WILEY

Broadview
www.broadview.com.cn

- 如何成为Google AdWords专家？答案仅有一个：阅读本书！
- 本书是畅销书升级版，是Google主要广告平台的终极指南。
- 教会读者如何将世界500强公司使用的技巧应用到自己的广告中！
- 内容更新，案例更全，阅读本书，越早越好！

Google 广告高阶优化（第3版）

[美] Brad Geddes 著
宫鑫 康宁 王娜 译

Advanced
Google AdWords (Third Edition)

中国工信出版集团
電子工業出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn

Advanced
Google AdWords (Third Edition)

Google
广告高阶优化（第3版）

[美] **Brad Geddes** 著
宫鑫 康宁 王娜 译

電子工業出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京•BEIJING

内 容 简 介

《Google 广告高阶优化（第 3 版）》可以说是 Google AdWords 的终极指南，内容非常丰富，第 3 版在内容上进行了全面更新。介绍了 AdWords 的最新最完整的功能，阐释其工作原理，也提供了相应的优化方法、策略和实践教程，读者可以随时在自己的 PPC 广告系列中进行实践。第 3 版增添了 50 多页新内容，涵盖 Google 系统最近的所有变动，包括广告系列结构的变化、竞价调整器、重定向、视频广告功能、全新的质量得分分析技巧以及最新的广告拓展更新等。

作者 Brad Geddes 是一位经验非常丰富的 Google AdWords 讲师，也是知名的互联网营销咨询师。在本书中，他向读者介绍了使用 AdWords 创建、管理优秀的营销广告系列的完整策略。你不仅可以在这里学到关键词的选择，如何撰写广告文案等 PPC 初级技能，还可以学到一系列高级的 PPC 广告优化技巧，如：如何优化质量得分，洞察展示网络的复杂性，如何阐释报告，使用 AdWords 编辑器快速优化账户，以及对着陆页和广告文案进行测试等。

本书内容详尽，见解独特，涉及多种技巧、方法和真实案例，是学习 Google 广告优化的最佳学习指南。

《Google 广告高阶优化（第 3 版）》不仅能让行业新手快速成长，也为专业的广告人员提供了大量新颖的实用技能，适用于市场营销人员、搜索引擎优化师、咨询顾问、专业公关人员、网站开发者等其他人员。

Advanced Google AdWords (Third Edition), 978-1-118-81956-2, Brad Geddes
Copyright © 2014 by John Wiley & Sons, Inc., Indianapolis, Indiana
All rights reserved. This translation published under license.
No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of John Wiley & Sons, Inc.
Copies of this book sold without a Wiley sticker on the back cover are unauthorized and illegal.
本书简体中文字版专有翻译出版权由美国 John Wiley & Sons, Inc.公司授予电子工业出版社。未经许可，不得以任何手段和形式复制或抄袭本书内容。
本书封底贴有 John Wiley &Sons,Inc.防伪标签，无标签者不得销售。

版权贸易合同登记号　图字：01-2014-5480

图书在版编目（CIP）数据

Google 广告高阶优化：第 3 版 /（美）盖兹（Geddes,B.）著；宫鑫，康宁，王娜译. —北京：电子工业出版社，2015.9
书名原文：　Advanced Google AdWords（Third Edition）
ISBN 978-7-121-26887-8

Ⅰ. ①G…　Ⅱ. ①盖…　②宫…　③康…　④王…　Ⅲ. ①互联网络—广告　Ⅳ. ①F713.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2015）第 183547 号

责任编辑：徐津平　　特约编辑：顾慧芳
印　　刷：北京京科印刷有限公司
装　　订：三河市皇庄路通装订厂
出版发行：电子工业出版社
　　北京市海淀区万寿路 173 信箱　邮编 100036
开　　本：787×1092　1/16　印张：33.75　字数：864 千字
版　　次：2015 年 9 月第 1 版（原书第 3 版）
印　　次：2015 年 9 月第 2 次印刷
定　　价：99.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

译者序

已经很久没有在市面上看到有 Google AdWords 的书上架，上一本这个主题的图书还是我写的《Google 广告优化与工具》，电子工业出版社 2010 年出版，距离现在已经 4 年多了。

最初我是在 searchengineland 上看到过 Brad Geddes 的名字，他当时撰写的很多 AdWords 方面的文章，即便从现在的角度看，仍然非常经典。他的这本《Google 广告高阶优化（第 3 版）》图书，是目前我们看到的英文 AdWords 图书中质量最高的，另外，也是最厚的，英文原书足足有 700 页之多。

2013 年，AdWords 大大小小的功能改进超过 1000 项，也就是说，平均每周都有 20 项左右的功能改进，这是一个让人吃惊的数字。如果把 AdWords 看作 Google 的商业利剑的话，Google 用一年又一年的时间，把这把剑打磨得越来越锋利。

我们需要抬起头，看看外面的世界，这也是我们翻译这本书的初衷。

感谢所有参与翻译本书的译者和审校人员，大家本着对原著的尊重以及精益求精的态度，不断地对译文进行修改、完善，才有了你所看到的这本书。

除宫鑫、康宁和王娜三位主要译者外，参与本书翻译的人员还有：来自射手学院的刘婷婷、谢金秀和杨志芳，来自上海外国语大学的王燕珍，来自青岛大学的王佳佳和赵金慧，来自青岛科技大学的赵金凤，以及来自垂柳社区的梁婷婷、刘俊洋和赵博，感谢大家的热心参与。

本书的专业审校工作由品众互动的优化师团队完成，品众互动是目前国内最大的 SEM 服务商，在本书审校过程中体现出来的专业态度与敬业精神，让我们受益匪浅。

由于本书内容较多，译者水平有限，翻译不足之处欢迎大家指正。

宫鑫

2015 年于北京

《Google广告高阶优化（第3版）》推荐语

Brad的话真可谓是真知灼见！他不仅具有丰富的实践经验，而且还乐于分享。如果你想提高或转化Google AdWords的流量，那么你就需要阅读此书，你需要立刻阅读此书！

——Tim Ash，SiteTuners 首席执行官，《着陆页优化》作者，兼转化会议主席

Brad Geddes在高级AdWords的相关知识及策略的传授方面做得都极为出色。我经常引用Brad 的文章和我的客户们分享，帮助他们在PPC广告系列中赚取成千上万美元的收益。我建议你手头最好也配备一本Brad的新作。

我最欣赏 Brad 的一点就是他能够通过讲述（即通过主持 Google 成功研讨会和主讲AdWords高级课程）和实践（即开展自己的商业活动），使自己的知识储备日益强大，并在他的作品中展现出来；书中的内容面面俱到、细致入微，如果能够遵循书中指导，那么你的广告系列必将取得成功。

在市场上，关于如何利用 Google 进行宣传及其背后所隐含的心理学方面的书籍远不止一本，但是在《Google广告高阶优化（第3版）》一书中，Brad 不仅向我们介绍了Google宣传的相关知识，而且还为我们提供了详尽的实践方法，告诉我们如何把所学到的相关知识，包括技术方面的知识转化为具体行动。

——Timothy Seward，ROI Revolution, Inc.创始人及首席执行官

本书是多年成功实践经验的结晶，面向大众、简单易读，不仅可以提高你的技术水平，而且还有助于理解付费搜索。多年来，一旦遇到一些别人都无法回答的AdWords问题，我总是去向 Brad 求助，他是我重要的信息来源。要想充分理解现行搜索算法中的奥妙和复杂之处，理解付费搜索的演变是关键所在。Brad 在书中完成了一项别人都无法企及的壮举，他在书中所传授给你的高水平技术知识，与那些能够立即转化为实际行动的行动策略一样重要。Brad在书中介绍了付费搜索的发展历程，更重要的是，他告诉你如何利用了解到的信息来制定适合你的战略。Brad总是与时俱进，并将多年的实践经验转化为文字记录，他在教授过程中颇具耐心，这是那些具备多年教学经验的人员才具备的。他的耐心展现在书的各个细节之中，是所有关于此主题的书籍都无法相媲美的。单单是通过阅读“质量得分”这一章节，就可以帮助你节省大量资金；所以，购买此书吧，这是无须思考就应该做出的正确决定。

——Capt. Todd Malicoat，Market Motive 搜索引擎优化师

我没有在这里夸夸其谈，我只是比较嫉妒，仅此而已。如果这本书是我写的那该多好啊。多年来我一直在向Brad Geddes学习，毫无疑问，这本书是迄今为止关于AdWords最实用、最

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

详尽且最全面的书籍。

这本书是为谁而写的呢？当然是向所有使用 Google AdWords 的用户。不仅初学者可以从书中学到很多东西，即使是那些具备了多年经验的专业人士也能够获益良多。

这是一本其他有关 AdWords 的书籍都想要与之较量的书。要想了解 AdWords，仅此一书在手，你就无须再愁。Brad 向广告界提供的是货真价实的知识。

——Dave Davis，Redfly Digital 市场总监及 AdWords 技术委员

Brad Geddes 把复杂理念巧妙地转化为简单易懂的知识。在过去的几年里，我听过很多次他的演讲，并时不时地安排员工去参加他的成功研讨会。Brad Geddes 出版的这本书可供我的团队当作实用手册，我为此真是异常兴奋。《Google 广告高阶优化（第 3 版）》对 Google AdWords 进行了全面的介绍，从最基本的知识开始，通过描述创建和管理广告系列的相关策略逐步深入。此外，本书还包含了很多高级内容，甚至还涉及 Google 展示网络、图像和视频广告，以及报告数据等相关话题。书中还提供了大量截屏和实例，对各个要点进行详细说明。凡是在 AdWords 上进行广告投放的，不管你是否经验丰富，本书都是必读之物。

——Stacy Williams，Prominent Placement, Inc 首席执行官

这本书无疑就是白花花的银子！对于 Google AdWords，你有什么疑问吗？你想要获得对 Google AdWords 的深刻见解吗？这本书里就有你想要寻找的所有答案！本书内容丰富，呈现方式简洁直接。如果你要想在 Google AdWords 上取得成功，那么你所需要的，就是它！

——Jim Jansen，宾州州立大学副教授

你觉得自己了解 PPC 吗？再认真想一想。Geddes 又一次通过书中的新技术和实践给这个行业带来了震撼，为你的广告系列指出了更有前景的前进方向。《Google 广告高阶优化（第 3 版）》包含了全新的案例，详细具体，清晰明了。赶紧去翻阅此书吧，越早越好。为了你的团队，你也应该拥有一本。

——Michael Stebbins，Market Motive 培训机构首席执行官

有关 AdWords 方面的知识，权威的信息来源少之又少，其中的两处就是 Google 和 Brad Geddes。

——Rob Sieracki，Ox Optimal 战略家和创建者之一

《Google 广告高阶优化（第 3 版）》和书架上的其他书籍截然不同，这主要在于作者本身的聪明才智，以及他在搜索行业丰富的实践经验。在整个搜索行业，Brad Geddes 同其他重要领导人一样知名，在通过减少投入提高整体 ROI （投资回报率）来优化 AdWords 广告系列方面具有深刻的专业见解，是同行人士经常咨询求助的专业人士。Brad Geddes 还为很多在线广告代理担当顾问，帮助他们建立关键词分类体系。此外，他还为一些主要的新闻搜索网站撰写文章，同世界 500 强公司合作，为他们的执行表现和 PPC 优化提供帮助。坦白地说，有关搜索

领域里各个方面的问题，人们都会向他寻求帮助；这不仅是因为他知道整个搜索行业的运作方式，更重要的是，不管受众的经验水平如何，他都知道如何向受众解释付费搜索战略。我很高兴 Brad 能够编写出版此书，我也一定会充分利用此书。

——Michael Martin，Morgan & Corinth, Inc.产品发展和管理主管

你该如何在一部杰作之上创造出更好的作品呢？《蒙娜丽莎》还可以进一步改善吗？恐怕就连达芬奇自己也无法完成吧。然而，AdWords 方面的大师级人物 Brad Geddes 继他的第一部经典之作《Google 广告高阶优化》之后，又完成了更为出色的作品——《Google 广告高阶优化（第 3 版）》，这本书充满了最新的信息和变化。对于任何一个 PPC 经理来说，想在全世界最受欢迎的在线广告平台上位居前列，此书就是必读之物。

——David Szetela，FMB Media 所有者兼首席执行官

说起 Google AdWords，Brad Geddes 可是本领域中的顶尖人物。

——Danny Sullivan，搜索引擎天地创始主编

如果你在 Google AdWords 上投入了资金，那么不去阅读《Google 广告高阶优化（第 3 版）》将会是一件很愚蠢的事。我们运用从 Brad 的书中学习到的知识去启迪我们的客户，增强他们应对竞争者的信心。Brad 长期以来都在向我们有效地传授如何运行 AdWords。学习利用他在 PPC 方面的智慧吧，你会受益颇丰。

——Bryan Eisenberg，New York Times 畅销作家及市场营销主要发言人

其实业内有很多 Google AdWords 方面的专家，他们对自己所接触的行业知根知底，一清二楚。然而，Brad 之所以独树一帜，是因为他有异常丰富的教授经验，他曾真正地向数千业内人士提供高级 AdWords 战略帮助。所以，他不仅知道如何从 AdWords 中获得更高收益的最佳策略，也知道如何与人们沟通交流，让你真正地吸收理解他所讲述的知识。在教授技术和经验方面，没有人可以同他相提并论。阅读此书，运用相关知识，你会收获丰厚的回报！

——Philip Shaw，CleverClicks 主管

从我第一次听到 Brad 演讲，我就知道他是 AdWords 方面最权威的人物。他可以把 AdWords 这样复杂而精妙的内容如此传神地传达出来，其能力让人赞叹。他的表达充满热情和力量，能够给予初学者以信心，给予资深人士以动力。他的书一出版，我就急不可耐地买了一本，并一遍遍地阅读，每读一遍都有新的收获。通过利用他的小提示，可以使你的收益成倍地增长，并在各个领域内表现突出。第 3 版的《Google 广告高阶优化》更为卓著，其中包含了市场营销方面的真知灼见、广告扩展以及修改后的广泛匹配；更重要的是，其中的所有信息都可以为你带来丰厚的收益。这本书是值得人们高度赞扬的，现在就去购买吧！

——Purna Virji，Stroll 资深市场营销经理

Brad Geddes 是提供高级 PPC 建议方面值得信任的专家。他给出的提示建议都非常深刻、可操作性强、可以带来收益。不管是对于刚入行的新手还是资深付费搜索专家，《Google 广告高阶优化（第 3 版）》都是必读之物。

——Alex Cohen，GrubHub Seamless 市场营销

在整个搜索界，细节决定成败：细节甚至可以战胜最资深的搜索营销人员。在这个包含了广告系列设置、竞价战略、广告扩展以及所有其他细节的 Google AdWords 迷宫里，如果你想要从里面成功地走出来，那么你手头就必须要有一本《Google 广告高阶优化（第 3 版）》。从最基本的知识到最为高级的质量得分原理，Brad 都在书中有所介绍，并提出了可操作性的意见，可以指导读者提高转化率，降低成本。我给我搜索团队里的每一位新员工都发放了一本——这本书真是太棒了。

——Joe Porter，Cengage Learning 资深市场营销经理

成功的 PPC 广告系列组织和管理比我们想象的要复杂得多。幸运的是，本书的作者向我们提供了一系列操作性强且又易于理解的指导，来帮助我们实行并管理 PPC 广告系列，简化过程，提高成功的概率。Brad 帮助我们开阔了视野，不仅告诉我们如何操作，同时还向我们解释了原因。例如，在编写广告这一章节中，作者不仅给我们提供了最佳实践，还告知我们如何洞察搜索预期，并在销售漏斗中完成这些预期。棒极了！不管你是刚刚入门的新手，还是已经运行 PPC 广告系列一段时间了，读完本书之后，你的头脑中一定会装满各种信息，来让你的广告系列更加有效，获益更多。

——Joe Porter，Pole Position Marketing 首席执行官

多年以来 Brad 一直是 Google AdWords 方面的权威专家，自 Google 推出了自己的培训计划以来，这本书是我所见过的最好的培训工具。这本书要比 Google 的培训计划更胜一筹，因为在书中，从 PPC 广告创建到高级优化技术 Brad 都给予了详细解释。这本书中，我最关注的是关键词和广告组管理这一部分。正如 Brad 所说，在 PPC 市场营销里，这是最为耗时但却也是最能够获益的一个策略。如果想学习 AdWords，本书就可以让你进行全面的了解。

——Kate Morris，首席营销顾问

只要你听过 Brad 的演讲，参加过他的培训，阅读过他的博客或是出版作品，那么你肯定知道人们为什么会把他奉为 AdWords 方面的权威。至于那些还不知道的人，这本《Google 广告高阶优化（第 3 版）》就可以帮助你了解其中的原因。Brad 不仅在书中介绍了成为一名成功的搜索市场营销人员的准则和最佳实践，而且还提供了来自资深专家的建议。不管你是学生、市场营销人员，还是公司老板，如果你想获得线上成功，通过阅读此书，你不仅可以减少投入，还能更快速地成功。

——Rick Galan，Blendtec 数字信道发展主管

《Google 广告高阶优化（第 3 版）》介绍了最新的工具、技术和战略，可以帮助广告主在 AdWords 中取得成功。书中不仅对搜索原理和历史给出了详尽全面的解释，而且提供了有关 Google AdWords 公式和市场战略执行的详细说明。这本书是我创建成功的 AdWords 广告系列的主要工具，是我的枕边书。

——Melissa Mackey，gyro 搜索网络监管、搜索引擎观察专家作者、搜索网络广告宣传负责人

如果你是零基础的入门者，那么你可以利用此书开展 AdWords 广告系列，如果你是已有成就的 AdWords 实践者，你可以将此书作为书桌上的参考读物。即便我再次阅读这本书时，我仍然学到了一些或大或小的要点，让我重拾了对广告系列的热情，增强了改善广告系列表现的信心。

——Tim Mayer，Trueffect 首席营销官

Brad 在 PPC 市场营销中赢得了无数人心，也赚取了无数金钱，现在他把所有的知识都归结到这本书中。在你的竞争对手行动之前，去买来此书阅读吧！

——Adrian Bye，MeetInnovators.com 创始人

搜索专家大有人在，但是 Brad 却是独树一帜的，因为他不仅仅是此方面的专家，而且还能够有效地通过和那些入门者沟通来传授自己的知识。在这个行业内，我们很少能遇到这样一位对这个话题有着深刻见解的专业人士，既可以传授基本知识，又能明确地指出付费搜索的鲜活特性。

——Barry Schwartz，RustyBrick 首席执行官，兼搜索引擎天地和搜索引擎圆桌会议编辑

我经常关注几个 AdWords 方面的专家，Brad Geddes 就是其中一位。他是这个领域内的顶尖人物之一。这本书覆盖面广、展现清晰、可读性高。不管是刚入门者，还是颇有经验的 PPC 市场营销人员，都可以在书中找到宝贵的见解。AdWords 的“帮助”窗口中是有很多缺漏的，Brad 恰恰弥补了这些缺漏。如果没有这本书，你就要到 AdWords 代表那儿去寻求信息了，然而唯有那些肯花大价钱的人才能从他们那里获取有价值的信息。如果你能够从一开始就关注此书，那么你就会减少很多不必要的花费，而且还能取得较好的收益。我强烈推荐本书。

——Bran Carter，The Carter Group 首席执行官兼高级顾问

Brad Geddes 是 AdWords 方面的权威人物，其思想都是精华。他乐于分享，又对 PPC 系统有着深刻的理解，此书绝对值得一读。此书成功融合了实践经验和创新性战略，帮助你组织、量化和展现你的广告，在有限的投资上获得最佳收益。

——Brett Tabke，Pubcon, Inc.首席执行官

Brad Geddes 的书出版后就让读者爱不释手。此书从最基本的搜索引擎营销开始介绍，然后

逐步深入，慢慢地引入较为高深的观念和更加强有力的工具。作者能够一直关注使转化率最大化的问题，这一点让我很敬佩。全世界的流量，如果不能生成客户和销量，对我们来说都毫无意义。这是一本初级读物，一本入门介绍，一本参考读物，对于各种程度的在线营销人员来说，这将是一本形影不离的手头资料。

——Brian Massey，转化专家

大部分关于搜索引擎广告的书籍都只告诉你如何去做。但在《Google 广告高阶优化（第 3 版）》一书中，搜索引擎专家 Brad Geddes 不仅告诉你如何从你的搜索引擎广告中获益更多；更重要的是，他还向读者解释了为什么要应用某项具体的功能和技术，以及你所面对的潜在客户，应该何时采用他所介绍的高级策略，使影响和收益最大化。建议你多买几本，因为它值得你经常翻阅。

——Chris Sherman，搜索引擎天地创始主编

Brad Geddes 不仅了解市场营销，而且了解神秘的 Google 是如何运作的；在解释 AdWords 的时候，这两者可是制胜法宝。他的书不仅见解深刻，而且简单易懂，从 AdWords 的初学者到资深的专业人士，这本书都可以很好地帮助他们获得更多的点击量和销量。在讨论购买漏斗的时候，他对关键词的选择和编写广告的描写是我见过的最为清晰易懂的。如果你忽略了“揭秘质量得分”这一章，后果自负。这本书帮助我增加了收益，我想你读完之后也一定可以提高收益。

——Howie Jacobson 博士，VitruvianWay.com 共同创办人，《Google AdWords 傻瓜书》的作者

多年以来，我一直在寻找一本关于 AdWords 的书籍，既可以帮助我补习 AdWords 的基础知识，又可以在我处理更深入的 AdWords 策略的时候给我提供指导。Brad Geddes 终于为我提供了这样一本书。在《Google 广告高阶优化（第 3 版）》里面，Geddes 向我们展示了他在付费搜索营销方面多年的专业经验，为我们揭秘了 AdWords 的很多复杂观念，同时还和我们分享了那些在 AdWords 平台上取得成功的企业的经验。我可以正式声明我对 AdWords 方面书籍的寻找已经结束了，如果你还在寻找一本可以帮助你增加高质量流量及提高 ROI 的书籍，那么这本书就是你想要的！

——Joanna Lord，BigDoor 首席营销官

在数据营销行业，“专家”一词已经将很多人排除在外了，但是毫无疑问，Brad Geddes 绝对是搜索引擎营销方面的顶级专家。近年来，我有幸阅读了 Brad 的很多作品，聆听了他的很多激情演讲。总而言之，你想要在付费搜索中获得成功吗？你想要成为一名高级 AdWords 用户，并在 PPC 使用中取得组织上的成功吗？那就来阅读本书吧。Brad 在这本书中注入的信息，是你自己花费十年的时间也学习不到的。

——Josh Dreller，Kenshoo 市场营销调查与内容理事

你应该将这本书放在书桌上，而不是摆在书架上。我所在的代理公司将这本书作为长期有

效的培训工具来使用。每当我试图同广告系列经理解释一些技术上的问题时，我都会对他说，“嗨，你先阅读一下 Brad Geddes 书中的这个章节吧，之后我们再来讨论。”

Brad Geddes 以一种简单朴实的语言向我们解释了高深的优化问题。你读完之后，觉得很有道理，所以你才会信任它。你读完之后，真正理解了，所以你才能在广告系列中加以运用。他把所有的问题都简单化了，这才是此书的魅力所在。尽管 Google 一直在扩张和发展，但是此书中所介绍的技术依然还是强有效的，它建立在坚实的技术基础之上。

我向所有认真从事 PPC 广告系列的经理强烈推荐本书。Brad，写得好！

——Matt Van Wagner，Find Me Faster 董事长

本书之所以有别于其他 AdWords 的指南书，是因为它带你走进了成功付费搜索广告主的头脑之中，并向你一一介绍了竞拍和广告过程。此书有两大亮点，一是它把读者锁定在了广告项目的核心目标之上（即通过有效的定向和信息传递来产生客户和销量），二是它对细节的持续关注。书中的视角和内容的全面性，既保证了可以让初级广告主读懂，又确保了让专业的 AdWords 用户也可以从书中汲取到有用的信息。

——Tom Demers，Measured SEM LLC 管理合伙人

多年以来，凡是有人向我询问 AdWords 方面的资源信息，我都会向他们推荐 Brad Geddes。现在 Brad 出版了新作《Google 广告高阶优化（第 3 版）》，我很高兴有机会把它推荐给大家。本书用简单清晰的语言详细介绍了付费搜索的全部过程。同样难能可贵的是，Brad 还一直以读者为中心。Brad 清楚地知道，仅仅知道如何创建购买广告以及将广告展示在 Google 搜索页面中是不够的，真正的目标应该是把你的业务同合适的搜索者关联起来，把精力放在他们身上，并努力把他们转化为用户。这是此书真正要帮助你做到的。

——Vanessa Fox，《谷歌时代的营销》（*Marketing in the Age of Google*）一书的作者

很多 AdWords 广告主都意识到了搜索和展示网络需要区别对待。但问题是大多数人都不知道要如何来处理这其中的不同。所以他们就干脆无视了这个问题。这真是大错特错。内容网络具有在较低的 CPC 基础上吸引更多访问者的潜力。Brad 借助流程图成功地把问题分解开来，帮助我们了解如何对待内容网络中的特殊之处，以及如何实施成功的内容网络战略。他甚至还告诉我们，如何通过聚焦内容网络上的特定网址，获得最多的收益。你如果想要改善内容网络的表现，那就需要聆听 Brad 的声音，跟随他的脚步前进。

——Rob Lenderman，Boost CTR 创始人

Brad 是 AdWords 方面的权威专家。《Google 广告高阶优化（第 3 版）》不仅可操作性强，且简单易读；书中包含了大量适合所有在线广告主的小技巧，这些技巧都可以立即使用。即便你认为自己了解有关质量得分或者 Google 展示网络的所有知识，但你依然可以在书中找到一些可以马上提高销量的技巧，而这些是你从未想到过的。

——Ron Drabkin，Healthtap.com 发展与商业化负责人

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

很少有人可以如此准确地理解和掌握 Google 的展示网络，也没有任何人能够仅通过文字和图表就把展示网络展示得如此透彻。《Google 广告高阶优化（第 3 版）》一书介绍了最佳实践、组织广告系列和创建报告的重要性，让你逐步了解 Google AdWords。

——Shelley Ellis，Advice Interactive Group 媒体副总裁

致 Vernice，你曾是我的灵感源泉，我会一直非常怀念你。

鸣　谢

创作本书对我来说是一次美妙的经历，能够最终完成本书的写作，我需要向很多人致以衷心的感谢。

四年前，*Advanced Google AdWords* 第 1 版出版。这四年以来，AdWords 发生了很多改变，尤其是 *Advanced Google AdWords* 第 2 版发行后的这两年。有时候，这本书的创作对我来说十分艰难，因为第 1 版的内容绝大部分都没有保留下来，所有的章节都需要重新编写。

幸运的是，有技术编辑 Matt Van Wagner 给我提供帮助，他一直在不知疲倦地帮我检查书中的每一个事实、运算和字词。多年来，我都很尊敬 Matt，不管是在美国的哪个角落，我们都保持着联系。自从与他合作第 2 版和第 3 版以来，我对他愈发尊敬，此外，由于他对本版的贡献，本书才能够如此优秀。谢谢你，Matt。

我还得感谢我的太太 Sharon，不管我所做的事看似多么疯狂，她都一直支持我。我在创作第 1 版 *Advanced Google AdWords* 时，我们的女儿 Lilith Rose 出生了。四年之后，我创作本书的时候依然离不开她；我在编写本书的很多内容时，她都在一旁给我讲解她对市场营销的理解。

感谢我的商业伙伴 Leslie Clark，在我忙于写作无法分身的时候，是她在独立运行着我们的公司。正是由于她给予我的支持，使得公司持续发展，才使本书得以创作完成。尽管已经过去了三年的时光，我对同 Wiley 团队的合作依然印象深刻。正是 Willem Knibble 给我提供了编写一本有关 AdWords 内容书籍的灵感，然后继第 1 版出版之后，才有了现在第 3 版的创作。不管我何时需要，他都会为我提供信息和协助。

感谢 Kim Wimpsett、Dassi Zeidel，以及所有在幕后为我提供帮助的人，是他们在接受了我的观点之后，使之完善，编辑成书的。

Google 团队不仅在编写本书的时候给我提供了帮助，而且在过去的十多年里一直在协助我，为此，我要感谢他们。

最后，我要感谢互联网营销社团。多年以来，我一直从事在线市场营销领域的创作、演说和编写博客。在此期间，我一直是论坛、博客和会议上的活跃分子。我同这个社团的接触，我在这里无法一一致谢，是他们增加了大家对 Google AdWords 的理解，促成了大家的成功。

前 言

作为市场营销的爱好者，我对可以接触到的所有媒体渠道都倍加关注。当你在开车（要是有人为你驾车，那就更棒了）时，看到新颖的创意在广告牌上展示出来，多么让人激动。如果能在电视上看到针对高度细分观众群的特定内容，也是一件很让人惊叹的事情。（如果你在寻找 30～45 岁的年轻人，年收入 60,000 美元，此刻正在外面遛狗，是严格的素食主义者，电视上就有专门面向他们这一群人的节目！）我相信，你肯定惊讶于收音机吸引听众的能力（当然，这不仅仅是指当他们被堵困在自己的汽车上的时候！）。

尽管如此，最让我感到兴奋的还是数字媒体所具备的无限潜能，它帮助我们的企业找到受众群，继而影响他们，向他们传递相关信息，同他们交流各自的幸福感。想想看吧。这真是太酷了！

然后就是受众定位的神奇之处了。你仅仅需要比你的竞争者多支付一美分就可以压倒竞争对手，让你的广告展示出来；你还可以根据客户情况定制广告（甚至可以具体到每一个人！），此外你还可以在你的市场营销和广告宣传中注入无限的创意……真正让我为之痴迷的，是它能够洞悉用户意图的能力。即便是你正处在我们公司广告所定向的地理位置上，你的心理也符合我们的心理定位，而且即使你已经在电视上观看了 900 次我们的广告了，我依然不确定你是不是有购买东西的欲望（你刚刚购买了一辆新车/一台新电视机/一条新裤子，或者结束了一次旅行！）；有数字媒体在，这都不是大问题，或者说，这根本就不是问题。在网页上，你的行为可以强烈地暗示着你的意图，你在搜索时更是如此。作为一位市场营销人员，我根本不用猜测。每天，搜索引擎上都会有上万名用户进行搜索，举着他们虚拟的网络之手，呼喊："卖给我吧！"。

你的工作，哦，不，你的职责就是代表公司去捕捉搜索者的意图，然后（通过 Google AdWords 和广告扩展的神奇的自动选择能力）向他们提供最佳的信息，告诉他们："我可以卖给你，来看看我们的产品或者服务的特别之处吧。"

再说一次，这真是太酷了！

Google 和其他搜索引擎把一切都简单化了。从开始广告宣传，到启动首批广告组，进而取得首次成功，一切都轻而易举。

但是搜索引擎的市场营销却是个异常复杂的领域，其中涉及的选择之多让人望而却步。要是你能够掌握所有这一切，那你就可以通过创建一系列可持续的竞争优势，并为你的公司带来可观的收益。

如果你不想被它的复杂程度吓到（不幸的是，随着你业务的展开，你势必会对它产生畏惧），我的朋友 Brad Geddes 已经为你创作了一本好书。你要是能够掌握书中一半的知识，就可以出其不意地打败你的竞争对手。

在《Google 广告高阶优化（第 3 版）》一书中，Brad 会牵着你的手，领着你一步步地走完整个旅程，向你介绍最基本的知识。随着你阅读的深入，并把书中的知识铭记于心，不知不觉中你已经变得特别机智了。

本书中，我最喜欢的部分，除了 Brad 简单易懂的写作风格，就是他在书中同我们分享的各种工具了，正是这些工具使我的日子越来越轻松了。

你的客户已经同你分享了他们的意图，你是不是已经打算回应了呢？把握好今天！

Avinash Kaushik

Google 数字化营销的布道者

著有《精通 Web Analytics 2.0：用户中心科学与在线统计艺术》和
《网络分析学：一天一小时》

简　介

《Google 广告高阶优化（第 3 版）》一书适用于具备扎实的 AdWords 知识基础的读者，以及那些已经注册并开始管理自己账户的人。本书不会向你介绍如何注册账户，怎样浏览界面，也没有关于关键词的基本介绍。这些基础的知识你可以在“AdWords 学习中心”中找到。

本书从大部分博客和培训机构所没有深入到的内容开始介绍——从中级和专家用户的优化开始。由于 AdWords 的内容太过复杂，所以很难决定从哪里开始着手，也很难判断哪些地方是比较容易理解的。例如，你可以为使用智能手机的用户创建一则广告，如果：

- 客户正在翻阅《纽约时报》的商业版面。
- 客户正在浏览的文章与证券经纪人相关。
- 客户正在使用移动设备。
- 客户位于美国明尼阿波里斯市。
- 时间在下午 6 点到下午 8 点之间。

你当然不希望自己的广告需要满足如此严格的条件，选择上述一两个条件作为限制因素，向你理想的潜在客户展示你的广告，会帮你节约很多的资金投入。更为理想的是，你可以向目标市场展示最恰当的广告。

当然，有关 AdWords 的内容，不仅仅只有图片广告和展示网络。本书从搜索开始介绍，最后为读者一步一步地提供说明。我们会深入介绍详细的广告文案、着陆页测试、账户管理、广告文案编写，甚至还有介绍制定竞价的多种战略。

阅读完“揭秘质量得分”这一章，你就会发现这是迄今为止对质量得分最为全面的介绍。如果你在 Google 上进行广告宣传已经有一段时间了，但还是不知道什么是质量得分，或是你遇到了较高的首页竞价或质量得分较低的问题，那么本书就是为你量身打造的。

如果你是资深用户，怀疑不能从书中学到什么东西，那你就跳过前面的章节，直接去阅读最后一章。这部分为你提供了一步一步的说明，引导你去创建、优化你的 AdWords 账户。最后一章里的每一部分内容都是对全书的精华总结。

本书的两个标准性单词是“创造性”和“盈利”。要想做到具有创造性，你需要了解 AdWords 中所涉及的选择有哪些，以及不同的设置之间是如何相互影响的。

要想增加盈利，你就需要知道测试、转化率和竞价战略。当你真正把创造性和盈利结合在了一起，那你就不是单纯地在进行广告宣传和资金投入了。如果你能在访客最可能进行转化的时刻向理想的客户展示正确的广告，那你就可以增加总体收益了。

你将学习到什么知识

本书不仅告诉你某项特征是如何发挥作用的，而且为你提供了使用此项特征的具体策略。例如，很多美国公司都无视地理定位，这是不正确的。你以前是不是只知道可以在日本买到低糖啤酒？尝试着向美国人出售低糖啤酒吧。你在美国买不到清淡可乐或者是低糖可乐，为什么？因为在不同的地域，“低糖”和“清淡”的含义是不一样的。本书将会为你提供相关战略，来决定你的转化率，在不同地域上的资金投入，根据地域的不同来测试不同的广告，以及如何在具体的地域范围内将收益最大化。

并不是所有的内容都和地域有关。本书将就多个话题详细介绍如何寻找、改变、测试和执行相关战略，其中包括：

- 关键词；
- 广告文案；
- 质量得分；
- 时段限制；
- 广告文案测试；
- 着陆页测试；
- 展示次数收益；
- 账户管理。

我们会一步一步地帮助你了解，把时间花费在什么地方才是最好的。选择如此之多，让人实在难以入手。但是我们会为你提供帮助，不仅告诉你从什么地方开始着手，而且让你了解如何建立报告计划，不断地发展优化你的账户。

通过阅读本书，你可以学到逐步实施的策略，帮助公司通过使用 Google AdWords 增加收益。

本书包括哪些内容

由于 Google AdWords 太过复杂，所以你可以通过两种方式来使用这本书。先从头到尾通读一遍，来学习使用账户的策略。读完之后，你就可以在进行账户优化时，把这本书当作参考书来使用了。

每一章最后都有一部分是关于最佳实践的，里面的内容简单易懂，是对本章内容的回顾，可帮助你加深记忆。本书的最后一章，是循序渐进的指示说明，告诉你整个过程的流程。在你注册账户或者进行账户优化的时候，不妨打开本章，参照里面的提示。

如果你需要了解某个话题的详细信息，那就打开关于此话题的那一章来了解具体内容吧。通过反复阅读本书，并利用里面的策略来管理你的 AdWords 账户，会帮助你节约很多时间和金钱。通过阅读本书，你可以学到如下内容。

第 1 章　了解搜索原理：了解 PPC 广告的历史和搜索中的用户心理。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com