמו לגוגל מאות אלפי דולרים על פרסום, איבדו בעיני גוגל את האמון שהיא נתנה בהם ופשוט "הועפו" אל מחוץ למערכת, במקרים רבים אפילו ללא הודעה מוקדמת, ובמקרים רבים גם לצמיתות, כלומר נשללה מהם האפשרות לפרסם שוב במערכת גוגל אדוורדס, לעולם! גוגל ממשיכה במדיניות קשוחה זו והיא "מעלימה" מן התוצאות עסקים שאינם עומדים בקריטריונים שלה. דוגמא מפורסמת היא של חומר להלבנת שיניים שפורסם דרך גוגל אדוורדס, החברה הציעה ללקוחות שלה מוצר להלבנת שיניים שמיועד לשימוש במשך מספר חודשים על מנת להגיע לתוצאה הרצויה. החברה הציעה את המנה של החודש הראשון בחינם, כל שהלקוחות נדרשו לעשות בתמורה הוא להשאיר מספר כרטיס האשראי שלהם לצורך התשלום עבור המנות החודשיות הבאות, בדף הנחיתה שאליו הם הגיעו, על ידי הקלקה על המודעה בגוגל, ובו השאירו את מספר כרטיס האשראי, היה מספר טלפון אליו הם היו אמורים להתקשר במידה וירצו לבטל את העיסקה. אכן עיסקה טובה לכל הדיעות-קבל את המוצר חינם ובמידה ואינך מרוצה מן התוצאה לאחר השימוש בו, היתקשר והעיסקה תבוטל. הבעיה היתה שאף אחד לא ענה לטלפון שהופיע באתר ומי שרכש את המוצר המשיך וקיבל את יתר המנות וחוייב על כך באמצעות כרטיס האשראי שלו, גם אם לא רצה להשתמש במוצר או שלא היה מרוצה מן התוצאה. גוגל, שהלקוחות שנפגעו פנו אליה, פעלה באופן נחרץ ו"העיפה" לתמיד את החברה המפרסמת מתוצאות החיפוש. זהו בהחלט עונש כבד מאוד בהתחשב בפופולאריות של גוגל, ובפוטנציאל שהיא מעמידה לרשות המפרסמים, וזהו גם לקח שחשוב ללמוד ממנו בידיעה על תקציב הפרסום הענקי שגוגל ויתרה עליו.

גוגל החלה ליישם את הכללים של מערכת הפרסום בגוגל אדוורדס גם לגבי עמודי הנחיתה שאליהם מגיעים הגולשים. אלגוריתם ציון האיכות הלך והתפתח והפך להיות חכם מספיק על מנת להעריך את הרלוונטיות של עמוד הנחיתה למודעה ולביטויי החיפוש. המערכת שמבצעת הערכות אלו תמיד כללה גם רובוטים(תוכנות) וגם בני אנוש. זוהי מערכת חכמה מאוד.



כל הפעילות הזו חשובה מאוד היות והיא שינתה את פני המציאות בעולם הפרסום באמצעות גוגל אדוורדס. שוב לא יכלו חברות עתירות תקציבי פרסום לקנות נוכחות אינטרנטית בגוגל רק מפני שהיה להן את הכסף הנחוץ לצורך כך, מילות המפתח שניצחו במכירה הפומבית, (כן בכל פעם שגולש מקליד ביטוי חיפוש, גוגל מבצעת מכירה פומבית של מקום הפרסום, והמודעות הזכות מופיעות על פי סדר מסויים לצד תוצאות החיפוש), צריכות לשקף גם את עמוד הנחיתה וגם את הרלוונטיות שלהן למוצר או לשרות שאותן מציעות אותן חברות.

כאן מתחילה גוגל להציג את החשיבות שהיא מייחסת ללקוח החשוב ביותר שלה – הגולש. לא המפרסם שמשלם לה עבור הפרסום כי אם הגולש שמקבל את שרותיה בחינם! חווית הגולש בשימוש במנוע החיפוש של גוגל חשובה לה יותר מכל הסכומים האדירים שמשלמים לה המפרסמים. אם עסקים רוצים לקבל את הזכות לשלם לגוגל, מוטב יהיה שידאגו לחווית גלישה טובה יותר לגולשים. האתרים הראשונים שנפגעו כתוצאה מיישום האלגוריתם של ציון האיכות היו אתרים באיכות נמוכה או אתרים שהשתמשו בשיטות מכירה כמו מכתבי מכירה ארוכים. גוגל פגעה במפרסמים שהפרו את כלליה במקום הכואב ביותר שלהם, בכיס. הם ייקרו את המחיר לקליק ששילמו מפרסמים, שלא הועפו מן התוצאות, פי 100, מ-5 סנט ל-5 דולר! המסר עבר באופן מהיר, חד וברור. כמובן שהיו מפרסמים רבים שהמחירים הגבוהים הללו גרמו לכך שהם יעזבו ויחפשו לעצמם פתרונות אחרים.

בינואר 2009 החלה תקופה חדשה שנודעה בשם "הנידוי" או "החרם" של גוגל (Google Ban), אלגוריתם ציון האיכות הלך והשתפר והיכולות שלו לזהות מפירי כללים מתוחכמים השתפרו, שוב הקשיחה גוגל את כלליה. מדיניות השמירה על הגולש/הצרכן ממשיכה ומתרחבת כל הזמן והיא מצליחה ל"נדודת" או ל"החרים" אלפי מפרסמים שלא התאימו את עצמם לכללים. והפעם נשלחו הודעות למפרסמים, לרבים מהם ההודעה הראשונה היתה גם ההודעה האחרונה והסופית. הנוסח של המודעה היה "הינך מושעה לתמיד". לעסקים רבים נמאס מהמהפיכות והשינויים החוזרים של חוקי המשחק והם עזבו. אבל גוגל החליטו שהם אלו הקובעים את כללי המשחק, והמפרסם יכול לשלם לגוגל אך ורק אם יסכים לכללים שאותם גוגל מכתובה, התנהגות זו גרמה להרגשה שגוגל אדוורדס עדיין לא נמצאת בנקודה שכולם רצו שתהיה בה.

## גוגל אדוורדס היום

הרבה דיברנו עד עכשיו על ההתפתחות של גוגל לאורך השנים ועל השינויים שחלו לאורך השנים, כל זה חשוב על מנת להבין ולפצח את הסוד שבעזרתו נוכל לחסוך כסף רב ולהשיג את התוצאות הרצויות לנו. חשוב להבין היכן נמצאת מערכת הפרסום בגוגל היום ולמה עלינו לטרוח ולהבין את גוגל אדוורדס. גוגל היא חברה עצומה במימדיה, היא בעצם בעלת הבית בשוק ושולטת בו ללא עוררין, כפי שכבר הזכרנו קודם גוגל מחזיקה ב-76% מהחיפושים בעולם, בינג ויאהו נמצאים גם הם בשטח אבל בואו ונודה מתי בפעם האחרונה מישהו מאיתנו השתמש בשרותיה? האסטרטגיה הנכונה ביותר לפרסום באינטרנט כוללת גם את הפרסום הממומן מן הסוג של גוגל אדוורדס, גם את הפרסום ברשת התוכן וגם קידום אתרים במנועי חיפוש. בכל התחומים הללו גוגל שולטת בשוק, שום חברה מתחרה איננה מגיעה לחשיפה כזו מול קהל הגולשים, אפילו לא פייסבוק. אם זה איננו מספיק על מנת לשכנע אתכם שמערכת הפרסום בגוגל היא הפתרון הטוב ביותר כיום לפרסום, הנה עוד כמה סיבות:

- מסע פרסום באדוורדס הוא מיידית, ניתן להעלות אותו ולקבל קליקים באופן מהיר ויעיל ביותר, גם עסקים קטנים יכולים להנות מן הנוף הנשקף ממרומי תוצאות החיפוש, ובהמשך גם תבינו את היתרון של ההופעה במקומות גבוהים בתוצאות החיפוש.



- **מסע פרסום בגוגל**, במידה ונתכנן אותו כראוי, הוא תהליך שניתן לבנות עבורו צפי, המפרסם שלומד בקפידה את כללי המשחק שנקבעו על ידי גוגל, מיישם אותם ועומד בדרישות, יגשים את הציפייה לראות את מודעתו מופיעה במיקומים הגבוהים ביותר. הגולשים מצפים שהעמוד שאליו מפנה המודעה יהיה רלוונטי ויפתור להם בעייה, והם יכולים לסמוך על גוגל שאכן זו החוויה שיזכו לה.
- **מסעות הפרסום בגוגל ניתנים לשינוי והתאמה על פי צרכיו ודרישותיו של המפרסם**, המפרסם יכול להחליט שהוא מתחיל בקטן, בגדול או משהו ביניהם, והוא יכול לשנות לאורך כל הדרך נתונים רבים במסע הפרסום שלו: התקציב היומי למסע הפרסום, התשלום עבור הקלקה על המודעה, מילות המפתח שתפעלנה את המודעה ועוד, כל השינויים הללו ניתנים לביצוע ללא הגבלה ככל שהמפרסם חפץ. מערכת הבקרה של גוגל אדוורדס נותנת למפרסם נתונים מעודכנים כמעט בזמן אמת, מפרסם שישים לב לנתונים ילמד להבין אותם, וליישם מסקנות שיסיק מהם יצליח בגדול לפרסם בזול, יעיל וללא בזבז כספים מיותר.

לפני שנמשיך אני רוצה להציג את מערכת הפרסום של גוגל, המערכת כוללת את מנוע החיפוש גוגל, מנועי חיפוש שותפים לגוגל, ומאות אלפי אתרי תוכן שמאפשרים לגוגל להציג בעמודיהם מודעות של גוגל במסגרת תוכנית שותפים הנקראת גוגל אדסנס. בין אותם אתרי תוכן נמצא גם אתר יוטיוב, יוטיוב נקנתה על ידי גוגל והיא מהווה את מנוע החיפוש השני בגודלו אחרי גוגל. מפרסם המשתמש בגוגל אדוורדס ומבקש לפרסם גם ברשת התוכן יכול לגרום לכך שהמודעות תוצגנה לפני, במהלך או בסוף הוידאו. תכני וידאו פופולאריים מאוד היום והרבה מאוד גולשים מבקשים את הפתרון לבעיות שלהם באמצעות סרטון וידאו, וכאלה קיימים בכל תחום.

### דף תוצאות החיפוש בגוגל מכיל תוצאות אורגניות ותוצאות פרסום ממומן המגיעות דרך גוגל אדוורדס:

<p>מודעות</p> <p><a href="#">מחפש שעונים?</a>  <a href="http://www.easy.co.il/">www.easy.co.il/</a>  <b>שעונים</b> סביב מיקומך!  <a href="http://easy.co.il">easy.co.il</a> -מדריך העסקים הגדול בארץ</p> <p><a href="#">ב-ט"ים "בוא שעונים</a>  <a href="http://www.bentime.co.il">www.bentime.co.il</a>          אלפי <b>שעוני</b> יד מהיבואן הראשי בישראל לצרכן, מתחייבים למחיר הכי זול בישראל</p> <p><a href="#">שעונים</a>  <a href="http://www.getit.co.il">www.getit.co.il</a>          מבחר <b>שעונים</b> עד 35% הנחה. היכנס, תשווה ותחסוך בגדול!</p> <p><a href="#">שעונים</a>  <a href="http://www.ask.com">www.ask.com</a>          מצאו את התוצאות הטובות ביותר <b>שעונים</b></p> <p><a href="#">שעוני יד במחיר חיסול</a>  <a href="http://www.clocks.co.il">www.clocks.co.il</a>          מיטב המותגים במחיר חיסול לזמן מוגבל תו אמון הציבור - שירות ואחריות</p>	<p>מודעות</p> <p><b>פרסום אמון</b></p>	<p><a href="#">אתר השעונים של המדינה   Fwatch4u.com</a>  <a href="http://www.fwatch4u.com">www.fwatch4u.com</a>          Guess, Tommy, Armani , Dkny, Fossil ועוד מ 499 ש"ח + משלוח עד 24 שעות!          שעונים - שעוני יד - שעוני קולקצייטי 2011/12 - - משלוח VIP עד בית הלקוח חינם</p> <p><a href="#">דיאמונד טיים שעונים   diamondtime.co.il</a>  <a href="http://www.diamondtime.co.il">www.diamondtime.co.il</a>          אלפי <b>שעוני</b> יד במחירים מפתיעים דונה קארן, טומי הילפגר, סוויטש ועוד</p>
<p><b>שעוני יד - זאפ השוואת מחירים   www.zap.co.il</b>          מתנות ושונות קרא בזאפ מאות ביקורות, השווה מחירי <b>שעוני</b> יד באלף חנויות, עד לנקודת הקנייה של <b>שעון</b> יד. ... דף הבית « מתנות ושונות » השוואת מחירים <b>שעוני</b> יד ... גברים - נשים - Tissot - Casio</p> <p><b>שעוני יד, שעונים, שעון קסיו, סיקו - Casio   www.marom-time.co.il/</b>  <b>שעון</b> קסיו או <b>שעוני</b> יד קסיו או <b>שעונים</b> או <b>שעון</b> יד casio קונים אצלנו! אתר מכירות <b>שעוני</b> קסיו הגדול בישראל, אצלנו תוכלו למצוא <b>שעוני</b> יד casio מסוגים רבים.</p> <p><b>שעונים   שעון יד   www.intertime.co.il/</b>          אתר אינטרטיים הוא אתר השעונים הגדול במדינה עם למעלה מ-30 מותגי <b>שעונים</b> מובילים כגון <b>שעוני</b> אומגה, <b>שעוני</b> טיסו, <b>שעוני</b> ג' שוק ושעוני קסיו, <b>שעוני</b> סוויטש, <b>שעוני</b> פוסיל, דיזל ושעוני דונה ... <b>שעוני</b> סוויטש - שעוני אומגה - קישורים - שאלות ותשובות</p>		



## **פרסום בגוגל אדוורדס - מדוע היום יותר מתמיד כדאי לפרסם בגוגל ומהו הסוד ליצירת פרסום חל ומוצלח?**

כבר ראינו בפרקים הקודמים את ההתפתחות שחלה במערכת הפרסום בגוגל, ולהיכן שהיא הגיעה היום. גוגל מציעה היום מערכת טובה בהרבה מכל מערכת מודעות אחרת קיימת, כמות החיפושים במדינות כמו דפי זהב ומדריכים מסווגים אחרים הולכת ופוחתת, הסיבות לכך רבות: חוסר הגמישות לשינויים, האופייניים למדריכים אלו, יחד עם תשלום לתקופה ארוכה מראש הן רק אחדות מהסיבות שעולם הפרסום העיסקי עובר לגוגל אדוורדס. באמצעות מערכת הפרסום בגוגל אדוורדס, יכול המפרסם לבצע בכל רגע נתון שינויים במסע הפרסום, הוא יכול להוסיף או להוריד מילות מפתח, הוא יכול לשנות מסרים שיווקיים – כמה פעמים קרה לכם שבוע אחרי שהודפסה מודעה בדפי זהב החלטתם לשנות את המסר השיווקי שלכם אבל לא יכולתם? הוא יכול לשנות תקציבים, שעות הופעה, מיקומים גאוגרפיים, נתונים דמוגרפיים (גיל ומין הגולש) באתרים מסויימים, ועוד אלמנטים רבים נוספים. אפשרות הניתוח של מסעות הפרסום, בדיקת החזר ההשקעה על עלויות מסע הפרסום, לכל אלה יש לגוגל אדוורדס כלים שנותנים תמונה ברורה ומיידית. החזר על השקעה לגבי כל פרסום בדפי זהב ובמדינות אחרות איננו ניתן למדידה מדוייקת. מנהל קרקסים ידוע ומצליח בארה"ב אמר פעם (זה היה לפני עידן האינטרנט) "אני בטוח שמחצית מתקציב הפרסום שלי היא בזבז מוחלט, הבעיה היא שאינני יודע באיזה מחצית מדובר!" 😊.

קידום אתרים מטרתו לקדם את האתר שלכם למיקום גבוה בתוצאות האורגניות, זהו דבר חשוב שכדאי מאוד לעשותו מכמה סיבות: ראשית כל התנועה המגיעה דרך התוצאות האורגניות היא תנועה חנימית, גוגל איננה מחייבת על תנועה זו (עדיין...). שנית אתרים שממוקמים גבוה בתוצאות החיפוש האורגני הם אתרים שגוגל מוצאת בהם תועלת רבה לגולש ולכן הם סמכותיים יותר, אבל קידום אתרים הוא תהליך ארוך שדורש עבודה מקצועית רבה. לעומת זאת מערכת הפרסום גוגל אדוורדס מאפשרת לבעלי אתרים להגיע לראש התוצאות במהירות רבה, גם כאן נדרש ידע מקצועי או לחלופין כסף רב. את הידע המקצועי הזה תוכלו לקבל בקורס (החינמי ל-100 הנרשמים הראשונים בלבד!) שפרטים אודותיו תמצאו בסוף הדו"ח המיוחד הזה. אם העסק שלך צריך דחיפה רצינית לנוכחות האינטרנטית שלו ואין באפשרותך לחכות עד שהתוצאה תושג באמצעות קידום אתרים, פרסום בגוגל אדוורדס הוא הפתרון שיאפשר לך להיות שם כבר מחר!

**דו"ח מיוחד זה אביא לפניך 10 דברים שסייעו לך להשיג את המקומות העליונים הנחפצים על ענק החיפוש של גוגל.**

האם ידעת עד כמה גוגל מייחס חשיבות למהירות העלייה של האתר שלך בדפדפן של הגולש? בתחילת 2011 גוגל הכריזה (וזוהי מקרה נדיר, כי היא בדרך כלל לא עושה זאת) כי מהירות עליית האתר היא חלק מחוויית גלישה טובה וכי הנתון הזה יכנס לאלגוריתם של מנוע החיפוש ולאגוריתם של ציון האיכות, הידועה לך הדרך לבדוק את זאת ולשפר במידת הצורך? האם ידועות לך המילים שעליך להמנע מהן על מנת לא לחטוף סטירה מצלצלת מגוגל? רוב המפרסמים אינם יודעים אותן, אבל בעזרת הדו"ח הזה תדעו את המילים.

הדו"ח הזה מתאר את רוב הדברים שבעזרת שימוש נכון בהם תוכלו לחסוך כסף רב. לימדו את החומר שבו ואת העצות המחכימות ולבטח תוכלו לשנות את הנוכחות האינטרנטית של העסק שלכם וגם להשיג תוצאות רצויות. בסוף הדו"ח תמצאו פרטים על הקורס המלא והמקיף ביותר לפרסום בגוגל שיכסה את כל הנושאים הקשורים למערכת הפרסום בגוגל, אופטימיזציה להזלת מחיר ומיקסום תוצאות, לימוד כלים חיוניים לעבודה כמו כלי מילות המפתח, כלי הערכת התנועה, גוגל אנליטיקס, גוגל טרנדס, גוגל מקומות + (\*חדש!) ועוד דברים חשובים אחרים. 100 הראשונים יקבלו את הקורס המקיף הזה בחינם!



## תן לגוגל את מה שהם רוצים (זה ישתלם לך...)

הפנמת את הרעיון של פרסום בגוגל אדוורדס? אתה מתחיל להבין את היתרונות של יצירת קמפיין בגוגל אדוורדס? איך אתה ממקסם את התוצאות של ההשקעה הכספית הזמן והמאמצים שלך? איך אתה יוצר תנועה של גולשים שיהפכו ללקוחות של העסק שלך? **הנה התשובה: תן לגוגל את מה שהם רוצים!** בשביל זה הכנתי את הדו"ח הזה המתבסס על סטטיסטיקות וניתוח מקרים שדברים עבדו בהם, גוגל יגידו לך מה הם חושבים על מאמציך בעזרת ציון האיכות שלהם.

כן זוהי תמציתו של הסוד הגדול לפרסום יעיל וזול בגוגל – שיפור מתמיד בציון האיכות! אבל אם זה היה פשוט כל כך כל אחד היה עושה זאת וכך לא היה לאף אחד יתרון יחסי, זיכרו היתרון היחסי נמצא תמיד בפרטים הקטנים! את הפרטים הגדולים כולם עושים ורק מי שמקפיד גם על הפרטים הקטנים ישיג את אותו יתרון יחסי. אני רוצה להסביר כאן את המובן של יתרון יחסי באמצעות סיפור: שני תיירים מסתובבים ברגל בערבות אפריקה, פתאום הם מבחינים מרחוק באריה שמתחיל לנוע לעברם. מתיישב אחד מהם על הקרקע מוציא מן התרמיל זוג נעלי ריצה ומחליף בהן את מגפיו הכבדים, מאיץ בו השני ושואל: האם אתה באמת מאמין שבגלל שנעלת את נעלי הריצה, האריה לא ישיג אותך? עונה לו חברו, אני לא צריך להשיג את האריה מספיק לי שאשיג אותך! הבנתם היתרון היחסי יכול להיות מצב של להיות או לחדול!

אני רוצה להזכיר שוב בכדי שהדבר הזה יהיה חקוק במוחכם, גוגל רוצה שהמערכת שלה תהיה מערכת איכותית שכולם מרויחים ממנה (מערכת win-win), גם הגולש שמצא את מבוקשו וחווה חווית גלישה טובה, גם המפרסם שהגשים את מטרתו וגם גוגל ששלחה את הגולש אל המפרסם וגבתה תשלום עבור הפעולה הזו. ומכיוון שגוגל שמה דגש רב על הנושא הזה המערכת של גוגל אדוורדס בנויה כך שכולם ירויחו מן השימוש בה.


- ✓ **גוגל עוקבת בקפדנות אחרי המערכת הזו ודורשת שהתוכן בה יהיה תוכן מעולה!** הם אינם רוצים שגולשים יבזבו את זמנם בקריאת תוכן בעל איכות ירודה.
- ✓ **האלגוריתם של ציון האיכות מגן על חווית הגלישה של המשתמשים ומציב רף גבוה למפרסמים.** גוגל פועלת כך מתוך ידיעה ברורה שמנוע החיפוש שלהם הוא הכי פופולרי בדיוק בגלל הסיבה הזו: חווית גלישה טובה יותר!
- ✓ **גוגל דורשת מכל המפרסמים לפעול על פי כללים ברורים וידועים,** בלי שום קשר לגודל תקציב הפרסום שלהם. וזאת על מנת לתת לכל המפרסמים את הבטחון שאינם צריכים לחשוש מפני תחרות בלתי הוגנת ושימוש באמצעים אחרים שגוגל נותנת לאותם מפרסמים גדולים, כולם חייבים להשמע לאותם כללים.
- ✓ **כמפרסם אינך מוציא לריק כסף על גוגל,** אנשים משתמשים במנוע החיפוש של גוגל בהתאם לצרכיהם. אם מישהו רוצה לקנות פתרון לבעיה שלו הוא ישתמש בדרך כלל במודעות המתפרסמות בדף התוצאות, אם לעומת זאת הוא מחפש אינפורמציה על דבר מסויים הוא ילחץ לרוב על תוצאות החיפוש האורגניות, בכל מקרה גוגל מאפשרת לך להיחשף בפני הגולשים באמצעות מנוע החיפוש שלה.

אני בטוח שברגע זה צצה במוחך שאלה ולכן אענה עליה: קידום אתרים (SEO) בתוצאות החיפוש האורגניות אחראי על 50%-70% מסך ההקלקות במנוע החיפוש גוגל, גוגל אדוורדס אחראית על 30%-50% מההקלקות במנוע החיפוש, זה אומר שיש לך אפשרות להופיע באופן מהיר ביותר, במקום שיאפשר לך לקבל עד מחצית(!) מן התנועה שמייצר מנוע החיפוש בנושא הרלבנטי לך!

**גוגל הוא הטוב ביותר! גוגל יודע זאת ולכן הכללים של גוגל אינם פתוחים לפירושים שונים ולא ניתן להתווכח עליהם!**



אני מציג כאן את היסודות המשמשים את גוגל לצורך ההגנה על כל המשתמשים במערכת אדוורדס של גוגל:

חווית משתמש	
על הפרסום לספק חווית פרסום חיובית למשתמשים.	
בטיחות ואבטחה	
פרסום צריך להיות בטוח לכל המשתמשים.	
מודעות מדויקות	
פרסום צריך להיות מדויק ואמיתי.	
שקיפות ופרטיות	
אסור שפרסום יפר את אמון או פרטיות המשתמש.	
חוקיות	
על הפרסום לציית לחוקים ולתקנות.	
המותג של Google	
על הפרסום לעמוד בהחלטות המותג של Google.	

אם אתם רוצים לעיין בצורה יסודית יותר בנושא הכנסו ל:

<http://support.google.com/adwordspolicy/bin/answer.py?hl=iw&hlrm=en&answer=1316548&rd=1>

גוגל מאוד ברורה באשר למי הוא החשוב ביותר במערכת זהו הוד מעלתו הגולש עצמו, ולא אף אחד מן המפרסמים ולא משנה עד כמה גדול תקציב הפרסום שלהם. גוגל יודעת שהגולש הוא הלקוח האמיתי שלה, בלעדיו אין לה זכות קיום ולכן היא מצהירה בפני המפרסמים כי היא איננה ניתנת לקניה בעזרת תקציבי הפרסום שלהם.

לאחר שאתם מבינים שאתם נמצאים במגרש המשחקים של גוגל ושגוגל היא זו שקובעת את הכללים על פיהם מתנהל הכל, אתם רוצים להשתתף אבל יחד עם זאת לא לבזבז את זמנכם וכספכם לריק.

אז הנה 10 הדברים שסייעו לך להשיג את המקומות העליונים הנחפצים על ענק החיפוש של גוגל(הפירוט בהמשך):

1. המנע מסביבה "גרועה".
2. הגדל את הסמכותיות של האתר שלך.
3. דאג שכל המידע הדרוש יופיע בצורה ברורה ובולטת.
4. השתמש במילות המפתח בעמודים וגם בכתובות ה-URL שלהם.
5. דאג שהניווט באתר יהיה ברור והגיוני.
6. שפר את מהירות העליה של דף הנחיתה שלך.
7. התחל ב"קטן" על ידי בחירת מילות המפתח הרלבנטיות ביותר עבורך.
8. בנה את הקמפיין שלך בצורה נכונה ויעילה.
9. תכנן את המודעות שלך בקפדנות.
10. עקוב אחר הקמפיינים שלך באופן מסודר ובצע בהם שינויים נדרשים.





## 1. המנע מסביבה "גרועה"

המנע מן הנושאים הבאים, ולא חשוב עד כמה הניתוחים שלך מראים על כדאיות, הנושאים הללו הם נושאים מאוד רגישים:

- הימורים
- פורנוגרפיה
- שנאה ואלימות
- סמים ואביזרים לשימוש בהם
- טבק ואלכוהול
- הקריות (פריצה למחשבים, אתרים, חשבונות וכד')
- נשק
- "תרופות"
- מוצרים לדיאטה ואיבוד משקל מהירים
- "פטנטים" להרויח כסף

גוגל קובעת את הכללים והיא זאת שגם נותנת להם פירוש. פירוש שנראה נכון למפרסם אינו בהכרח נכון מבחינת גוגל ולכן כדאי להמנע מהנושאים שהוזכרו לעיל. השהייה של חשבונות יכולה להתרחש מהרבה סיבות, גוגל מספקת דוגמא של פרסום מוצרים מזוייפים: <http://support.google.com/adwordspolicy/bin/answer.py?hl=iw&answer=176017&topic=1346942&ctx=topic> או פרסום מודעות על מוצרים שאין לכם הרשאה למכור כסיבה להשהייה. אם גוגל חושדת שמה שאתם מפרסמים עלול לגרום לחווית גלישה גרועה, שלא לדבר על נזק לגולשים היא תשהה את החשבון שלכם. ולכן במקום לנחש כדאי מאוד שתשקיעו זמן בקריאת [מדיניות הפרסום של גוגל אדוורדס](#) היות ומערכת הפרסום של גוגל נמצאת תמיד תחת פיקוח של הכללים המופיעים שם. כל זה מדובר בעבירות "קלות" הגורמות להשהייה, יתכנו מקרים שבהם גוגל ירגישו כי מה שאתם עושים פוגע בכללים באופן שערורייתי ואז התגובה של גוגל תהיה חמורה יותר, אם תמשיכו לשבור את הכללים גוגל פשוט תסגור לכם את חשבון האדוורדס לתמיד! אל תקלו בכך ראש, גוגל מסוגלת לזהות אתכם גם אם תתחפשו בכל פעם למישהו אחר.

לעיתים כמו שקרה ב"סטירה של גוגל" חלק מהמפרסמים שהושהו, הורשו להמשיך ולפרסם אבל תחת פיקוח הרבה יותר קפדני מאשר מקודם, ולאחר שבצעו שינויים באתרים שלהם ובשיטות העבודה שלהם. אתרים שמפיצים תוכנות זדוניות, אתרים המשמשים ל"גניבת" זהויות או פרטים אישיים "ועפו" מן המערכת באופן מידי. שימוש בביטויים המבטיחים לדוגמא רווחים קלים, מייד יעלה את האתר שלכם לרדאר של גוגל, ולכן גם אם יש לכם מוצר שבסופו של דבר אמור לייצר למשתמשים בו רווח כספי כדאי שתבחרו את המילים שלכם בקפדנות ואל תבטיחו הבטחות מוגזמות. במקום להשתמש בהבטחה כמו "איך להרוויח 10 מיליון דולר לחודש במדיה החברתית" התרכזו יותר במוצר או במערכת שיש לכם גם אם בסופו של דבר המשתמשים יוכלו על ידי שימוש בהם להרוויח 10 מיליון דולר בחודש מהמדיה החברתית, ותבטיחו משהו כמו: "איך לנהל את השיווק במדיה החברתית בעבודה של 10 דקות ליום". בכל מקרה כאשר יש לכם ספק אל תזכירו כסף. גוגל כמו רוב האנשים איננה אוהבת הבטחות גרנדיוזיות, בדרך כלל אין בהן הרבה אמת וחשוב שלא תבטיחו דברים מוגזמים.

## 2. הגדל את הסמכותיות של האתר שלך

במקרים רבים אנחנו משתמשים באתרים שבהם עמוד אחד כעמוד נחיתה, אתר כזה לא יחשב כאתר סמכותי. עדיף לשים את עמוד הנחיתה של הקמפיין שלכם בתוך האתר שלכם ביחד עם עמודים של תוכן איכותי. דף נחיתה באתר של עמוד אחד יקבל ציון איכות נמוך לעומת דף נחיתה הנמצא בתוך אתר מלא בתוכן. הדבר הזה נובע מתוך הגישה של גוגל להפנות את הגולש לאתרים איכותיים וליצור אצלו חווית גלישה טובה.

המשך בעמוד הבא...



**קידום אתרים (SEO) = ציון איכות גבוה יותר** גוגל רוצים שגולש יגיע לאתר שהוא אתר אמיתי ולא איזשהו דף שהוקם רק לצורך מסע הפרסום, הנה כמה תכונות כלליות לאתר אמיתי:

- ✓ 10-20 מאמרים **מקוריים** העוסקים בנושא שבו עוסק האתר.
- ✓ אורך כל מאמר לפחות 500 מילים, ככל שהמאמר ארוך יותר – כך טוב יותר. מילות המפתח חייבות להופיע לאורך כל המאמר בצורה הגיונית ולא מוגזמת (אל תתיחסו למושג "צפיפות" שמושמע מידי פעם בהקשר לכך), רצוי שמילות המפתח יופיעו גם בהתחלה וגם בפסקה האחרונה ולאורך כל המאמר וזאת על מנת לשמור על רצף של התוכן.
- ✓ קישורים נכנסים מאתרים טובים (בניגוד לקישורים מאתרים השייכים לסביבה ה"גרועה" שהוזכרה בסעיף 1).

במילים אחרות אם בבניית האתר שלכם אתם מתייחסים לכללים של קידום אתרים אורגני זה יעזור לכם גם בקמפיינים שלכם במערכת הפרסום של גוגל. בניית כמה עמודי נחיתה באותו נושא עם תוכן שונה יהיו טובים בעיני גוגל וגם יאפשרו לכם לשלוח תנועה לכל אחד מהם ולבדוק איזה דף ממיר טוב יותר ולמה.

### 3. כל המידע הדחש מופיע בצורה בחרה וכולטת

גוגל רוצה לראות את כל הדברים הללו בעמודי האתר שלך כולל עמודי הנחיתה של הקמפיינים:

#### פרטים ליצירת קשר:

- הפרטים צריכים להופיע בכל העמודים אם במלואם או כקישור, והם צריכים להראות בצורה בולטת.
- הפרטים צריכים להכיל יותר מרק כתובת אימייל, צריך לכלול גם כתובת פיסית ומספר טלפון, טופס יצירת קשר איננו מספיק כי הוא בעצם בקשה של הגולש ליצור איתו קשר, ההיפך הוא הנחוץ – אפשרות של הגולש ליצור קשר איתכם.
- הטמעה של מפה של גוגל בעזרת גוגל מקומות(היום פלוס+) גם היא תורמת אם העסק שלכם נמצא בכתובת מסויימת שאליה אפשר להגיע על מנת לתקשר איתכם.

#### אודות:

למרות שמבחינה שיווקית זה לא הנושא שהכי מעניין את הגולש, הפרטים אודותך ואודות העסק שלך מביאים יותר שקיפות לגולש, גם כאן כדאי להוסיף פרטים ליצירת קשר. תמונה שלכם תוסיף מימד אישי לעמוד.

#### הגבלות ותנאי שימוש או תנאי שירות:

גוגל משתמשת בתנאים והגבלות בכל מוצר או שירות שלהם, ניתן להשתמש בהם תוך כדי התאמה למוצר שלכם.

#### מדיניות הפרטיות:

זוהי חובה אם אתם במסגרת הקמפיין שלכם אוספים נתונים על הלקוחות שלכם כמו שמות וכתובות אימייל.

#### קישור למפת אתר:

מפת אתר מאפשרת לגולש לראות את התמונה הרחבה של האתר מבלי צורך לעבור בין הדפים, זהו מצד אחד מידע טוב ונוח לשימוש ומצד שני הצהרה שלך שאין לך מה להסתיר וכי כל חלקי האתר שלך גלויים לכולם. זוהי גם שיטה טובה לתת לגוגל רשימה של כל העמודים באתר על מנת שיקל לגוגלבוט (הרובוט של גוגל) למצוא אותם.



## 4. שימוש במילות המפתח בעמודים ובכתובות

תמיד טוב ונכון להשתמש במילות המפתח גם בשם הדומיין כמו ב- [www.פרסום-בגוגל.com](http://www.פרסום-בגוגל.com), במידה ואין שם דומיין פנוי עם מילת המפתח שלכם השתמשו בה בכתובת הדף שלכם (URL) כמו ב- <http://www.zahavkesef.com/בלוג/>. הדבר הזה עוזר בהבנת נושא האתר והרלבנטיות של המילים הללו מביאות איתן גם סמכותיות.

## 5. דאג שהניווט באתר יהיה בחר והגיוני

כל גולש המגיע לאתר צריך להיות מסוגל לנווט בין דפיו בקלות הנה מה שגוגל אומרים על כך בעצמם:

*"חיונית דף הנחיתה מתייחסת לשאלה עד כמה טובה תהיה החוויה של אדם שמגיע לדף הנחיתה שלך (דף האינטרנט שאליו הוא מגיע לאחר לחיצה על המודעה). תוכל לשפר את חוויית דף הנחיתה - ואת ציון האיכות שלך - על ידי התמקדות בשלושה מרכיבים: תוכן מקורי ורלוונטי, שקיפות וקלות ניווט."*

חשוב מאוד שתתמקדו בנושא הניווט, קל לבצע זאת אבל יחד עם זאת חשוב מאוד לא להגזים ל"טובה" גם יותר מידי איננו מקובל בעיני גוגל, הדברים החשובים הם:

- מערכת הניווט מעל ל"קיפול" (אותו חלק בדף האינטרנט הנראה לעיני הגולש בלא צורך לגלול כלפי מטה)
- כפתורי ניווט לחיצים, כלומר לחיצה עליהם מעבירה את הגולש לדף הרלוונטי, במידה ויש לך רבים כאלה תוכל להעביר חלקם לצורת קישור כמו למשל – מדיניות הפרטיות זהו דף חשוב מבחינת ציון האיכות אבל גם קישור בולט מספיק במידה וסרגל הניווט עמוס.
- גוגל "אוהבים" לוגו לחיץ שמעביר את הגולש לדף הבית.

**בקיצור – בנו אתר שהניווט בו יהיה פשוט ומובן ושגולשים שמגיעים אליו לא ירתעו מלהשתמש בו.**

## 6. שפר את מהירות העליה של דף הנחיתה שלך

זמן טעינת הדף הוא משך הזמן שלוקח לגולש לראות את דף הנחיתה שלך מרגע ההקלקה על המודעה שלך, זהו נושא חשוב היות והוא משפיע גם על איכות הגלישה של הגולש וגם על ציון האיכות, עד כמה שזה נשמע בלתי יאמן אבל זמן טעינת הדף יכול לקבוע את הצלחתו או אי הצלחתו של הקמפיין שלך בגוגל.

למעשה גוגל מגדירה לכל ביטוי חיפוש זמן טעינת דף המסתמך על ממוצעים של האתר שלכם ושל אתרים אחרים, למזלנו הנתון הזה איננו מוסתר מאיתנו ועל כל מילת/ביטוי חיפוש אני יכולים לראות בחשבון האדוורדס שלנו, את תוצאות הבדיקה שגוגל מבצע על מהירות טעינת הדף יחד עם ציון האיכות שלה. ציון איכות מתחת ל-5 הוא ציון איכות גרוע שאומר שהתנועה שגוגל שולח אליכם היא מועטה ועולה לכם ביוקר. באותו חלון גוגל גם מדווח לכם על דברים שתוכלו לשפר בשלושה תחומים:

- **רלבנטיות** – הרלבנטיות של מילות המפתח לתוכן האתר, חשוב שיהיה קשר הדוק ביניהם.
- **איכות דף הנחיתה** – שוב מדד הקשור לרלבנטיות של ביטוי החיפוש לתוכן העמוד.
- **זמן טעינת דף** – גוגל נותנת לך טיפים לשיפור זמן טעינת הדף.

המשך בדף הבא...



## 7. בחר מילות המפתח הרלבנטיות ביותר עבורך

כלי מילות המפתח וכלים נוספים עליהם תוכל לשמוע במסגרת הקורס המלא לפרסום בגוגל שאני מעביר (פרטים בסוף המסמך) יעזור לך למצוא את המילים הרלבנטיות לביטוי החיפוש הראשי שלך. קמפיין נכון איננו יכול להיות מכוון לכל מילות המפתח האפשריות ולכן עליך לבחור מתוך הרשימה שגוגל מציעה לך באמצעות הכלי למילות המפתח. ישנם אלמנטים רבים שחשובים בבחירת מילות מפתח אבל לדעתי חשוב להשתמש בשלושה מדדים בתחילת קמפיין נניח ואני בונה קמפיין על 15 מילות מפתח אחלק אותם כך:

- ✓ 5 מילות מפתח רלבנטיות בעלות נפח החיפוש הגדול ביותר, אני ממליץ על בדיקה של "התאמה מדוייקת" או לפחות "התאמה לביטוי" בבואנו לבדוק נפח חיפוש. בדרך כלל לביטוי חיפוש אלו התחרותיות תהיה הגבוהה ביותר וכך גם מחירן אבל שימוש בהן בעיקר בהתחלה, זוהי שיטה טובה לייצר ציון איכות טוב למרות ההוצאה הכספית הגבוהה. מאוחר יותר במהלך הקמפיין תוכלו לבצע שיפורים.
- ✓ 5 מילות המפתח בעלות התחרותיות הנמוכה ביותר.
- ✓ 5 מילות המפתח "מוכרות"(מלשון מכירה) המעודדות קניה שתוכלו לשלב אותן עם מילות המפתח שלכם.

### מהי מילה מעודדת קניה?

מילים אלו הן מילים המעודדות את הגולש לבצע פעולה כגון: שירות, פתרון, משווק, חנות, מכירה מיוחדת, קנה, היכן להשיג, תיקון, השכרה, שחרור, עצור, החלפה, הזמנה, עזרה, טיפ, עצה אינפורמציה, מידע ועוד. כל אלו הן מילים הקוראות לפעולה ושילוב שלהן יחד עם מילות החיפוש יוצר רצון לפעולה אצל הגולש.

כלי מילות המפתח יכול גם לעזור לכם להבין איך גוגל מבין את האתר שלכם. על ידי הקלדת כתובת האתר תוכלו לראות ניתוח של מילות מפתח שגוגל מוצא אותן כרלבנטיות לאתר שלכם וכך להבין איך האתר שלכם מובן על ידי גוגל.

## 8. בנה את הקמפיין שלך בצורה נכונה ויעילה

אנשים שלא למדו בונים את הקמפיין שלהם בגוגל בדרך כלל בצורה של מילות חיפוש בתוך קבוצת מודעות אחת בתוך קמפיין אחד. אסטרטגייה נכונה היא לייצר יותר מקמפיין אחד על מוצר או שירות ולייצר לכל אחד עמוד נחיתה משלו. רצוי לבנות קמפיין אחד לרשת החיפוש וקמפיין שונה לרשת התוכן, אלו שני עולמות שונים וכל אחד צריך התייחסות משלו. במידה ואתם דואגים לקידום האורגני של האתר שלכם צריך לייצר קמפיין מיוחד עבור גולשים המגיעים מן התוצאות האורגניות, גולשים כאלו מעוניינים בעיקר במידע שלא כמו אלו שהגיעו ממודעות ולכן על מנת להמיר אותם לרוכשים יש צורך בתוכן והתנהגות שונה. חלוקה של קמפיינים עוזרת לנו לנתח בצורה יעילה יותר את התוצאות שלהם.

תנו שמות לקמפיינים כך שיבטאו את המוצר ואת הסוג שלהם כמו: "רשת החיפוש - קורס פרסום בגוגל", השם איננו משפיע על ציון האיכות שלכם. אינכם זקוקים לדף נחיתה עבור כל מילת מפתח אלא אם הן שונות במהותן או הקמפיין שונה במהותו או בסוג הגולשים שמגיעים אליו. על ידי שימוש בביטוי חיפוש אחד לכל קבוצת מודעות, תוכלו לראות אילו מילים מביאות לכם תוצאות ואילו מודעות עושות זאת בצורה הטובה ביותר.

## 9. תכנן את המודעות שלך בקפדנות

- ✓ הקפד שמילת המפתח תופיע בכותרת המודעה (וגם בכותרת דף הנחיתה).
- ✓ דאג שמילת המפתח או מילה רלבנטית אליה תופיע בכל שורה של המודעה, אל תכפה את הכלל הזה בצורה שתגרום למודעה שלך להיות לא ברורה ומובנת לכולם.
- ✓ הבטח משהו אמיתי וספציפי כמו "צעד אחר צעד" "למתחילים" וכו'



## 10. עקבו אחר הקמפינים שלכם באופן מסודר

כמו ערוגת פרחים כך גם הקמפיין שלכם דורש תשומת לב, מומלץ לבצע מעקב ושיפור לפחות פעם בשבוע, את השיפורים הראשונים מומלץ לעשות לאחר כחלוף שבועיים בהם יצטברו מספיק נתונים שיעזרו לכם להחליט מהו השינוי הנכון לעשותו, להלן כמה קווים מנחים:

"השהו" כל קבוצת מודעות שציון האיכות שלה הוא בין 4-1. השתמשו במדריך הזה על מנת להבין מדוע ציון האיכות שלכם כל כך נמוך. אם הבעייה איננה ניתנת לפתרון למשל בגלל נפח חיפושים נמוך או אי רלבנטיות כמו מטריות בקיץ עדיף שתסירו את המודעות ומילות המפתח האלו מחשבונכם (שימרו אותם בקובץ לשימוש לכשתגיע העונה), כי אם יש בחשבונכם מילות מפתח ומודעות בעלות ציון איכות גרוע במצב של השהיה, עדיין יש לזה השפעה על ציון האיכות הכללי שלכם.

מנסיון נראה לי כי 5 מודעות בכל קבוצת מודעות משפרות במעט את ציון האיכות, בכל שבוע נסחו מחדש את השתיים שעובדות פחות טוב, נסו לחפש מילים חדשות במקום מילים שאתם מקבלים בהן מיקומים גרועים. בידקו בגוגל אנליטיקס איזה מיקומים נותנים לכם תוצאות טובות יותר וכוונו אליהם. אם אינכם יודעים להשתמש בכלי הזה הנכם מוזמנים לקורס המלא לפרסום בגוגל שבו תלמדו גם את הנושא הזה, ול-100 הראשונים הוא ינתן בחינם!

בדקו עד כמה אתם יכולים להעלות את הצעת המחיר שלכם על מנת להופיע במקומות הגבוהים (יש גם כלי שעוזר לזה...).

## קורס הפרסום בגוגל (100 הראשונים יקבלו אותו בחינם)

זה הזמן לדבר קצת על הקורס המלא לפרסום בגוגל שאני מציע: מאה הראשונים שירשמו לקורס, יקבלו את הקורס הזה למעשה בחינם! יותר מכך: הבונוסים אותם אני נותן, אפרט על כך בהמשך, ששוויים 498 שקלים מעבר לעלות הקורס יביאו אתכם למצב שאתם מקבלים כסף ממני על מנת ללמוד להרוויח כסף באמצעות פרסום בגוגל! הבונוסים הללו כרגע אינם מוגבלים לכמות מסויימת של נרשמים אבל כדאי לכם לנצל את ההזדמנות הזו כל עוד היא קיימת, וזה לא יהיה קיים תמיד! מעבר ל-100 הנרשמים הראשונים, כל האחרים עדיין יוכלו לכסות את ההוצאה שלהם בזמן קצר ביותר. הקורס כולל סרטוני וידאו המסבירים את כל הנושאים הרלבנטיים לניהול ואופטימיזציה של קמפיין בגוגל, בנוסף לכך תלמדו גם על הכלים שגוגל נותן לכם בחינם, ועל אפשרויות מתקדמות שתאפשרנה לכם למקסם את הרווחים שלכם. לאחר ביצוע התשלום תוכלו להכנס לאתר של הקורס וללמוד את החומר בקצב שלכם ובזמן המתאים לכם, בכל שיעור תוכלו לשאול שאלות, לקבל תשובות וללמוד מתוך שאלות שנשאלתי על ידי אחרים. תוכלו להכיר אנשים מיוחדים כמוכם שהחליטו להשקיע בעצמם ולהשיג תוצאות שאחרים אינם יכולים להשיג, אני בטוח שההכרות הזו תיצור ביניכם קשרים שיאפשרו לכם להשיג דברים נוספים מעבר למה שתקבלו בקורס.

איך יקבלו מאה הראשונים את הקורס בחינם? ובכן מחיר הקורס כרגע הוא רק 400 שקלים כולל מע"מ, כל מאה הנרשמים הראשונים שירשמו לקורס, יקבלו ממני 400 ש"ח לפרסום בגוגל, אז אם עד היום עוד לא פתחתם חשבון אדוורדס הרווחתם פעמיים: גם תלמדו איך לפתוח אותו בצורה הנכונה ביותר, וגם תקבלו 400 ש"ח לתוכו ממני כמתנה. במידה וכבר קיים ברשותכם חשבון אדוורדס, לא אוכל לתת את 400 הש"ח ובמקום זאת יקבל אותו נרשם שני מפגשים אינטרנטיים אישיים איתי, כל מפגש בן שעה אחת כשבכל אחד מהם נעבוד ביחד על אופטימיזציה של הקמפינים שלו. את המחיר הזול הזה, רק 400 שקלים כולל מע"מ, אני מתחייב לא לשנות למאתיים הנרשמים הראשונים, אבל רק 100 מהם יקבלו 400 ש"ח לחשבונם היתר יקבלו 200 ש"ח לחשבון הפרסום שלהם. לאחר מכן המחיר יעלה ל-697 שקלים.

אני רוצה לספר לכם על הבונוסים הנוספים אותם אתן לנרשמים לקורס, כרגע ללא הגבלת מספר המקבלים, אבל אל תדחו את החלטתכם כי הבונוסים הללו ייעלמו בתוך תקופה קצרה. בנוסף להפקדה בחשבון האדוורדס או לחילופין שעתיים איתי, יקבלו מאה הנרשמים הראשונים ואלו שאחריהם לתקופה מוגבלת, זכות לחברות חנימית במשך שלושה חודשים באתר החברים של הקורס, שבו תוכלו לקבל מידע עדכני על חידושים ושינויים בתחום הפרסום בגוגל ורעיונות ודוגמאות לפרסום. בכל שבוע לסירוגין אנתח קמפיין



פרסומי אחד או אענה על שאלות החברים שיגיעו אליי. ערך הבונוס הזה הוא 297 שקלים! רק זה מביא אתכם למצב שאתם מקבלים כסף בכדי ללמוד, לחסוך, ולהרוויח כסף מפרסום בגוגל אבל זה לא הכל!

ישנו מיזם חדש שאני שותף בו ומטרתו לתת לכם מידע על נושא שיכול לגרום לכם להשיג את כל העושר שאתם זקוקים לו! לאחר ההרשמה תקבלו קישור לדף המיועד לנרשמים בלבד, הכנסו לדף, צפו במצגת המסבירה את הנושא החשוב הזה, ובמידה ותחליטו להרשם תקבלו זיכוי בגובה חברות תלת חודשית ברמת נחישות במועדון העושר החדש. ערך הבונוס הזה 201 ש"ח!

סך כל הבונוסים ל-100 הנרשמים הראשונים 898 ש"ח, למאה הבאים 698 ש"ח. אבל אני רוצה לעשות עוד משהו על מנת להסיר ממכם את החשש ועל מנת שתהיו לגמרי רגועים ובטוחים בכדאיות ההשקעה שלכם, אני נותן לכם את **האחריות המיוחדת שלי שבעצם מסירה מכם כל סיכון**: לאחר ההרשמה תוכלו לגשת לסדרת השיעורים הראשונים העוסקת בהסבר על מערכת השיווק באינטרנט ועל ההבדלים בין השיווק המורשה שבעצם מוזמן על ידי הלקוח הפוטנציאלי שלנו, לבין השיווק הנדחף שאיננו רצוי על ידו, תלמדו להכיר את מערכת הפרסום של גוגל במנוע החיפוש, ברשת התוכן וביוטיוב, תלמדו על מערכת הפרסום בפייסבוק ועל ההבדלים ביניהן. תלמדו ותוכלו לפתוח חשבון אדוורדס בגוגל על מנת להעלות קמפיין פרסום שלכם דרכו, ותלמדו איך לייצר את הקמפיין הפרסומי הראשון שלכם. אם עד לרגע זה לא תהיו משוכנעים שהקורס הזה הוא בשבילכם, אזכה אתכם על פי בקשתכם בכל הסכום ששילמתם עבור הקורס בסך 400 ש"ח, ועדיין אשאיר בידכם את שני הבונוסים הנוספים של חברות במועדונים.

**הבונוס של 400 ש"ח להפקדה בחשבון האדוורדס שלכם או בונוס המפגשים האינטרנטיים איתי לצורך העבודה על הקמפיין שלכם לא ינתן לכם אלא רק לאחר שתאשרו את המשך השתתפותכם בקורס.**

זהו אם אתם אנשי עסקים ויודעים לעשות חשבון תוכלו להבחין בקלות שבעצם אתם מקבלים כסף על מנת ללמוד איך לבנות קמפיין פרסומי מוצלח במנוע החיפוש, ברשת התוכן, ביוטיוב ובפייסבוק, שתאפשר לכם לבנות קמפיילים גם במנועי חיפוש וברשתות חברתיות אחרות, להצליח בהם ולשלם למפעיליהם פחות מן המתחרים שלכם ובכך לשמור על היתרון היחסי שיש לכם מולם, בעצם זה כל מה שצריך. מהרו והחליטו כי כאמור רק מאה הראשונים ישלמו את המחיר הזה ויקבלו את הבונוסים המדהימים האלה.

אני רוצה לאחל הצלחה רבה לכל מי שישתתף במה שלימדתי פה למרות שאני יודע בודאות שיצטרך עוד ללמוד הרבה דברים ולשלם הרבה כספים מיותרים בדרך, ולכל מי שיצטרף איתי לקורס אני רוצה לאחל ברוך הבא לעולם המופלא של שיווק באינטרנט עולם שבו כל חתול יכול להראות ולהשמע כנמר אמיתי!

אשמח לשמוע את תגובותיכם [באתר פרסום בגוגל](#)

**תודה על תשומת ליבכם!**