

Spis treści

Od autora	9
Wstęp	11
Porządek książki	12
Relacja z klientem jako podstawa współczesnego biznesu	13
Od jakości do wartości	13
Relacje vs transakcje	14
Marketing bezpośredni i jego formy	15
Marketing internetowy jako forma marketingu bezpośredniego	17
Reklama internetowa w Polsce	19
Budowanie relacji w marketingu internetowym	21
Najważniejsze wskaźniki marketingu internetowego	23
Reklama w wyszukiwarkach jako element marketingu internetowego	25
Istota wyszukiwania i związane z tym możliwości	25
Wyszukiwanie a reklama	26
Postrzeganie linków sponsorowanych w Polsce	30
Dlaczego płacić za wyszukiwanie, skoro może być darmowe?	31
Google	35
Narodziny Google	36
Filozofia Google	37
Początki reklamy w Google	40
Powierzchnia reklamowa w Google	41
Modele płatności w Google AdWords	48
ROZDZIAŁ 1. Podstawy	51
Podstawy Google AdWords	51
Od czego zacząć?	52
Ile kosztuje prowadzenie kampanii AdWords?	54
Na czym polega zasada dopasowania?	55
Pionowy start – zakładanie konta AdWords	60
Analiza przypadku: kampania – lecznica dla zwierząt	60
Analiza konkurencji	65
Zakładanie konta AdWords w dziewięciu krokach	67
Podstawy zarządzania kontem AdWords	84
Ogólny widok konta	85

Podstawowe wskaźniki AdWords	90
Pierwsze kroki w kampanii AdWords.....	95
Rozwój kampanii	106
ROZDZIAŁ 2. Zarządzanie elementami kampanii AdWords	119
Zarządzanie słowami kluczowymi	119
Wybór dopasowania dla słów kluczowych	132
Operowanie słowami kluczowymi	137
Dodawanie, kasowanie i edytowanie słów kluczowych	138
Edytuj ustawienia słów kluczowych	141
Techniki zarządzania słowami kluczowymi.....	144
Grupowanie słów kluczowych	145
Zarządzanie gwiazdami i długim ogonem.....	149
Ustalanie CPC dla słów kluczowych	152
Tworzenie i operowanie na reklamach.....	152
Cel reklamy	153
Reklama tekstowa AdWords.....	156
Tworzenie reklam tekstowych Google AdWords	156
Inne rodzaje reklam	165
Reklama graficzna.....	166
Reklama wideo.....	170
Reklama na telefony komórkowe.....	171
Reklamy lokalne.....	176
Inne formy reklamy	181
Tworzenie stron docelowych dla Google AdWords.....	184
ROZDZIAŁ 3. Zaawansowane aspekty kampanii AdWords.....	191
Panel ustawień kampanii AdWords.....	191
Zmiany ustawień kampanii AdWords.....	191
Ustawienia podstawowe.....	194
Planowanie reklam	200
Preferencje pozycji.....	202
Sieci, czyli miejsce wyświetlania reklam.....	209
Odbiorcy docelowi, czyli wybieranie języka, obszaru i danych demograficznych	212
Ustalanie budżetu kampanii	216
Wskaźnik ROI kampanii AdWords.....	216
Średnia wartość kliknięcia	218
Wartość życiowa klienta	218
Tworzenie kampanii na miejsca wyświetlania reklam.....	219

Testowanie – esencja Google AdWords.....	225
Co można testować?.....	226
Ile dokładnie możemy zyskać dzięki testom?.....	226
Jak testować?.....	227
Ile kliknięć potrzeba minimalnie do rozstrzygnięcia testu?.....	229
Co możemy testować?.....	229
Raporty w Google AdWords.....	230
Tworzymy nowy raport.....	230
Rodzaje raportów.....	231
Ustawienia raportów.....	236
ROZDZIAŁ 4. Narzędzia AdWords.....	239
Edytor AdWords.....	239
Jakie zalety posiada AdWords Editor?.....	239
Zmiany elementów w wielu reklamach.....	242
Testowanie przekazu, czyli modyfikacje istniejących reklam.....	243
Identyfikacja zduplikowanych słów kluczowych.....	244
Grupowanie słów kluczowych.....	245
Przenoszenie i operowanie na reklamach.....	246
W jaki sposób podzielić kampanię według sieci za pomocą edytora?.....	247
Google Analytics – darmowe statystyki.....	248
Czym się różni Google Analytics od śledzenia konwersji AdWords?.....	249
Kilka kroków do sprawnego posługiwania się statystykami.....	249
Widok ogólny okna raportów.....	256
Podstawowe wskaźniki w Google Analytics.....	257
Użytkownicy witryny.....	260
Trendy użytkowników.....	263
Źródła odwiedzin.....	266
Sieć partnerska.....	269
Cele.....	278
Filtry.....	284
Optymalizator witryny Google.....	288
Tworzenie eksperymentu typu A/B.....	293
Tworzenie eksperymentu w wielu odmianach.....	300
Raporty w Optymalizatorze witryny.....	311
Inne możliwości Optymalizatora witryny.....	313
Podsumowanie.....	314
Inne narzędzia Google AdWords.....	314
Keyword Insertion Tool.....	315

Adpreview	321
Moja historia zmian.....	321
Narzędzie diagnostyczne.....	322
ROZDZIAŁ 5. Google Adsense	325
Program Google Adsense	325
Zanim zaczniesz korzystać z Adsense	326
Pozycjonowanie – podstawowe informacje	326
Podstawy użyteczności strony WWW (webusability)	331
Rodzaje reklam Adsense	335
Otwieranie konta w Adsense.....	339
Pozostałe zakładki Instalatora Adsense.....	345
Raporty Adsense	347
Podsumowanie	348
ROZDZIAŁ 6. Dodatek	349
Podstawowe błędy początkujących	349
Praca z wieloma kontami AdWords	350
Google Advertisement Professional	353
Wykorzystanie poczty Gmail do weryfikacji treści kampanii w sieci partnerskiej	354
Adresy przydatnych stron o AdWords	354
Zakończenie.....	357
Bibliografia.....	359
Spis ilustracji.....	361
Skorowidz.....	369