

谷歌广告后台优化方向

关键词

✔ 没流量?

没展示? — 按建议出价20%提高出价?

换关键词

B端词

长尾词/属性词

产品词

品牌词

换地域, 扩大投放范围

💡 没转换?

有点击

超过70次点击, 仍然没有转换 — 暂停

没超过70次点击 — 等待

广告

✔ 点击率低?

改广告文案

添加广告附加信息

附加链接

附加摘要

附加图片

附加宣传

附加电话

出价策略

✔ ECPC

💡 最多转换 (Max conversion)

目标每次转换

设备

✔ PC端转换数量是否更多和询盘成本是否更低?

💡 手机端转换数量是否更多和询盘成本是否更低?

地域

有没有国家和地区转换特别好, 拿出来单独创建广告系列?

有没有国家或地区转换特别差, 直接暂停掉?

作用域

有没有词组匹配的关键词转换的非常好, 把转换好的词以广泛匹配的形式重新创建广告组

两个作用域的广告组跑了一段时间, 转换效果差距很多, 有没有必要再把两个广告组拆分为独立的广告系列?