






## Google Ads Εισαγωγή στο Google Ads

 Δείτε το webinar



-  Σας καλωσορίζουμε στη νέα πρωτοβουλία της Eurobank για τον ψηφιακό μετασχηματισμό των επιχειρήσεων.
-  Σε αυτό το βίντεο για τη νέα ψηφιακή εποχή παρουσιάζουμε τη διαφημιστική πλατφόρμα της Google.
-  Το Google Ads είναι το διαφημιστικό σύστημα της Google. Είναι το δημοφιλέστερο και αποτελεσματικότερο εργαλείο online διαφήμισης. Με σωστή αξιοποίηση των δυνατοτήτων μπορεί, όχι μόνο, να επιτευχθεί προσέγγιση πελατών, αλλά και καθοδήγηση αποφάσεων και προτιμήσεών τους.
-  Η διαφημιστική πλατφόρμα χωρίζεται σε 3 βασικούς άξονες.  
Η πρώτη και βασικότερη αφορά 3,5 δισ. αναζητήσεις που γίνονται καθημερινά στο Google.  
Επίσης, αφορά διαφημίσεις που υπάρχουν σε εκατομμύρια ιστοσελίδες, καθώς και διαφημίσεις που εμφανίζονται αποκλειστικά σε κινητά ή tablets.  
Τέλος, αφορά όλες εκείνες τις αναζητήσεις που γίνονται στη δεύτερη μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης, το YouTube.
-  Πιο αναλυτικά, όταν λέμε **αναζητήσεις στο Google**, τι ακριβώς εννοούμε;  
Εννοούμε εκείνη τη στιγμή που ψάχνουμε έναν γιατρό στην περιοχή μας, ένα εστιατόριο για την πόλη που πρόκειται να επισκεφτούμε το σαββατοκύριακο ή τις πληροφορίες για ένα γεγονός. Σε οτιδήποτε μας απασχολεί κατά πάσα πιθανότητα η Google έχει την απάντηση.  
Έτσι, όταν κάποιος αναζητά κάτι που σχετίζεται με ένα προϊόν ή υπηρεσία, οι διαφημιζόμενοι μπορούν να είναι εκεί και να

μετατρέψουν τον χρήστη σε δυνητικό πελάτη της επιχείρησής τους.

Η Google, όμως, δίνει ακόμα εκατομμύρια επιλογές. Κάθε ιστότοπος Google ή συνεργατών μπορεί να φιλοξενήσει τη διαφήμιση του προϊόντος, φτάνει να αντιστοιχίζεται με το περιεχόμενο της συγκεκριμένης σελίδας.

Ο συγκεκριμένος άξονας προσφέρει επιπλέον βοήθεια, καθώς υπάρχει δυνατότητα χρήσης ελκυστικών μορφών διαφήμισης αλλά και διαφόρων επιλογών στόχευσης, για παράδειγμα με βάση τα ενδιαφέροντα των χρηστών ή με βάση δημογραφικά στοιχεία. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να αυξάνεται η αναγνωρισιμότητα του brand και η αλληλεπίδραση με τους πελάτες του.

Ο τρίτος βασικός άξονας αφορά τις **YouTube διαφημίσεις**, αποκλειστικά σε μορφή βίντεο.

Οι τρόποι εμφάνισης ενός βίντεο στο YouTube, όπως βλέπουμε, είναι πολλοί. Μπορεί να υπάρχει στην κεντρική σελίδα του YouTube, πριν ή ενδιάμεσα από το βίντεο της επιλογής του χρήστη, στην πλαϊνή μπάρα επιλογών, υπό τη μορφή καρτών, ή σε κινητά.

Τέλος, τα **Mobile Ads**, παρόλο που δεν αποτελούν ξεχωριστή κατηγορία αλλά κομμάτι και των 3 αξόνων, έχουν ιδιαίτερη βαρύτητα λόγω της αυξημένης χρήσης κινητών. Με τα Mobile Ads δίνεται η δυνατότητα πρόσβασης στο κινητό κάθε δυνητικού πελάτη, καθώς αναζητά ή επισκέπτεται ιστότοπους όπου κι αν βρίσκεται.

Εδώ βλέπουμε παραδείγματα διαφημίσεων σε κινητά.

Το πρώτο παράδειγμα αποτελεί **search διαφήμιση** με δυνατότητα του χρήστη, πέρα από την επίσκεψη στην ιστοσελίδα, να καλέσει προς την επιχείρηση ή το κατάστημα.

Το δεύτερο παράδειγμα αποτελεί παράδειγμα **search σε maps** και εμφανίζει οδηγίες στον χάρτη προς το φυσικό κατάστημα.

Τέλος, η προώθηση της **εγκατάστασης ενός application** ανήκει στον κατάλογο των δυνατοτήτων των Mobile Ads. Έτσι, βλέπουμε ότι η Google δίνει πρόσβαση σε κάθε σημείο επαφής με έναν δυνητικό πελάτη.

Γιατί να επιλέξουμε όμως τη συγκεκριμένη πλατφόρμα;

Το πρώτο benefit αφορά το μέγεθος προβολής του διαφημιζόμενου. Η Google καλύπτει το 99% των ελληνικών



**Εισαγωγή  
στο Google Ads**

[▶ Δείτε το webinar](#)

ιστοσελίδων, κι αυτό δίνει πρόσβαση στη μεγαλύτερη πελατειακή βάση του διαδικτύου για κάθε διαφημιζόμενο που θέλει να προσεγγίσει νέους ή υφιστάμενους πελάτες της.

Είτε ο στόχος αφορά την αύξηση της επισκεψιμότητας στη σελίδα, των online πωλήσεων, της αναγνωρισιμότητας, είτε ο διαφημιζόμενος θέλει οι πελάτες να μην τον ξεχνούν, η Google μπορεί να το προσφέρει.

Επιπλέον, μέσα από την ίδια πλατφόρμα ο διαφημιζόμενος έχει τη δυνατότητα να συναντήσει τον καταναλωτή σε οποιαδήποτε φάση του αγοραστικού funnel και να βρίσκεται.

Είτε πρόκειται για τους χρήστες που απλά μαθαίνουν την ύπαρξη του προϊόντος ή της υπηρεσίας, είτε γνωρίζουν και θέλουν να μάθουν περισσότερα, ή τέλος έχουν πειστεί και πρόκειται να κινηθούν προς το προϊόν και την υπηρεσία του διαφημιζομένου, το Google Ads δίνει τη δυνατότητα να τους συναντήσει μέσα από την αντίστοιχη καμπάνια.

Όσον αφορά τα πιο πρακτικά οφέλη, το Google Ads δίνει τον έλεγχο των χρημάτων που ξοδεύει κανείς. Δεν υπάρχει ελάχιστο όριο και ο διαφημιζόμενος μπορεί να επιλέγει το κόστος ανά ημέρα, ανά μήνα ή ανά καμπάνια.

Ο τρόπος χρέωσης είναι **Pay-Per-Click** και **Pay-Per-View**. Πρακτικά, ο διαφημιζόμενος χρεώνεται μόνο όταν κάποιος χρήστης κλικάρει τη διαφήμιση ή όταν δει το βίντεο (όταν πρόκειται για το αντίστοιχο format). Δηλαδή, όταν η διαφήμισή του έχει αντίκρισμα.

Επίσης, υπάρχει η **δυνατότητα στόχευσης** των διαφημίσεων. Είτε πρόκειται για το δίκτυο αναζήτησης (Search Network) είτε για το δίκτυο προβολής (Display Network), που θα δούμε πιο αναλυτικά παρακάτω, ο διαφημιζόμενος καλείται να καθορίσει τα κριτήρια στόχευσης που αφορούν επιγραμματικά λέξεις-κλειδιά, τοποθεσία, δημογραφικά στοιχεία ή συσκευή.

Τέλος, το Google Ads ξεχωρίζει για το δυνατό **reporting**, καθώς τα δεδομένα συλλέγονται σε πραγματικό χρόνο, ώστε ο διαφημιζόμενος να μπορεί να δει τα στοιχεία που βοηθούν ή σαμποτάρουν την καμπάνια και να προβεί σε βελτιστοποίηση για μέγιστα αποτελέσματα.

Τέλος, δεδομένης της πρόσβασης σε πολύτιμα δεδομένα μέσω



Εισαγωγή  
στο Google Ads

[▶ Δείτε το webinar](#)

εργαλείων ανάλυσης, για παράδειγμα σχετικά με τη διαδικτυακή συμπεριφορά των χρηστών, οι διαφημιζόμενοι μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν για μελλοντικές καμπάνιες.

Συνοψίζοντας, βλέπουμε ότι το Google Ads αποτελεί ένα βασικό κομμάτι για την προώθηση μιας επιχείρησης διαδικτυακά. Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει ότι από τη στιγμή δημιουργίας ενός λογαριασμού Google Ads οι πωλήσεις αυτόματα αυξάνονται. Απαιτείται σφαιρική γνώση των εργαλείων, σωστή χρήση τους και συνεχής ενημέρωση.

Εμπλουτίστε τις ψηφιακές γνώσεις σας με όλο το υλικό μας και αποκτήστε τη δυνατότητα να εξελίξετε την επιχείρησή σας.

Παρακολουθήστε ξανά το [webinar Εισαγωγή στο Google Ads](#) ή δείτε και άλλα [webinar που μπορεί να σας ενδιαφέρουν](#) του Digital Academy.



**Εισαγωγή  
στο Google Ads**

[▶ Δείτε το webinar](#)

#### Powered by Isobar

Το παρόν υλικό στοχεύει στη γνωριμία και εξοικείωσή σας με τα σύγχρονα δεδομένα της επικοινωνίας με χρήση ψηφιακών μέσων. Έχει καθαρά πληροφοριακό χαρακτήρα και σε καμία περίπτωση δεν συνιστά προτροπή ή παρακίνησή σας να εφαρμόσετε ή να ακολουθήσετε τις δυνατότητες προβολής και διαφήμισης που παρουσιάζονται. Βασίζεται στις γνώσεις και την εμπειρία της εταιρείας ISOBAR – IPROSPECT ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ. Ενσωματώνει πληροφορίες που αντλούνται από πηγές με δημόσιο χαρακτήρα και ενδέχεται να μεταβληθούν.

Σας καλούμε να διαβάσετε προσεκτικά και να συμμορφώσετε με τους όρους και προϋποθέσεις που διέπουν τη χρήση του παρόντος υλικού, όπως περιγράφονται εδώ: [www.eurobank.gr/digital-academy/powered-by-isobar](http://www.eurobank.gr/digital-academy/powered-by-isobar)