

Google AdWords Marketing

The Bible to Succeed in E-Business

想学搜索引擎广告？看这本书吧！

这是互联网创业的营销利器

这是AdWords的经典教程

这是AdWords高级优化的实战手册

教你学会关键字策略

教你撰写诱人广告

教你优化广告质量得分

进行分割测试减少投入增加流量

提高相关性优化质量得分

优化网站提高转化率

广告策略竞争性思考

Analytics转换追踪分析

AdWords与SEO大规模应用经验

一夜之间，网站订单暴增的制胜之道！

Google AdWords营销 ——网商成功之道

李鹏 王悦 缪晨卿 著

Google AdWords营销

——网商成功之道

李鹏 王悦 缪晨卿 著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

本书针对网商们在搜索引擎营销方面迫切的需求,通过讲解 Google AdWords 应用的各个环节,按照从理论到实践的脉络来帮助他们提高业务水平。本书主要内容有:搜索引擎广告理论、互联网创业策划、Google AdWords 实战、搜索引擎广告优化六步法、关键字高级应用策略、广告语撰写技巧、分割测试优化、Google 广告高级优化、广告策略深度思考、网站优化、Google Analytics 分析、Google AdWords 工具、Google AdSense 网站定位广告、Google AdWords 制胜之道、搜索引擎广告与 SEO 及 SEO 大规模应用。本书以实战经验为主,结合经典案例,按照由浅入深、先战略后实战的顺序,通盘讲解了 Google AdWords 应用的全过程。

本书既适合奋战在网络购物市场第一线的网商们借鉴参考,也适合搜索营销专家、企业营销负责人、国际贸易人士、梦想互联网创业的年轻人、网上交易操作者和知识型猎奇白领阅读,当然还适合在大学教授网络营销和电子商务等专业的教师、本科生和研究生作为电子商务专业的教科书或教学参考书。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

Google AdWords 营销:网商成功之道 / 李鹏,王悦,缪晨卿著. —北京:电子工业出版社,2009.9
ISBN 978-7-121-09332-6

I. G… II. ①李…②王…③缪… III. 电子商务—市场营销学 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 128785 号

策划编辑:李冰

责任编辑:葛娜

印 刷:北京智力达印刷有限公司

装 订:北京中新伟业印刷有限公司

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:787×980 1/16 印张:21.25 字数:311 千字

印 次:2009 年 9 月第 1 次印刷

印 数:4000 册 定价:60.00 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,联系电话:(010) 68279077; 邮购电话:(010) 88254888。

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

服务热线:(010) 88258888。



专家推荐

《Google AdWords 营销》这本书，是国内出版的第一本 AdWords 教材，本书的作者都是搜索营销方面的专家，拥有多年的 Google AdWords 实战经验，并长期从事搜索引擎营销的教育培训工作。本书非常重视实践的论证方式，通过 Google AdWords 的大量营销案例讲述了搜索营销的全过程。本书将带领读者从实战中领会搜索营销的核心，并在此过程中掌握关键字营销的策略和技巧。本书对于 Google AdWords 的应用讲解之深入，其中对市场和营销的宏观思考到微观计划的精辟竞争分析，是同类书籍中所未有的。

刘允

Google 全球副总裁

不论是初学者还是经验丰富的搜索营销从业人员，相信都能够从本书中获得意想不到的价值。对于初学者，本书按照教材的组织形式，数据完备，编写严谨，配套实例，很容易让初学者轻松上手，并快速成长为实战精英；对于搜索营销从业人员，本书也是一本高级 Google AdWords 的实战经验总结，不仅有大量关键字营销案例所表现出的策略和技巧，也有难得一见的淘宝、eBay、Kijiji（百姓网）、麦考林、新蛋网、土豆网等涉及国内外大型平台 AdWords 广告投放的案例，相信本书能够帮助搜索营销从业人员在营销思维上获得更进一步的升华。

顾牧琛

Google 华东区高级渠道经理

金融危机的影响依然存在，大量的传统外贸企业受到巨大冲击。而电子商务的快速发展，给中国制造带来了新的希望，但是如何在一个陌生的市场进行低投入高产出的营销推广是许多商家面临的最大问题。感谢本书作者从具体的 Google AdWords 工具出发，为我们大多数企业家展现了一条快速发展全球化互联网商业的光明大道。

方天雨

麦包包 (<http://www.mbaobao.com/>) 创始人

关键字营销方面的书有很多，却很少有一本能系统完整地依托一个结构庞大的关键字工具来完成，这本书却做到了。本书完全从实战出发，包括 Google AdWords 最新测试版的平台都被写了进来，这种与时俱进的严谨态度正是互联网的研究者们所需要的。这里不仅有最新的关键字营销策略和技巧，也有第一手的资讯。互联网是以快制慢的世界，而跟随本书一起，你将如虎添翼，将其他对手远远抛在后面。

天心

兰亭集势 (<http://www.lightinthebox.com/>) 创始人

各个搜索引擎提供的关键字营销工具不尽相同，因此任何笼统的关键字营销技巧都是不负责任的。而本书则是完全依托目前互联网市场最重要的 Google 搜索引擎的 AdWords 工具，通过各种实战案例，将具体的操作步骤清晰地展示在你的眼前；同时深入分析客户心理的关键因素，让你体验触类旁通的快感。我相信，读者读过此书之后，在短短几天之内，就可以自己进行关键字广告营销了，甚至是马上开始。

刘涛

联科华夏 (<http://www.linkchina.com/>) 总裁

本书是我见过的最实用、最容易上手的一本书，因为作者本身就是电子商务中的成功企业家，他们不仅自己做得好，同时也帮助不少电子商务同行们突破很多瓶颈。作者李鹏说会写成一套丛书，这是其中的第三本，相信后面的会更精彩。感谢作者李鹏精益求精的写作，这套丛书将对我国电子商务的发展起到举足轻重的作用。

冯笑

君信科技 (<http://www.pandahall.com/>) 运营总监

互联网这些年的飞速发展已经给中国带来了翻天覆地的变化，网络营销和电子商务的大环境正在成熟，网络营销热潮一片。而这本书却独辟蹊径，仅仅从 Google AdWords 关键字营销讲起，细处着笔、步骤清晰、内容详细，对于那些在热潮面前一片茫然的互联网企业来说，这是一条切实可行的有效道路。

陈小兵

美的日用电器集团 IT 部负责人

互联网为世界带来了翻天覆地的变化，同时也给年轻人提供了数不尽的创业机会。随着商业壁垒的瓦解、市场进入门槛的降低，互联网市场给梦想创业的年轻人提供了与大企业大资本同台竞技的机会。本书作者之一李鹏，具备深厚的文笔功底，让本书极具趣味性和可读性，对于年轻人来说是一本开拓视野、启发灵感、鼓励创新的好书。

丁秋林

英国剑桥世界名人录传记人物（IBC Cambridge the 27th Edition）

国际 Ellis Horwood 科技出版社专著作者

在国内，现在是在互联网上创业的好时机，是造就中国网商的时代。但是如何有效地利用搜索引擎广告，着眼实际操作，是很多行业内的书籍往往忽略的关键问题。本书却给目前正在奋战在网络销售市场第一线的网商们带来了一个能够驾驭的营销渠道，对于茫然中的网商来说，是一本雪中送炭的好书。受本书作者李鹏的邀请，我为本书也分享了一些自己的有用的经验，我相信本书必将成为我国搜索营销发展历程中起到普及作用的一盏明灯。

宫鑫

Google 北京代理商品众互动公司首席 AdWords 广告专家

本书对关键字营销，尤其是 Google AdWords 实施方面的内容阐述得很精辟，关键字营销作为搜索引擎营销的一个重要方面，对于很多进军网络销售市场的中小企业来说是非常必要的—一个高效低廉的工具。我相信本书能够给读者带来很多实用的东西，因为你会发现，打开书你就可以开始操作关键字广告。

柳焕斌

全球搜索引擎战略 (SES) 大会中国区执行委员会成员 点石互动创始人之一

国内也有不少关键字营销方面的书籍，但绝大多数是理论教科书或者软件技术类书籍，也有一些翻译过来的书，在可操作性上参考价值很低。而本书则相当于关键字营销工具的使用指南，一步步引导你从 Google AdWords 账户的创建，到成为一个独立操作关键字广告的高手，非常奇妙。本书是我国唯一一本以实战经验全程、系统地讲解关键字营销的电子商务指导书。

林欣禾

原新浪 COO、知名风险投资机构 DCM 合伙人



前言

我与缪晨卿认识是在 2007 年，在 AdWords 营销方面，他是带我入门的老师。很多人都称呼他 Tony，他的中文名倒是很少有人知道了，Tony 外表感觉是上海的时尚先生，内在却是很热心、绅士、沉稳的一个人。Tony 无疑是中国最为顶尖的 AdWords 营销专家，为多家全球知名企业成功策划及实施搜索营销，客户包括淘宝网、招商银行、United Business Media、号码百事通、麦网、新蛋网、若邻网络、上海热线、百姓网（原客齐集）、华尔街英语、丝芙兰、凯迪拉克等。

Tony 在我国搜索营销领域还是一名重要的培训家，对我国的搜索营销技术的传播功不可没。他以前是资深 Google AdWords 培训师，参加过 Google 近百场产品培训活动，同时，他还热衷于公益普及工作，在全球搜索引擎大会（SMX）、点石大会等各种活动中多次担任 AdWords 营销演讲嘉宾。

在 2009 年初，我又一次在北京 Google 总部参加 Tony 的培训活动，其目的就是要写一本 Google AdWords 的书，作为“网商成功之道”系列丛书的第三本。之所以要把 AdWords 单独推出，是因为搜索引擎广告已经成为广告市场的核心渠道之一，对于互联网，更是占据了超过一半的网络广告份额。书要写得好，理论和实践同样重要，本人工作方向是商业策划和项目的前期运营方面，为了增加本书的实用性，就特邀 Tony 合写，Tony 这个人热心，很爽快就答应了下来。

在我的日常工作里，最重要的也是花时间最多的就是营销方面的策划，营销策划的重中之重大多是搜索引擎营销。我在 AdWords 实战方面远不及 Tony，所以就跟他约定，我主要负责书的营销策划和竞争策略方面的内容，他主要负责 AdWords 的投放操作的实战技巧。

对于广大的网商们，搜索引擎广告的快速、精准、高效、低价的特点，使其成为互联网企业的首选广告渠道。而在搜索引擎广告方面，Google 无疑是最具经验的广告渠道商，因此，对于 AdWords 的学习，也就是掌握搜索引擎广告的不二法门。

本书主要内容有：搜索引擎广告理论、互联网创业策划、Google AdWords 实战、搜索引擎广告优化六步法、关键字高级应用策略、广告语撰写技巧、分割测试优化、Google 广告高级优化、广告策略深度思考、网站优化、Google Analytics 分析、Google AdWords 工具、Google AdSense 网站定位广告、Google AdWords 制胜之道、搜索引擎广告与 SEO 及 SEO 大规模应用。

本书在出版前也将草稿发送给我的几位在网络营销界的朋友，他们也提出了很多修改意见、新的知识、技术和灵感，这里要感谢他们，他们的名字都在专家推荐里。本书虽然是一本 Google AdWords 技术书，但我贪大求全的写作习惯让它成为了一本涵盖搜索营销及营销策划的管理营销类书籍。我相信本书能够为广大读者们带来很多价值，通过本书你可以学到：

- 互联网零售也是做生意，重要的永远是产品和营销，尤其是产品。本书将指引你，如何避免注定会失败的网络事业或新产品，扫除你的事业发展过程中的风险。
- 在绝大多数企业里，营销的花费都是巨大的，占据很高的成本比例，本书将指引你，如何避免所有的 Google 广告客户及网络创业家所犯下的代价高昂的悲惨错误。
- 外国语言的差异、国内同行的相互保密，等等一切都能造成搜索营销技术普及的壁垒，本书必将扫除这些障碍，通过本书，你不仅能全面学习

搜索营销，还能学到一些 Google 应该但却没有教你的 AdWords 技巧。

- 我在指导过上百个创业者成功地在网络上创业之后，积累出一张制胜必备的特性清单，其中有不少内容公然挑战商学院所教导的智慧！互联网零售是全新的方式，本书带你快速打开销路之门。
- 本书教你如何制作超有说服力的 Google 广告及着陆网页，不但可以把访客变成买主，还能随着时间而自动改进，让你的对手追赶不上，望尘莫及。
- 这里有抓住客户深层心理的绝招，让你可以吸引客户的鼠标，随心所欲启动他们的欲望。结果：客户购物欲将达到疯狂的峰值，你会拥有一群狂热的访客，饥渴地买下几乎任何你要求他们买的东西。
- 再看看搜索营销优化吧，花钱更少，点选更多。如果你已经在 Google 上面登广告了，通过本书，你将能用比你现在更少的花费，增加 30%~300% 的新访客。
- AdWords 的速度让你难以想象，不消读完这本书，就可以在阅读过程中亲眼看到结果。书中有着今天晚上就可以用上的捷径，调一下广告，上床睡觉前，你就可以看到成果了。到了明天上午，你的生意将更加蒸蒸日上。
- 让我们把一切都做得清晰可查，如何进行关键字的选择？如何搭配关键字与广告、营销目的、时间、地点及客户群体？如何进行关键字扩展、筛选、测试、优化？哪些参数是判断关键字或者广告组优劣的重点？做 AdWords 广告，本书会让你得心应手。
- 本书也不会忘了搜索引擎优化（SEO），你想象过 SEO 的人海战术吗？你知道真实而残酷的 SEO 竞争吗？本书教你的不是站内优化、找资源、加外链的技巧，而是建立 SEO 军团所向披靡的战争兵法。

无须多言，假设你已经从这本书中学到了我们提供的一些知识和技巧，那么

你可以相对于竞争对手，看看你所具有的自己都难以置信的优势：

- 你从网站的起跑线开始，就比竞争者拥有更多的关键字，更多被发现的机会。
- 你知道访客最佳的到来时间，以及他们从何处以何种方式而来。
- 你明确知道哪一个广告可以创造最大的效益。
- 你知道哪一个关键字的销售业绩最好，当然也知道哪个最差。
- 你的每个关键字都有自己的精确竞标价格。
- 你的效果最好的广告出现的频率也最多。
- 你的支出与预算完全是为了利润而服务。
- 你知道你的访客从哪个页面进来，从哪里离开。
- 你知道搜索与内容广告哪个对你更有效。

在 Google AdWords 广告的世界里，胜出者将占据网络市场份额的绝大部分，从而造成第一名与第二名之间的巨大差距，因此，你不可能甘于做第二名或者更落后的名次。Google AdWords 能帮你冲击第一名，占据最大的市场份额，而你所要做的，只是坚持利用这本书中所提到的思想、方式、技巧和工具。



感谢

为了本书的出版，本书的作者李鹏用了大半年的业余时间进行撰写，现在终于完成了。将国内外 AdWords 的应用经验进行总结是一个艰巨的工作，除此之外，我们还兼顾了经典营销广告学理论和前沿的实用技术。这一切成果并不仅仅是笔者李鹏、王悦、缪晨卿三个人的贡献，也要感谢很多人无私的帮助。

在这里首先感谢周宁先生、毛从任先生、朱延伟先生、曹艳华先生和金名贵先生等南京科泰的同仁们，他们是奋斗在网上销售第一线的领军人物，他们丰富的实战经验使得本书有血有肉。

周宁，英文名 Neil Zhou，性格乐天，爱好交友、演讲，成功运营过多个电子商务网站，积累了丰富的 B2B/B2C 行业运营和管理经验。其市场涵盖欧美、日韩和中国地区，行业涉及软件、IT 培训、眼镜、珠宝、服饰等多个行业。现为南京科泰信息科技有限公司总裁兼 CEO。周宁作为电子商务、平台运营和风险投资方面很有影响力的专家和演讲者，经常组织召开或参与顶尖的电子商务峰会和投资策划电子商务创业项目。

毛从任，英文名 Moore Mao，乐善好施，涉猎广泛。从多年前就开始运营电子商务平台，是南京科泰信息科技有限公司的初创成员之一。以他理性清晰的思维、务实稳重的性格、娴熟的沟通协调技巧和敏锐的分析判断能力，成功运营过

多个成功的 B2C 网站。毛从任现任南京科泰信息科技有限公司总经理，辅助周宁（董事长兼 CEO）进行综合管理。

朱延伟，英文名 Charlie Zhu，为人乐观大方，是电子商务中虚拟贸易和 IT 认证培训行业的专家。朱延伟现任南京科泰信息科技有限公司 IT 虚拟产品贸易部负责人，曾经负责客服部门，对网上销售、订单处理、呼叫中心等有深厚的经验。

曹艳华，英文名 Charles Cao，喜欢交友写博，是网络营销方面的专家，特别是针对 Google、百度等搜索引擎营销有较强的实战能力，擅长基于搜索引擎（SE）及用户体验（UE）的网站诊断和网站内部优化，具有丰富的 SEO 团队管理经验。曹艳华现任南京科泰信息科技有限公司网络推广部负责人。

金名贵，英文名 King，南京科泰信息科技有限公司实物贸易事业部副总经理，负责公司外贸 B2C 产品线驻外办事处，对货源采购及仓储具备专业的技术，也曾经负责客服部门，在客户服务方面具备深厚的经验。

在写作本书的过程中，有很多公司为笔者提供了很多研究成果、技巧和经验。这里需要感谢 Google 公司、Baidu 公司、Yahoo 公司，同时也要感谢我们的朋友们，他们来自 eBay、阿里巴巴、Made in China、淘宝网、亚马逊、敦煌网、Light in the box、ChinaVasion、珂兰网、凡客诚品、麦包包等，我们从他们那里获得了很多电子商务经验。还需要感谢中国的网商们，他们一个又一个感人的成功故事是笔者写作本书的动力，是我们值得借鉴的经验。

除此之外，笔者还要对以下人员表示诚挚的谢意。

张红雨，南京科泰编辑，作为作者李鹏的助手，张红雨在本书的撰写期间给予了很大的帮助，尤其在收集案例和整理资料方面，同时也进行了本书的校对工作。

最后还要感谢电子工业出版社，感谢李冰女士和葛娜编辑为本书的出版工作所付出的努力。

李鹏

2009 年 6 月 15 日



目 录

第 1 篇 搜索引擎广告概念

第 1 章 网络营销与搜索引擎	3
1.1 搜索引擎的影响力	3
1.1.1 搜索引擎风云录	3
1.1.2 割据的搜索市场	8
1.2 搜索引擎付费营销	14
1.2.1 搜索与营销的组合 SEM	14
1.2.2 拉式精准营销	18
1.2.3 搜索引擎广告的价值	22
第 2 章 互联网创业的黄金时代	26
2.1 网上销售时代	26
2.1.1 互联网市场的演变	26
2.1.2 网上直销时代的来临	31
2.2 利用网络营销成就事业	35
2.2.1 抓住互联网商业机会	35
2.2.2 国内外搜索广告应用	38

第 3 章 Google AdWords 广告基础	40
3.1 Google AdWords 账户	40
3.1.1 账户结构导航	40
3.1.2 “主页”标签页	41
3.1.3 “广告系列”标签页	43
3.1.4 “报告”标签页	44
3.1.5 “工具”标签页	47
3.1.6 “结算”标签页	48
3.1.7 “我的账户”标签页	50
3.2 Google 广告基础	51
3.2.1 Google 广告的分类	51
3.2.2 AdWords 投放操作	54

第 2 篇 Google AdWords 实践

第 4 章 制定搜索引擎广告计划	59
4.1 确定你的市场和目标	59
4.1.1 如何分析目标市场	59
4.1.2 如何评估营销难度	63
4.1.3 Google AdWords 策划	66
4.2 为广告投放准备关键字清单	70
4.2.1 如何发掘关键字	70
4.2.2 制作关键字清单	73
4.3 Google AdWords 的实施	74
4.3.1 建立广告系列和广告组	74
4.3.2 撰写广告语确定着陆页	79
4.3.3 安装跟踪代码设定分析目标	81
第 5 章 搜索引擎广告初级优化	83
5.1 优化账户六步法	83
5.1.1 第一步：分析账户	84

5.1.2	第二步：分析并优化自己的网站	86
5.1.3	第三步：优化关键字	88
5.1.4	第四步：关键字匹配选项	90
5.1.5	第五步：优化广告文字	93
5.1.6	第六步：链接网址优化	96
5.2	优化账户经验	98
5.2.1	优化账户的简易方法	98
5.2.2	广告系列设置技巧	105
5.2.3	黄金账户法则	109
5.3	相关性与质量得分	111
5.3.1	AdWords 与相关性	111
5.3.2	质量得分与相关性分析	113
5.3.3	质量得分体系解读	115
第 6 章 关键字高级应用策略		119
6.1	关键字与商业竞争	119
6.1.1	关键字背后价值	119
6.1.2	排除不必要的访客	121
6.2	关键字的应用分析	124
6.2.1	从用户角度思考关键字	124
6.2.2	关键字联想	126
6.3	关键字另类运用技巧	129
6.3.1	利用大众关键字稳定流量	129
6.3.2	海量关键字管理	130
6.3.3	相关关键字优化技巧	133
第 7 章 广告的撰写技巧		136
7.1	广告文案撰写	136
7.1.1	广告文案撰写技巧	136
7.1.2	再进一步妙笔生花	138
7.1.3	实践是检验真理的唯一标准	140



7.2 AdWords 文案创意例子	144
7.2.1 直接命中目标的例子	144
7.2.2 发挥无限创意的例子	146

第 3 篇 Google AdWords 优化

第 8 章 Google AdWords 工具	155
8.1 Google AdWords 基础工具	155
8.1.1 关键字工具	155
8.1.2 转换跟踪	156
8.1.3 广告诊断和预览	158
8.1.4 广告系列优化	160
8.2 Google AdWords 优化工具	161
8.2.1 基于搜索的关键字工具	161
8.2.2 修改广告系列的否定关键字	162
8.2.3 网站和类别排除	163
8.2.4 IP 地址排除	164
8.2.5 点击量估算工具	165
8.2.6 搜索分析	166
8.3 Google AdWords 其他辅助工具	167
8.3.1 网站优化工具	167
8.3.2 AdWords 离线编辑器	168
第 9 章 Google 广告高级优化	170
9.1 关键字质量得分优化	170
9.1.1 质量得分优化步骤	170
9.1.2 质量得分优化例子	172
9.2 关键字出价优化技巧	173
9.2.1 关键字出价调整经验	173
9.2.2 对广告的分割测试	176