

تبلیغات کلیکی چیست و چگونه می‌توانیم با آن تجارت خود را متحول کنیم؟



نویسنده: مهران منصوری فر

تبلیغات کلیکی روشی نوین و بسیار کاربردی برای توسعه و پیشرفت تجارت‌های آنلاین است. ما در این مقاله قصد داریم تا به معرفی، توصیف و بررسی این نوع بازاریابی بپردازیم و راه و روش‌های کسب درآمد از طریق آن را توضیح دهیم.

- دنیای بازاریابی آنلاین دارای بخش‌های مختلفی است که می‌توان گفت اکثریت تجارت‌ها شناخت درستی از آن‌ها ندارند. یکی از این بخش‌ها نوعی بازاریابی با عنوان بازاریابی تبلیغات کلیکی یا Pay Per Click می‌باشد که در صنعت بازاریابی دیجیتالی آن را PPC می‌نامند.

بازاریابی با تبلیغات کلیکی (PPC) چیست؟

با یک تعریف ساده می‌توان گفت که بازاریابی با تبلیغات کلیکی یا پرداخت به‌ازای کلیک راهی برای استفاده از موتورهای جستجو به منظور کسب بازدید از طریق کلیک‌های کاربران به صورت تبلیغات است. از بارزترین مثال‌های موجود برای تبلیغات کلیکی، تبلیغات اسپانسرگی گوگل در صفحات نتایج موتور جستجوی گوگل است. این سیستم گسترده‌ی تبلیغاتی گوگل Google AdWords نام دارد و دارای چندین بخش است که برخی از آن‌ها تبلیغات کلماتی در موتورهای جستجو، تبلیغات کلیکی در سایت‌های اشتراک ویدئویی مثل یوتیوب و همچنین در اپلیکیشن‌های موبایلی می‌باشند.

نحوه عملکرد این نوع تبلیغات بسیار هوشمندانه است. در واقع تبلیغات کلیکی امروزی بر مبنای تبلیغات کلمات کلیدی پایه‌گذاری شده‌اند. به همین دلیل این تبلیغات هوشمندانه خوانده می‌شوند که می‌توان آن‌ها را با سرعت زیاد و با دقت بالا و درست مطابق با کلمات کلیدی انتخابی سفارش داد. شما به‌ازای تعداد کلیک‌هایی که خواهان دریافت هستید، مبلغی متناسب با آن را پرداخت کرده و سفارش خود را تکمیل می‌کنید. مثلاً اگر شما تبلیغ خود را برای ۱۰۰۰ کلیک سفارش داده باشید، به مقدار ۱۰۰۰ کلیک از آی‌پی‌های مجزا کلیک دریافت می‌کنید و به محض رسیدن تعداد کلیک‌ها به حدنصاب، تبلیغ شما حذف خواهد شد. گوگل تبلیغ موردنظر شما را با کلمه کلیدی

تبلیغات کلیکی چیست و چگونه می‌توانیم با آن تجارت خود را متحول کنیم؟

مخصوص به کسب‌وکار شما تطابق داده و در نتایج صفحاتی که کاربران اقدام به جستجو برای کلمات مشابه کرده‌اند به نمایش درمی‌آورد. برای مثال شما خواهان سفارش دادن تبلیغی برای محصول خودتان هستید. مثلاً محصول موردنظر شما ساعت مردانه است. گوگل به‌صورت هوشمند و خودکار کلمه ساعت مردانه را با تبلیغ اصلی شما لینک می‌کند و هر جا در سطح موتور جستجوی گوگل شخصی کلمه ساعت مردانه و یا کلمات مشابه را جستجو کند، سایت شما به‌عنوان تبلیغ نمایش داده می‌شود. این مبحث مهم‌ترین بخش بازاریابی با تبلیغات کلیکی است. ما در ادامه به بررسی بیشتر این موضوع پرداخته و دلایل حائز اهمیت بودن این بازاریابی را ذکر خواهیم کرد.



Google
AdWords



چرا بازاریابی با تبلیغات کلیکی برای همه سودبخش است؟

تبلیغات کلیکی از آن دسته از بازاریابی‌هایی است که برای همه سودآور خواهد بود. در واقع از سه نظر می‌توان گفت که این نوع تبلیغات مفید و مناسب هستند:

- **اهمیت تبلیغات PPC برای کاربران (جستجو کننده‌ها):** تحقیقات نشان می‌دهند که کاربران یا همان افرادی که اقدام به جستجوی کلمات در موتورهای جستجو می‌کنند، به مراتب از تبلیغات کلیکی گوگل بیشتر از دیگر انواع تبلیغات دیجیتالی استقبال می‌کنند. این یعنی کاربران در حالت عادی هیچ اهمیتی به تبلیغات مختلف نمی‌دهند و تنها زمانی تبلیغات برای آنان اهمیت دارد که خودشان با تصمیم قبلی سراغ آن‌ها بروند. همچنین از جایی که ما برای پیدا کردن هر چیزی در اینترنت به سراغ موتورهای جستجو می‌رویم، نتایج به دست آمده که شامل تبلیغات نیز هستند، به شدت با چیزی که ما به دنبالش هستیم رابطه نزدیک‌تری دارند. در کنار این موارد، گوگل از الگوریتمی خاص و بسیار هوشمند به منظور مچ کردن نیازهای کاربران و تبلیغات مرتبط با آن‌ها استفاده کرده است تا کاربران با سرعت بیشتری به چیزی که نیاز دارند دست پیدا کنند.
- **اهمیت تبلیغات PPC برای تبلیغ کنندگان:** با تبلیغات کلیکی، تبلیغ کنندگان فرصتی استثنائی دارند تا بتوانند پیام تبلیغ خود را برای هزاران نفر که دقیقاً به دنبال همان پیام هستند مخابره کنند. تبلیغ کنندگان قادر خواهند بود تا مقدار ترافیک دریافتی از طریق کلیک‌های ثبت شده در موتورهای جستجو را مشاهده کرده و بازدهی تبلیغ خود را متوجه شوند.
- **اهمیت تبلیغات PPC برای موتورهای جستجو:** تبلیغات کلیکی به موتورهای جستجو کمک می‌کند تا در یک زمان بتوانند اطلاعات مورد نیاز جستجو کنندگان و تبلیغ کنندگان را با یکدیگر مچ کنند. چنین چیزی نه تنها به سود جستجو کنندگان و تبلیغ دهندگان است، بلکه باعث ایجاد یک کانال و بستر مجزا و پرمخاطب برای تبلیغات خواهد بود. موتورهای جستجو از این بستر فراهم شده به منظور دریافت سفارش تبلیغات پولی استفاده کرده و درآمد مناسبی از طریق آن برای خود ایجاد می‌کنند. از جمله مهم‌ترین مزایای بازاریابی با تبلیغات کلیکی این است که شبکه‌های تبلیغاتی مثل گوگل به تبلیغاتی که داوطلبان بیشتری دارند فضای بیشتری نمی‌دهند. در واقع یعنی اگر یک تجارت اقدام به سفارش چندین تبلیغ کند، دلیلی بر اولویت داشتن بر تجارت‌های دیگر نمی‌شود. این یعنی اگر تجارت

شما کوچک و نوپا هم باشد، می‌توانید مطمئن باشید که اگر تبلیغ مناسبی ارائه کرده باشید، در نتایج تبلیغات صفحات جستجو نمایش داده می‌شوید. اما چیزی که این شبکه‌های تبلیغاتی به آن اهمیت داده و آن را اولویت قرار می‌دهند، تبلیغات باکیفیت بالا، یعنی تبلیغاتی که برای کاربران مناسب‌تر و مفیدتر باشد، هستند. به عبارت دیگر تبلیغاتی که با متون صحیح و کلمات کلیدی تحقیق شده تدوین شده باشند جزو این دسته از تبلیغات هستند. گوگل به چنین عناوینی پاداش داده و آن‌ها را در اغلب موارد در نتایج اولیه قرار می‌دهد. هرچه کیفیت و مرتبط بودن تبلیغات شما با نتایج جستجوی کاربران بهتر باشد، جایگاه مناسب‌تری نیز برای تبلیغ شما در نظر گرفته شده و در نتیجه، تعداد بسیار بیشتری کلیک روانه سایت شما خواهد شد. دلایل دیگری که باعث می‌شود تا تبلیغات کلیکی برای هر تجارتی مفید باشد عبارت‌اند از:

افزایش نرخ مشتریان: همان‌طور که گفتیم، تبلیغات PPC راهی برای معرفی محصول یا سرویس شما به کسانی که به دنبال همان سرویس یا محصول هستند می‌باشد. به همین جهت پیدا کردن کاربران و مشتریان از طریق تبلیغاتی که خود این افراد به دنبالش هستند، راهکاری فوق‌العاده برای جذب مشتریان ثابت و مستعد خرید است. مسلماً اگر ما به دنبال یک محصول یا سرویس باشیم و در موتورهای جستجو به دنبال آن‌ها بگردیم و اگر نتایج مرتبط و باکیفیت پیدا کنیم، روی آن تبلیغات کلیک خواهیم کرد.

بهبود وضعیت برند با هزینه پائین: از دیگر مزایای تبلیغات کلیکی هزینه پائین و مناسب آن نسبت به دیگر انواع تبلیغات بصری می‌باشد. در حقیقت شما دقیقاً به ازای هر مقدار هزینه‌ای که سفارش کنید، به همان مقدار کلیک یا به عبارت دیگر کاربرانی که پتانسیل تبدیل شدن به مشتری را دارند دریافت می‌کنید. آن هم نه کاربران عادی، بلکه افرادی که متن تبلیغاتی شما برایشان جذاب بوده است. در ضمن از جایی که تبلیغات شما در صورت باکیفیت بودن باعث افزایش بهره‌وری موتورهای جستجو نیز می‌شود، در خیلی از موارد این شبکه‌های تبلیغاتی از جمله گوگل، برای

تبلیغات شما تخفیف قائل شده و همچنین اعتبار صفحات سایت شما را نیز بهبود می‌بخشند.



با این تفاسیر می‌توان گفت که بازاریابی با تبلیغات کلیکی می‌تواند برای هر نوع تجارت بزرگ و کوچکی سودبخش باشد. اما چرا با اینکه خیلی از وبسایت‌ها از این مدل تبلیغات استفاده کرده‌اند، اما بازهم برای آن‌ها نتیجه رضایت‌بخش حاصل نشد؟ دلیل این مسئله نوع اجرا و بی‌دقتی در ثبت این‌گونه سفارش‌ها است. ما پیش‌تر هم گفتیم که نحوه اجرای یک تبلیغ مناسب یا به اصطلاح یک تبلیغ باکیفیت بسیار مهم بوده و اولویت اصلی کل این ماجرا به این نکته مربوط است.

بنابراین اگر شما تصمیم به استفاده از بازاریابی با تبلیغات کلیکی دارید، بهتر است نکات مهمی که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌کنیم را مدنظر قرار دهید.

تبلیغات کلیدی چیست و چگونه می‌توانیم با آن تجارت خود را متحول کنیم؟

آمار و ارقام جالبی که نشان می‌دهند چرا باید از تبلیغات کلیدی استفاده کنیم:

- نزدیک به ۹۸٪ مردم اولین لینک‌های نمایش داده شده در موتورهای جستجو را انتخاب می‌کنند

- بیش از ۶۴٪ از کاربران وقتی به دنبال خرید محصول یا سرویسی خاص هستند، روی تبلیغات گوگل که در صفحات اول دیده می‌شوند کلیک می‌کنند.

- ۷۲٪ از کسانی که اولین سفارش تبلیغات کلیدی خود را ثبت کردند، اقدام به افزایش بودجه خود برای تبلیغات PPC بعدی کردند.

تحقیق کلمه کلیدی برای بازاریابی PPC

به‌طور کل می‌توان گفت که تحقیق کلمات کلیدی از جمله اساسی‌ترین اقدامات یک تجارت برای فعالیت در بستر اینترنت می‌باشد. تأثیر و اهمیت بالای تحقیق کلمه کلیدی در بازاریابی PPC نیز بسیار محسوس بوده و باید گفت که در واقع کسب موفقیت در این نوع بازاریابی به‌صورت کامل به یک تحقیق کلمه کلیدی مناسب بستگی خواهد داشت. یک تحقیق جامع در این زمینه ممکن است چند روز زمان شما را بگیرد اما حداقل مطمئن خواهید بود که با اطلاعات مناسب سراغ این بازاریابی رفته‌اید.

یک کلمه کلیدی مناسب برای یک تبلیغ PPC به ترندها و جریان‌های روز وابسته است. این یعنی ممکن است کلمات کلیدی روی بورس، هر از چند گاهی تغییر کرده و با کلمات مشابه دیگری جایگزین شوند. از این‌رو فراموش نکنید که در این مبحث همیشه به‌روز بوده و با آخرین تغییرات این حوزه همگام باشید. برای این کار می‌توانید از ابزارهای آنلاینی همچون Google Keyword Planner بهره‌مند شوید.

ویژگی‌های کلمات کلیدی مناسب برای بازاریابی با تبلیغات کلیدی شامل موارد زیر است:

کلمه کلیدی مرتبط: تحت هر شرایطی، مطمئن شوید که کلمه کلیدی انتخابی شما دقیقاً با مبحث و عنوان محصول یا سرویس تبلیغاتی شما مرتبط است. چراکه صحت یک ادعا در صورتی که قابل اثبات نباشد فقط منجر به شکست کمپین شما و فروپاشی اعتبارتان خواهد شد. خیلی از تجارت‌ها با تصور اینکه می‌توانند در تبلیغات خود اغراق کرده تا توجه کاربران بیشتری را جلب کنند، مرتکب این اشتباه بزرگ شده و نه تنها هزینه خود را بیهوده صرف کرده‌اند، بلکه در این حالت اعتماد کاربران از نام برند آن‌ها سلب شده و شانس مجدد خود را به صورت جدی از دست می‌دهند. حتی برفرض و اگر به واسطه کلمه کلیدی غیر مرتبط بتوانید کاربرانی را به سمت سایت خود جذب کنید، باعث شده‌اید تا عده‌ای از کاربران نتوانند چیزی که به دنبالش بوده‌اند را در سایت شما پیدا کنند و در نتیجه خیلی سریع سایت شما را ترک کنند. با انتخاب درست و هدفمند کلمات کلیدی نه تنها متهم به ادعای کذب نخواهید شد، بلکه اعتبار و به دنبال آن فروش و سودآوری خود را نیز بیشتر می‌کنید.

کلمه کلیدی جامع: کلمه کلیدی انتخابی شما نه تنها می‌بایست شامل مهم‌ترین و پرتوجه‌ترین کلماتی که توسط کاربران جستجو می‌شود باشد، بلکه باید جامع و در بسیاری از موارد کمی طولانی باشد. اگرچه در حالت عادی پیشنهاد می‌شود تا به کلمات کلیدی کوتاه‌تر بسنده کنید، اما این طرز فکر که استفاده از کلمات کلیدی بلند ممکن است کار درستی نباشد، یک اشتباه رایج در بین وب‌مسترها است. کلمات بلندبالاتر حساس هستند که دلیل برتری شما به خاطر انتخاب آن‌ها این است که هرکسی سراغ این کلمات نمی‌رود. این فرصت باعث می‌شود تا محتوای شما با انحصار بیشتری گسترش یافته و با رقبای خیلی کمتری رقابت کند. همچنین از جایی که این کلمات داوطلبان کمتری دارند، نه تنها رقابت بر سر آن‌ها برای شما ساده‌تر خواهد بود، بلکه هزینه سفارش آن‌ها

نیز کمتر می‌شود. بنابراین کاری که شما باید کنید این است که بعد از تحقیق و پژوهش راجع به کلمات کلیدی مختلف، کلمه‌ای متناسب از هر لحاظ پیدا کنید.

کلمات کلیدی متعدد: تبلیغات PPC رایج و تقریباً تکراری هستند. بنابراین شما نمی‌توانید انتظار داشته باشید که فقط با یک یا دو کلمه کلیدی در این بازاریابی موفق شوید. سعی کنید به‌طور پیوسته و با توجه به تغییرات روزانه حوزه فعالیت خود، کلمات کلیدی متعدد بیشتری را به کار گرفته و از چندین بخش به‌صورت مدام رشد و توسعه پیدا کنید.



انواع تبلیغات کلیکی

تبلیغات کلیکی که عمدتاً بر مبنای کلمات کلیدی شکل گرفته‌اند، انواع مختلفی داشته و در منابع گوناگونی قابل استفاده هستند. اگرچه معتبرترین این نوع از تبلیغات، تبلیغات کلیکی گوگل است، اما بازم منابع مختلف دیگری نیز وجود دارند که بتوان از آنها نهایت بهره را برد. در ادامه به مهم‌ترین این موارد اشاره می‌کنیم.

تبلیغات کلیکی گوگل یا Google PPC Ads

گوگل به عنوان بزرگترین موتور جستجوی اینترنتی و بزرگترین پایگاه معرفی و لینک‌دهی سایت‌های گوناگون، نقطه عطف تمام تبلیغات آنلاین به حساب می‌آید. گوگل به خاطر سیستم یکپارچه و پر قدرت خود، قوی‌ترین شبکه تبلیغاتی اینترنتی نیز محسوب می‌شود. بنابراین جای تعجب ندارد که پر استفاده‌ترین کمپین‌های تبلیغاتی PPC در گوگل ثبت شده باشند. گوگل ابزاری جامع و یکپارچه با عنوان Google Ads که نام پیشین آن Google AdWords بود در اختیار وب‌مسترها قرار داده است. در قسمتی از این پنل حرفه‌ای و گسترده، بخش تبلیغات موسوم به Search Ads وجود دارد. از این طریق شما می‌توانید تبلیغات خود را به صورت آنلاین و در کمترین زمان ممکن برای گوگل ارسال کرده و سفارش خود را به صورت خودکار ثبت کنید. برای این کار کافی است بودجه مورد نظر خود را در پنل مربوطه واریز کرده و سپس تبلیغ خود را ثبت کنید. در نهایت تبلیغ شما در صفحات نتایج جستجوی مرتبط با کلمه کلیدی انتخابی شما قرار می‌گیرد و درازای هر یک کلیکی که کاربران روی آن می‌کنند، شما مبلغی را پرداخت می‌کنید.

تبلیغات گوگل در انواع گوناگونی قابل استفاده هستند. این موارد عبارت‌اند از:

۱. تبلیغات موتور جستجو یا Search Ads

معتبرترین و درعین حال رایج‌ترین نوع تبلیغات گوگل همان تبلیغات کلیکی است که در موتور جستجوی گوگل دیده‌ایم. این تبلیغات لینک‌هایی هستند که غالباً در بالای لیست نتایج در صفحات جستجوی گوگل نمایان می‌شوند. با توجه به انتخاب وب‌مسترها و البته تعرفه تبلیغات، این تبلیغات می‌توانند در پایین‌ترین بخش لیست یعنی درست بالای بخشی که صفحات بعد و قبل مشخص هستند قرار بگیرند. نکته مثبت این مدل تبلیغات این است که حتی اگر سایت یا صفحه تبلیغ شده شما محتوای زیادی نیز نداشته باشد، اما باز هم در صورتی که تبلیغ شما با کلمه جستجو شده کاربران مطابقت لازم

را داشته باشد، لینک تبلیغ شده شما در نتایج اول در صفحه اول ثبت خواهد شد.

۲. تبلیغات محلی یا Local Search Ads

تبلیغات محلی گوگل در واقع همان تبلیغات کلیکی می‌باشد، با این تفاوت که به صورت انحصاری برای مکان‌های انتخابی یا نزدیک به شما شخصی‌سازی می‌شود. به عنوان مثال با انتخاب زبان فارسی به عنوان زبان اصلی آگهی، تبلیغ شما فقط به فارسی‌زبانان و یا آی‌پی‌هایی که متعلق به مناطق فارسی‌زبان، است نمایش داده می‌شود. همچنین با این نوع تبلیغات می‌توانید به صورت دقیق‌تر تبلیغ خود را برای لوکیشن‌های خاصی تعیین کنید. بنابراین اگر تجارت شما بر مبنای ارائه خدمات یا محصولات به محل جغرافیایی خاصی است، بهتر است که از این گزینه استفاده کرده تا بازدهی تبلیغ خود را به حداکثر برسانید.

۳. تبلیغات نمایشی یا Display Network

تبلیغات انحصاری Display Network گوگل که یک شبکه تبلیغاتی و بسیار حرفه‌ای می‌باشد، شبکه‌ای یکپارچه و بستری بسیار مناسب برای تبلیغات بصری است. گوگل در کنار تبلیغات متنی ساده که در موتور جستجوی خود ارائه کرده است، با ارائه این سرویس تبلیغاتی کم‌نظیر، دنیای تبلیغات آنلاین را دگرگون کرد. اگرچه نحوه پروسه تبلیغات Display Network برای پیدا کردن مخاطبین هدفمند شبیه به تبلیغات PPC گوگل است، اما برتری‌های این نوع تبلیغات باعث شده است تا تبلیغات نمایشی گوگل جایگاهی ویژه در بین سایت‌ها و اپلیکیشن‌های آنلاین داشته باشد.

مهم‌ترین دلیل این برتری قبل از هر چیز، امکان استفاده از تصاویر ثابت یا متحرک و حتی کلیپ‌های فلش می‌باشد. در کنار این تصاویر شما می‌توانید کلمات کلیدی خود را نیز به کار ببرید تا نه تنها از لحاظ بصری تبلیغی جذاب داشته باشید، بلکه از لحاظ بهینه بودن و قابل شناسایی بودن نیز تبلیغ شما منحصر به فرد باشد.

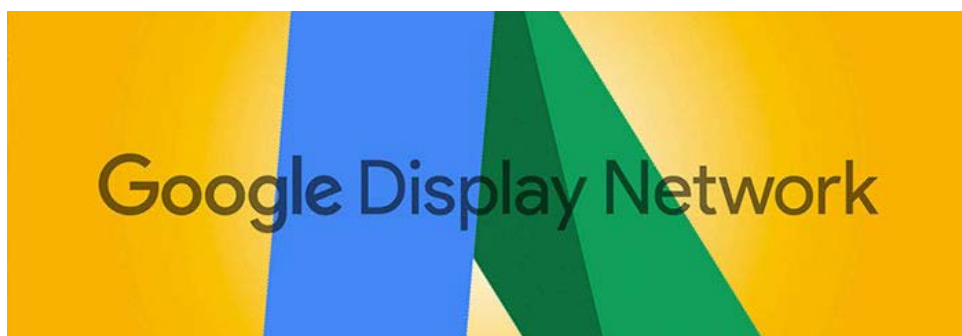
تبلیغات کلیکی چیست و چگونه می‌توانیم با آن تجارت خود را متحول کنیم؟

به جز این مورد، شبکه یکپارچه تبلیغات Display Network باعث شده است تا این تبلیغات نه تنها در گوگل، سایت‌ها، سرویس دهنده‌های ویدئویی و دیگر منابع مشابه قابل ارائه باشند، بلکه امکان به نمایش درآوردن این تبلیغات در اپلیکیشن‌های موبایلی نیز فراهم شده است.

آمار اعلام شده توسط گوگل در سال ۲۰۱۷ نشان می‌دهد تبلیغات Display Network این کمپانی در سال ۲۰۱۷، در بیش از ۲ میلیون وبسایت و بیش از ۶۵۰ هزار اپلیکیشن موبایلی به نمایش درآمده‌اند. برای این مورد فرمت‌های متفاوتی وجود دارد و شما می‌توانید به راحتی فرمت موردنظر خود را پیدا کرده و تبلیغ خود را برای نمایش دادن در سیل عظیمی از جایگاه‌های نمایش آگهی شخصی‌سازی کنید.

اما نحوه سفارش دادن این مدل تبلیغات نیز با توجه به تنوع نمایش آن‌ها کمی متفاوت است. پرداخت‌های سفارشات شما در این تبلیغات می‌تواند در سه حالت CPC یا Cost Per Click (که در آن به ازای هر یک کلیک دریافتی، مبلغی ثابت پرداخت می‌شود)، حالت CPI یا Cost Per Impression (که در آن به ازای هر بار نمایش تبلیغ به کاربران، مبلغی ثابت پرداخت می‌شود) و حالت CPA یا Cost Per Action (که طی آن تبلیغ شما درازای چیزی خاص به انتخاب شما مثل به ازای هر یک کلیک، به ازای هر یک فروش و یا به ازای هر یک فرم ثبت شده توسط کاربران، پرداخت می‌شود) دسته‌بندی شود.

گوگل برای این تبلیغات مزایادات جالبی فراهم کرده است. این مزایادات برای جایگاه‌های تبلیغاتی خاص با شرایطی ویژه در نظر گرفته می‌شوند و هرکسی که قیمت ثبت شده بهتری از نظر گوگل داشته باشد، برنده مزایده خواهد شد و از مزایای ویژه بهره‌مند می‌شود.



۴. تبلیغات Pre-Roll

حتماً برای شما نیز پیش آمده که وارد یک سایت اشتراک ویدئو مثل یوتیوب یا آپارات شده باشید و قبل از اینکه ویدئوی موردنظر خود را ببینید، مجبور باشید تا تبلیغی که در پلیر مربوطه پخش می‌شود را مشاهده کنید. این تبلیغات موسوم به Pre-Roll Ads در اکثر موارد ویدئوهایی تبلیغاتی و اسپانسی از محصولات و سرویس‌های دیگران هستند. در یوتیوب قابلیت برای رد کردن یا Skip کردن تبلیغات بعد از ۵ ثانیه وجود دارد که البته در ویدئوهای آپارات نیز این قابلیت وجود دارد.

به‌هرحال شما به‌عنوان یک کاربر و یک بیننده، مجبور هستید تا چند ثانیه از این تبلیغات را ببینید تا دکمه Skip فعال شده و امکان رد کردن تبلیغات فراهم شود. این چند ثانیه اگرچه به مذاق اکثر کاربران خوش نمی‌آید، اما به‌هرحال روشی برای نمایش دادن حتمی تبلیغات به مخاطبین است. اگرچه تبلیغات Pre-Roll در حال حاضر رایج‌ترین نوع تبلیغات ویدئویی آنلاین هستند، اما نتایج تحقیقات نشان می‌دهند بیش از نیمی از کاربران به‌محض دیدن کلمه Skip یا رد کردن تبلیغ، روی آن کلیک می‌کنند. با این حال تأثیر شگفت‌انگیز این مدل تبلیغات جای زیادی برای نقد کردن ندارد.

شما نیز می‌توانید چنین تبلیغاتی را در سرویس‌های ویدئویی داخلی و خارجی سفارش داده و به مقدار بسیار زیادی دیده شوید. البته باید گفت که هزینه و بودجه لازم برای چنین تبلیغاتی برای تجارت‌های کوچک‌تر ممکن است کمی سنگین و غیرمعقول باشد.

۵. تبلیغات هوشمند مخصوص به بازاریابی مجدد یا Remarketing Ads

گوگل در زمینه‌ی تبلیغات هوشمند قدمی بسیار جالب و کاربردی برداشته است. این کمپانی با ابداع نوعی تبلیغات هوشمند بانام Remarketing Ads که آن‌ها را با نام Retargeting Ads نیز می‌شناسند، منحصرأً کسانی را هدف قرار می‌دهد که پیش از این به وب‌سایت یا اپلیکیشن موبایلی شما سر زده باشند. چنین تبلیغاتی به صاحبان تجارت‌ها کمک می‌کند تا با پیدا کردن

افرادی که قبلاً با شما در ارتباط بودند، فرصتی دوباره برای ترغیب آنان در اختیار داشته باشند.

نتایج نشان می‌دهند استفاده از این سیستم تبلیغاتی کمک زیادی به افزایش نرخ تبدیل کاربر به مشتری داشته است. در واقع نحوه عملکرد این سیستم تبلیغاتی بدین صورت است که وقتی کاربری وارد سایت یا اپلیکیشن شما شود، آی‌پی ثابت آن کاربر توسط ربات‌های این سیستم دریافت و ذخیره می‌شوند. سپس آی‌پی موردنظر به فهرستی مخصوص که در آن آی‌پی‌های مشابه قرار دارند اضافه می‌شود.

بعد از آن، تبلیغ قبلی و یا تبلیغ مشابه سایت شما در دیگر مکان‌هایی که تبلیغات Display Network نمایش داده می‌شوند برای آن آی‌پی‌ها در نظر گرفته می‌شود. به همین ترتیب، نام برند شما برای کاربران و بازدیدکنندگان سایت شما بارها و بارها تداوی خواهد شد.

مقاله پیشنهادی: [چطور اعتماد از دست رفته مشتریان را به دست بیاوریم؟](#)

تبلیغات کلیکی شبکه‌های اجتماعی

اگرچه تبلیغات گوگل تقریباً تمام سطح وب را از آن خود کرده است، اما تبلیغات کلیکی در منابع دیگری نیز قابل‌رؤیت هستند. شاید بتوان گفت که بعد از تبلیغات یکپارچه گوگل، تبلیغات PPC شبکه‌های اجتماعی احتمالاً بیشترین مخاطب و مشتری را دارند. در این بخش نیز یک شبکه اجتماعی حکمرانی می‌کند و آن چیزی نیست جز Facebook.

شبکه اجتماعی فیس‌بوک با بیش از ۱/۵ میلیارد کاربر فعال، بعد از خریداری شرکت‌های واتساپ (WhatsApp) و اینستاگرام (Instagram) حالا بیش‌ازپیش کاربران اینترنتی را با سرویس‌های خود همراه کرده است و از این حجم بالا، به‌منظور جذب تبلیغات زیادی استفاده کرده است. شبکه لینکداین (Linkedin) نیز پلتفرمی استراتژیک برای تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی است. اما هزینه تبلیغات در لینکداین به‌خاطر اینکه مخاطبین آن

اغلب اشخاص حقوقی و شرکت‌های تجاری هستند، از هزینه تبلیغات در دیگر شبکه‌های اجتماعی بیشتر است.

[مقاله پیشنهادی: ۱۰ روش ثابت شده افزایش درآمد از طریق شبکه های اجتماعی](#)

آیا می‌دانید؟ تقریباً ۹۸٪ از تبلیغات سطح وب در اختیار شبکه تبلیغاتی گوگل است!

چطور بیشترین بهره‌ی ممکن را از بازاریابی با تبلیغات کلیک ببریم؟

با تعاریفی که تاکنون از بازاریابی با تبلیغات PPC گفته شد، مشخص است که پیاده‌سازی یک کمپین تبلیغاتی در این نوع از تبلیغات تقریباً ساده بوده و در مدت زمان خیلی کمی قابل انجام است. اما بهتر است بدانید که عجله کردن در این مورد و اقدامات خودسرانه و بدون آگاهی، نه تنها باعث هدر رفتن زمان و هزینه شما خواهد شد، بلکه می‌تواند منجر به یک شکست تجاری برای کسب‌وکار شما باشد. قبل از اینکه کاری بکنید، مراحلی که در ادامه بازگو می‌کنیم را با دقت بخوانید تا بتوانید کمپین‌های موفقیت‌آمیزی در بازاریابی با تبلیغات کلیک خود داشته باشید.

۱. اهداف خود را برای راه‌اندازی یک کمپین PPC تعیین کنید

بدون داشتن هدف و صرفاً به‌منظور سفارش دادن یک تبلیغ، هیچ جای پیشرفتی برای شما وجود نخواهد داشت. همان‌طور که بسیاری از تجارت‌های قدیمی و جدید این اشتباه را مرتکب شده و بازاریابی خود را با بی‌اطلاعی و عجله تحت‌الشعاع قرار دادند. این بی‌توجهی‌ها می‌تواند به‌راحتی منجر به هدر رفتن پول و زمان شما شود و همچنین ممکن است شما را از انجام مجدد چنین کاری دلسرد کند.

برای اینکه خیلی دقیق و حرفه‌ای اقدام کرده باشید، بهتر است به سؤالاتی که در ادامه خواهید دید توجه کرده و پاسخ آن‌ها را به صورت واضح برای خود مشخص کنید. اگرچه این پرسش‌ها ساده و یا کلیشه‌ای به نظر می‌رسند، اما مطمئن باشید که کسب موفقیت در این کمپین‌ها منوط به توجه به همین مسائل است.

- اهداف شما از استفاده از این تبلیغات چه کسانی هستند؟

تحت هر شرایطی هیچ وقت فراموش نکنید که باید در هر لحظه از فعالیت‌های تجاری خود بدانید که هدف شما چه شخص یا اشخاصی هستند. اهمیت این مسئله در سفارش تبلیغات بیشتر است. به عنوان مثال در زمان انتخاب کلمات کلیدی و نوشتن متن تبلیغ خود، از کلمات و عباراتی استفاده کنید که مخاطبین شما نیاز به دیدن آن‌ها دارند. این کلمات و عبارات باید تشویق‌کننده و متحرک باشند اما در عین حال نباید اغراق‌آمیز و خیالی به نظر برسند. در ضمن مطمئن شوید که متن تبلیغاتی شما با محتوای متن صفحات تبلیغ شده در سایت خودتان ارتباط مستقیم داشته باشد.

برای اینکه بدانید چه کاری باید کرده و بهترین تصمیم را بگیرید، همیشه از دیدگاه یک کاربر به این مسائل نگاه کنید. خودتان را جای کاربران یا مشتریان بگذارید و ببینید چه چیزی در یک تبلیغ شما را بیشتر تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین به یاد داشته باشید که اولویت اصلی شما در یک تبلیغ متنی، ارسال پیام منتخب شماست. این پیام باید حتماً حاوی اطلاعاتی مفید بوده و در عین حال کنجکاوی کاربر را دربرداشته باشد. اینکه بدانید کاربران و مشتریان به دنبال چه چیزی هستند، اولین قدم موفق شما خواهد بود.

- از تبلیغ کردن به دنبال چه چیزی هستید؟

بعد از تعیین کردن اهداف اولیه، باید بدانید که تبلیغ شما قرار است چه چیزی برای شما به ارمغان بیاورد. اگر هدف شما به درستی تعیین شده باشد، تبلیغ شما می‌تواند کاربران را مستقیماً به چیزی که می‌خواهید نزدیک

کرده و آن‌ها را به مشتری تبدیل کند. همچنین باید گفت که نوع تبلیغ به نوع تجارت شما نیز مرتبط است. برای مثال تبلیغات معروف فیس‌بوک به صورت شاخص برای معرفی محصولات و سرویس‌ها که از طریق صفحات فرود صورت می‌پذیرد، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۲. سیستم آنالیز وبسایت خود را راه‌اندازی کنید

به منظور تجزیه و تحلیل هرچه بهتر، پیشنهاد می‌کنیم که قبل از شروع کمپین تبلیغاتی، ابزارهای خود را برای بررسی وضعیت فرآیندهای مختلف از ابتدا تا انتها فراهم کنید. در این زمینه هم وقتی اسم آنالیز وب در میان باشد، مجدداً گوگل است که راهکار مناسب را برای شما ایجاد می‌کند. با نصب Google Analytics می‌توانید اطلاعات کافی و لازم درباره بازدیدکنندگان سایت خود را به دست بیاورید. یکی از این اطلاعات ورودی‌های این کاربران به سایت شما هستند. در صورتی که چنین قابلیتی در دسترس شما باشد، می‌توانید به راحتی متوجه شوید که چه مقدار ورودی از تبلیغات کلیکی عاید شما شده است.

مقاله مرتبط: [گوگل آنالیتیکس و هر آنچه برای کار با آن باید بدانید](#)



۳. تبلیغ موردنظر خود را به صفحات خاص لینک بدهید

درست است که تبلیغ کردن هر بخشی از سایت شما در هر صورت مفید خواهد بود، اما وقتی بحث تبلیغات پولی و هزینه‌های مالی در میان باشد، شما باید بیشترین بازدهی ممکن را از تبلیغ خود دریافت کنید. بنابراین باید محصول، سرویس و یا صفحه‌ای از سایت خود را تبلیغ کنید که بیشترین پتانسیل سودآوری را برای شما به همراه داشته باشد.

کمپانی‌های بزرگ برای تبلیغات اصلی خود، صفحات فرود ساخته و آن صفحات را در منابع دیگر تبلیغ می‌کنند. از مهم‌ترین دلایل این مسئله، انحصاری بودن صفحات فرود راجع به یک چیز خاص است. این یعنی وقتی شما وارد یک Landing Page از یک سایت می‌شوید، منحصراً راجع به یک محصول، سرویس یا موارد مشابه اطلاعات کسب خواهید کرد. این مسئله به کاربران کمک می‌کند تا به‌دور از هرگونه پیچیدگی، اطلاعات جامعی از چیزی که به دنبالش هستند به دست بیاورند. شما هم می‌توانید از این ترفند استفاده کرده و تأثیرگذاری تبلیغ خود را دوچندان کنید. بنابراین تبلیغات بزرگ و مهم خود را به این صورت پیاده‌سازی کنید.

بیشتر بدانید: [صفحات فرود و مزایای آن چیست؟](#)

۴. بودجه موردنظران را برای چندین کلمه کلیدی استفاده کنید

پیشنهاد می‌شود به‌جای اینکه تمام بودجه خود را برای یک کلمه کلیدی صرف کنید، آن را برای چندین کلمه کلیدی هزینه کنید. اگر بتوانید برای چنین چیزی یک جدول یا برنامه مشخص بسازید، در این صورت نظم و ترتیب کار شما حفظ شده و بازدهی کلی برنامه‌های تبلیغاتی شما بیشتر می‌شود. به‌عنوان مثال می‌توانید بودجه‌ای روزانه، هفتگی و یا ماهیانه در نظر بگیرید و سپس این بودجه را برای کلمات کلیدی مختلف تقسیم کنید. اگر تصمیم به بازاریابی با تبلیغات کلیکی دارید، حتماً این مورد را جدی گرفته و آن را عملی کنید.

۵. تنظیمات پیش‌فرض پنل‌های تبلیغاتی را تغییر دهید

معمولاً پنل‌های تبلیغاتی گوگل یا شبکه‌های اجتماعی نوعی پلتفرم‌های ساده هستند تا با سرعت زیاد و البته استانداردهای پیش‌فرض کار شما را راه بی‌اندازند. استفاده از این تنظیمات به خودی خود مشکلی نداشته و سرعت کار شما را افزایش می‌دهد، اما اگر مایلید تا با شرایط بهتری تبلیغ کلیکی خود را سفارش دهید، باید تنظیمات پیش‌فرض را تغییر دهید. این تنظیمات شامل مواردی همچون تنظیمات مربوط به موقعیت مکانی (Local Search)، تنظیمات مربوط به کلمات کلیدی، زبان و دیگر تنظیمات مربوطه هستند.

۶. کلمه کلیدی و مرتبط بودن آن با تبلیغ

باید مطمئن شوید که کلمات کلیدی استفاده شده در تبلیغات کلیکی شما، کاملاً مرتبط با محتوای تبلیغ شده باشند. مخاطبین خود را تجسم کرده و هر چیزی که برای جلب توجه آن‌ها نیاز است انجام دهید. چنین مسئله‌ای هم از دیدگاه کاربران بسیار مهم است و هم از دیدگاه گوگل. به منظور دستیابی به بهترین ایده و پیدا کردن کلمات کلیدی مناسب، پیشنهاد می‌کنیم حتماً از ابزار Keyword Planner گوگل استفاده کنید. به نقل از گوگل، مشتریان مناسب تنها با کلمات کلیدی مناسب قابل دستیابی هستند.

در ضمن، همانطور که قبلاً نیز اشاره کردیم، فراموش نکنید که از کلمات کلیدی بلند غافل نشوید. این کلمات کلیدی اگرچه کمتر از کلمات کلیدی کوتاه کاربرد دارند، اما در طرف مقابل، رقابت بر سر آن‌ها نیز خیلی کمتر است. بنابراین با اضافه کردن یک یا دو کلمه بیشتر به کلمات کلیدی اصلی، شانس نمایش داده شدن تبلیغ خود در وسعت بیشتر را نیز در دست خواهید داشت. با استفاده از کلمات کلیدی منحصربه‌فرد و تحقیق شده، نه تنها هزینه تبلیغات خود را کاهش می‌دهید، بلکه نرخ کلیک یا CTR سایت شما نیز به مقدار چشم‌گیری افزایش خواهد یافت.

۷. کیفیت متن تبلیغاتی خود را بالا ببرید

ما در مقالات دیگری که در می‌رووب منتشر کردیم نیز بارها یک مورد را تأکید

کرده ایم. کیفیت تحت هر شرایطی بر کمیت ارجعیت دارد. این مسئله در تبلیغات نیز صحت دارد. گوگل به صورت هوشمندانه‌ای متون تبلیغاتی و مرتبط بودن کلمات به‌کاررفته در آن‌ها را با لینک‌های تبلیغ شده تطابق داده و از این طریق کیفیت تبلیغات را می‌سنجد. درحقیقت گوگل یک رتبه‌بندی منحصر به فرد برای چنین تبلیغاتی فراهم کرده است تا از طریق آن، تبلیغات با کیفیت‌تر را متمایز کند. مطمئن باشید که هرچه کیفیت و رتبه شما از نظر گوگل بهتر باشد، تعداد کلیک‌های بیشتری دریافت می‌کنید؛ چرا که گوگل اگر مجبور به نمایش دادن یک تبلیغ از بین چند تبلیغ مشابه و یکسان باشد، تبلیغی را انتخاب می‌کند که با استانداردهای کیفیتی تشابه بیشتری داشته باشد.

یک متن تبلیغاتی خوب برای PPC سه ویژگی اصلی دارد:

- کوتاه، مختصر و درعین حال حاوی اطلاعات مفید و تکمیلی باشد.
- بسیار بسیار مرتبط با کلمات کلیدی و کلمات جستجو شده باشد.
- بتواند به سرعت جلب توجه کند، بدون اینکه اغراق‌آمیز و غیرقابل باور باشد.

۸. به صورت مستمر به وضعیت تبلیغات نظارت کنید

زمانی کمپین تبلیغات کلیکی شما تأثیر واقعی خود را خواهد داشت که در تمام مراحل به آن توجه کافی شود. حتی اگر با تحقیق کلمه کلیدی و ساخت یک متن با کیفیت تبلیغ خود را ثبت کردید، کار تمام نشده است. شما باید هرروز و در زمان‌بندی‌های مختلف وضعیت تبلیغ خود را از طریق پنل‌های مربوطه و یا سیستم آنالیز وب مثل گوگل آنالیتیکز وضعیت کلی سایت خود را بررسی کنید. در این صورت اگر ایراد یا اشتباهی در فرآیند کاری شما وجود داشته باشد، می‌توانید متوجه آن‌ها شده و در اسرع وقت آن‌ها را مرتفع سازید.

گوگل ابزارهایی کاربردی برای شما در نظر گرفته است. ابزارهایی که برای راه‌اندازی و آنالیز یک کمپین تبلیغاتی ضروری و بسیار مهم هستند. این ابزارها شامل ابزار [Manager Accounts](#) ، ابزار [Keyword Planner](#) ، ابزار [AdWords Editor](#) و ابزار [Reach Planner](#) می‌باشند.



مزایای بازاریابی با تبلیغات کلیکی

در مورد مزایای این بازاریابی صحبت‌های زیادی شده است. اما ما به صورت فهرست‌وار و خلاصه به مزایای اصلی و مهم این نوع بازاریابی و تبلیغات اشاره می‌کنیم:

- برای هر تجارت کوچک یا بزرگی مفید است.
- با هر مقدار بودجه می‌توان این کمپین را راه‌اندازی کرد.
- درازای هر کلیک مبلغ پرداخت می‌شود. این یعنی به طور حتم کلیک‌هایی که لازم دارید را دریافت خواهید کرد.
- امکان پیدا کردن مشتریان مستعد خرید در این نوع تبلیغات بسیار زیاد است.
- نرخ تبدیل کاربر به مشتری و نرخ کلیک با استفاده از این بازاریابی افزایش می‌یابد.

- امکان شخصی‌سازی تبلیغات برای زبان‌های خاص وجود دارد.
- امکان شخصی‌سازی تبلیغات برای موقعیت‌های جغرافیایی خاص و یا به صورت جهانی وجود دارد.
- قابلیت بررسی، آنالیز و مشاهده وضعیت تبلیغات مثل تعداد کلیک‌های دریافتی و ... فراهم شده است تا نتایج و عملکرد آن‌ها را متوجه شوید.
- فرمت‌های مختلفی در این نوع تبلیغات وجود دارد که بسته به نیاز شما متفاوت هستند.
- امکان استفاده از این تبلیغات در سطح وب، ویدئوهای پلیرهای آنلاین و اپلیکیشن‌های موبایلی وجود دارد.

معایب بازاریابی با تبلیغات کلیکی

اگرچه حقیقتاً نمی‌توان عیب خاصی در تبلیغات کلیکی پیدا کرد اما به هر حال معایب کوچکی در این نوع بازاریابی وجود دارند. بزرگ‌ترین این معایب، اولویت پیدا کردن تبلیغات بر سئو و در نتیجه افت کیفیت محتوای مطالب سایت‌ها می‌باشد. خیلی از تجارت‌های آنلاین ترجیح می‌دهند بدون صرف وقت و پیدا کردن نیروی متخصص برای تولید محتوا، از تبلیغات کلیکی و دیگر انواع تبلیغات به منظور جذب کاربران و مشتریان استفاده کنند.

اگرچه تبلیغ کردن همیشه سودبخش است اما این مسئله باعث می‌شود تا خیلی از کاربران احساس کنند که شما چیز خاصی برای ارائه دادن ندارید و به خاطر عدم درج اطلاعات و محتوای کافی در سایت خود، مجبور به استفاده از تبلیغات هستید. اگر شما هم مثل بعضی از این تجارت‌ها بیش از حد متکی به تبلیغات کلیکی باشید، در واقع چنین چیزی می‌تواند در توسعه یافتن و پیشرفت کردن نام برند شما تأثیر منفی داشته باشد.

اما اگر به اندازه کافی محتوای مناسب و اطلاعاتی که می‌توانند کاربران را برای بازدید از سایت شما تشویق کنند داشته باشید، و در کنار آن‌ها به صورت برنامه‌ریزی شده و زمان‌بندی شده اقدام به ثبت سفارش تبلیغات کلیکی کنید، ایده‌آل‌ترین حالت ممکن را فراهم ساخته‌اید.