

Sau đây là các cách giúp bạn **quảng cáo** trên **Google AdWords** hiệu quả Nếu bạn muốn chắc chắn rằng khách hàng mục tiêu sẽ tìm thấy trang web của bạn thì bạn cần cả tối ưu hoá trang web (Search Engine Optimization-**SEO**) và quảng cáo trả tiền cho mỗi lần kích chuột (Pay Per Click- **PPC**).



Quảng cáo trên Google AdWords như thế nào mang lại hiệu quả cao?

1. Link đến các trang đích đến liên quan

Trừ khi trang chủ của bạn là trang bán hàng mục tiêu, nếu không bạn không nên sử dụng trang chủ để làm trang đích đến của bạn. Thay vào đó bạn hãy làm link đến một trang sản phẩm hay dịch vụ cụ thể. Làm điều này bằng cách nào? Bạn có thể tạo ra các trang đích đến liên quan cho quảng cáo, các trang này sẽ trình bày các nội dung hữu ích liên quan mà chắc chắn khách hàng muốn tìm kiếm. Thêm vào đó, trang đích đến phải có thiết kế bắt mắt, nội dung chặt chẽ nếu muốn thực sự thu hút khách hàng.

2. Tối ưu hoá những cài đặt chiến dịch

Trước tiên, hướng đến khách hàng mục tiêu bằng cách chọn ngôn ngữ và quốc gia bạn muốn chinh phục. Điều này rất quan trọng nếu bạn muốn quảng cáo trên **Google AdWords** thành công.

Nếu bạn mới chỉ bắt đầu sử dụng quảng cáo trên Google AdWords thì tốt nhất bạn chỉ nên chọn "Google Search" (tìm kiếm trên Google" trong chức năng hệ thống. Khi bạn chọn "Search Network" (hệ thống tìm kiếm) và "Content Network" (hệ thống nội dung), bạn sẽ yêu cầu các quảng cáo của bạn hiển thị trên các hệ thống phụ khác. Kết quả của điều này là quảng cáo có thể nhận thêm nhiều lần nhấp chuột nhưng không có nghĩa là bạn kinh doanh hiệu quả hơn.

3. Kiểm tra các quảng cáo phức tạp

Quảng cáo trên Google AdWords có một đặc điểm đó là quảng cáo theo hình thức này cho phép bạn kiểm tra các quảng cáo phức tạp cùng một lúc. Do đó, bạn có thể tìm ra quảng cáo nào đem lại tỷ lệ kích chuột cao hơn. Nếu bạn muốn tạo ra từ 3 đến 5 quảng cáo, những quảng cáo này sẽ hiển thị các kết quả khác nhau và mang lại lợi ích khác nhau. Khi bạn có thể nhận ra quảng cáo nào thể hiện tốt nhất bạn có thể loại bỏ những quảng cáo hoạt động không hiệu quả.

4. Chèn từ khoá mục tiêu vào quảng cáo

Tôi thích sử dụng Wordtracer để tìm những từ khoá tối ưu. Khi tôi đã tìm thấy những từ khoá tốt nhất, tôi sẽ chèn chúng vào tiêu đề và phần miêu tả của quảng cáo. Điều này rất có lợi vì Google sẽ đánh dấu và in đậm các từ khoá đã được tìm kiếm trong quảng cáo của bạn.

Điều này rất quan trọng vì các nghiên cứu đã chỉ ra rằng khi con người lướt qua kết quả tìm kiếm, họ sẽ tìm các từ khoá nào họ đã từng vào. Bôi đen các từ khoá đã được tìm kiếm sẽ giúp quảng cáo của bạn thu hút được sự chú ý của người truy cập nhiều hơn. Đồng thời, Google sẽ là người đầu tiên cho bạn biết các quảng cáo với các từ khoá đã được tìm kiếm thông thường có hiệu quả cao hơn các quảng cáo không chứa các từ khoá đã được tìm kiếm.

Tôi cũng khuyên rằng bạn nên đặt từ khoá trong ngoặc "[]". Ví dụ: bạn sẽ bán giấy thể thao, bạn cho cụm từ đó vào trong ngoặc [giấy thể thao], khi đó quảng cáo của bạn sẽ hiển thị cho cụm từ khoá chính xác. Nếu ai đó đánh các cụm từ khác (ví dụ "siêu thị giấy") thì quảng cáo của bạn sẽ không hiển thị.

5. Quảng bá lợi ích

Xác định những lợi ích nổi bật nhất của sản phẩm hoặc dịch vụ và đưa chúng vào trong quảng cáo của bạn. Ví dụ: giảm cân nhanh, trẻ trung hơn... Tuy nhiên, hãy nhớ một điều rằng người xem chỉ đi tìm những sản phẩm, dịch vụ họ thực sự cần.

6. Chèn vào quảng cáo các từ hấp dẫn

Hãy bắt đầu tiêu đề với những từ miêu tả hấp dẫn như "Miễn phí, Nhiều hơn, Mới, Khám phá..." Tuy nhiên những từ giống như tốt nhất hay hoàn hảo nhất thì bạn nên tránh sử dụng.

7. Sử dụng từ ngữ kích thích cảm xúc người xem

Từ ngữ phát sinh cảm xúc hay sự nhiệt tình sẽ tạo nên nhiều phản ứng hơn bất cứ điều gì. Hầu hết người xem trực tuyến đều tìm kiếm một giải pháp cho một số vấn đề. Nếu bạn có thể đưa ra một giải pháp marketing và cùng lúc đó thu hút cảm xúc của họ thì quảng cáo của bạn chắc chắn sẽ có nhiều người truy cập hơn.

Sau đây là một số cụm từ có thể đáp ứng được nhu cầu của bạn: tiết kiệm ngay từ bây giờ, giảm giá, khám phá, khuyến mại đặc biệt...

Những cụm từ dưới đây bạn cũng khó có thể bỏ qua:

- Mời bạn...
- Tiết kiệm 50% và mua ngay bây giờ
- Download miễn phí
- Hãy đặt ngay hôm nay
- Ngày mai kết thúc đợt giảm giá
- Hãy tham gia ngay ngày hôm nay

8. Sử dụng ưu thế sản phẩm độc nhất - USP (Unique Selling Proposition)

Sử dụng ưu thế sản phẩm độc nhất trong quảng cáo của bạn. Chính điều này tạo nên sự khác biệt và phân biệt bạn với các đối thủ cạnh tranh. Điều gì làm cho sản phẩm hay dịch vụ của bạn tốt hơn, khác biệt với các đối thủ cạnh tranh? Hãy thể hiện tất cả trong quảng cáo của mình.

9. Loại bỏ một số từ nếu không ảnh hưởng gì

Loại bỏ một số từ không có ích đi, làm sao cho các câu trong quảng cáo của bạn càng ngắn gọn, súc tích càng tốt. Đôi khi những từ thừa có thể thể hiện sự thiếu tính chuyên nghiệp trong việc làm quảng cáo.

10. Tránh những người tìm kiếm sản phẩm/dịch vụ miễn phí

Có rất nhiều người chỉ đi tìm kiếm các sản phẩm miễn phí, do đó bạn không cần số lần kích chuột từ những người này bởi lẽ họ thực sự không có nhu cầu mua hàng. Có thể tránh họ bạn sẽ có số lần kích chuột vào quảng cáo ít hơn nhưng điều đó không hẳn là không có lợi vì quảng cáo của bạn sẽ chỉ thu hút các khách hàng thực sự, sẵn sàng thanh toán cho sản phẩm/dịch vụ mà họ cần. Thêm vào đó, giá quảng cáo trên Google AdWords cũng thấp hơn.

Nếu bạn có thể vận dụng thành công các chiêu thức trên, chắc chắn quảng cáo trên Google AdWords của bạn sẽ mang lại hiệu quả cao.