

Adwords: Google Search

DICKYZEN.COM

AdWords Billing

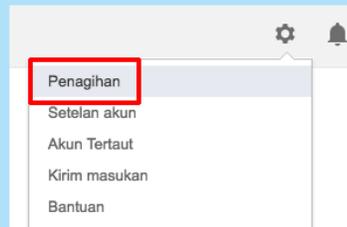
Metode Pembayaran AdWords

Metode Pembayaran	Opsi Pembayaran	Saldo masuk paling lama dalam..	Info Tambahan
1  Kartu Kredit	Manual/ Otomatis	24 jam	<input checked="" type="checkbox"/> Kartu debit <input checked="" type="checkbox"/> Kartu kredit virtual (VCC/VCN) <input checked="" type="checkbox"/> 24 jam
2  PayPal	Manual/ Otomatis	24 jam	<input checked="" type="checkbox"/> IDR (Rupiah) <input checked="" type="checkbox"/> USD
3  Transfer Dana	Manual	2 hari kerja	<input checked="" type="checkbox"/> ATM <input checked="" type="checkbox"/> Teller <input checked="" type="checkbox"/> Online

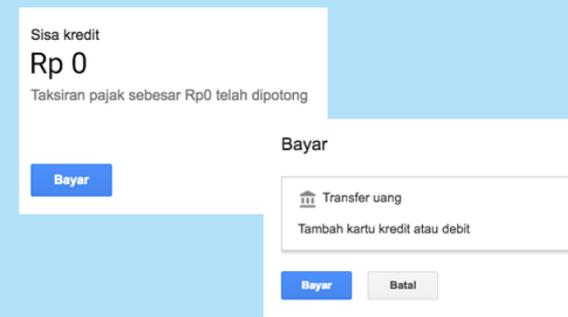
AdWords Billing

Petunjuk Transfer Dana

- 1 Klik di lambang roda gigi di sebelah kanan atas akun, pilih Penagihan



- 2 Di halaman Riwayat Transaksi, klik Bayar



- 3 Dapatkan informasi transfer

Nomor rekening tujuan (berbeda-beda untuk setiap akun)

Informasi transfer dana

Nama bank
Citibank

Kota
Jakarta

Nama cabang
Jakarta

Kode swift
CITIIDJX

Nomor rekening
XXXXXXXXXXXXXXXXXX

Penerima
Google Asia Pacific Pte Ltd

Google

- 4 Transferkan dana

✗ ATM

Sementara ini belum bisa, masih diusahakan

✓ Teller

Isi formulir transfer dana antar bank lokal

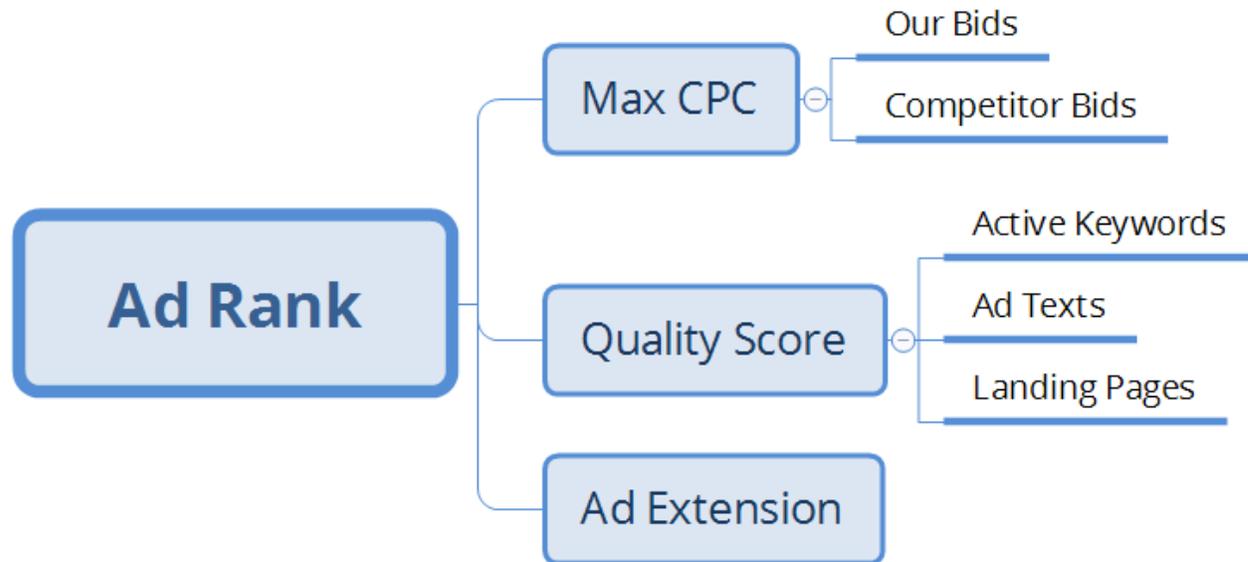
✓ Online

Gunakan pilihan "Clearing"

! Petunjuk lengkap langkah demi langkah untuk beberapa bank populer: goo.gl/3QFep4

- 5 Kalau sudah lebih dari 2 hari kerja & dana belum masuk?

Periksa nomor rekening apakah benar, kirim bukti pembayaran ke tim support AdWords: g.co/BantuanAdWords



Ad rank
formula

Max CPC

- ▶ <https://support.google.com/adwords/answer/6326?hl=en>
- ▶ Tawaran yang Anda tetapkan untuk menentukan jumlah tertinggi yang bersedia Anda bayar untuk sebuah klik pada iklan Anda.
- ▶ Jika seseorang mengklik iklan Anda, biaya yang dikenakan untuk klik tersebut tidak akan melebihi tawaran biaya per klik maksimum (atau BPK maks.) yang Anda tetapkan. Misalnya, jika Anda menetapkan tawaran BPK maks. sebesar Rp20.000, Anda tidak akan pernah membayar lebih dari Rp20.000 untuk setiap klik pada iklan Anda. Jumlah sebenarnya yang Anda bayar disebut **BPK aktual** dan ditampilkan di kolom "BPK rata-rata" pada akun Anda.
- ▶ Tawaran yang lebih tinggi biasanya membantu iklan Anda tampil di posisi iklan yang lebih tinggi di laman.
- ▶ Anda akan memilih antara **penawaran manual** (Anda memilih jumlah tawaran) dan **penawaran otomatis** (Anda menetapkan anggaran harian target dan sistem AdWords otomatis menyesuaikan tawaran BPK maks. atas nama Anda, dengan tujuan untuk mendapatkan sebanyak mungkin klik sesuai dengan anggaran tersebut). Dengan penawaran manual, Anda akan menetapkan satu tawaran BPK maksimum untuk seluruh grup iklan, tetapi dapat juga menetapkan tawaran yang berbeda untuk kata kunci individual.

Quality Score is a measure of user experience

- ▶ <https://support.google.com/adwords/answer/140351?hl=en>
- ▶ Quality Score is an estimate of the quality of your ads, keywords, and landing pages. Higher quality ads can lead to lower prices and better ad positions.
- ▶ You can see your Quality Score (Quality Score is reported on a 1-10 scale and its components (expected clickthrough rate, ad relevance, and landing page experience) in your keywords' "Status" column.
- ▶ The more relevant your ads and landing pages are to the user, the more likely it is that you'll see higher Quality Scores.
- ▶ Quality Score is an aggregated estimate of your overall performance in ad auctions, and is not used at auction time to determine Ad Rank.

Quality Score ; 1-10 📈

QS = Penilaian yang diberikan pada level keywords berdasarkan:

Click-Through Rate

History keyword CTR, Display URL CTR, dan rata-rata CTR akun anda

Relevancy

Relevancy keyword > ad > landing page

Landing Page Quality

Relevant, Original, Transparent, Navigable (and fast)

Others factor

Ad-Extensions, Geographic performance, display ad performance, device performance, account performance



Ads Extensions

Clickthrough rate (CTR): Definition

- ▶ <https://support.google.com/adwords/answer/2615875?hl=en>
- ▶ Rasio yang menunjukkan seberapa sering orang-orang yang melihat iklan Anda pada akhirnya mengeklik iklan tersebut. RKT dapat digunakan untuk mengukur seberapa baik performa kata kunci dan iklan Anda.
- ▶ RKT adalah jumlah klik yang diterima iklan dibagi dengan frekuensi iklan ditayangkan: $\text{klik} \div \text{tayangan} = \text{RKT}$. Misalnya, jika Anda memiliki 5 klik dan 1000 tayangan, RKT Anda adalah 0,5%.
- ▶ Setiap iklan dan kata kunci memiliki RKT masing-masing yang dapat dilihat tercantum di akun Anda.
- ▶ RKT yang tinggi merupakan indikasi yang baik bahwa pengguna merasa iklan Anda berguna dan relevan. RKT juga berkontribusi untuk RKT yang diharapkan dari kata kunci (komponen **Angka Mutu**), yang dapat memengaruhi biaya dan posisi iklan. Perhatikan bahwa RKT yang baik relatif terhadap apa yang Anda iklankan dan pada jaringan mana.
- ▶ Anda dapat menggunakan RKT untuk mengukur iklan dan kata kunci mana yang berhasil untuk Anda dan mana yang perlu ditingkatkan. Semakin erat keterkaitan antara kata kunci dan iklan serta bisnis Anda, semakin besar kemungkinan pengguna mengeklik iklan setelah menelusuri frasa kata kunci Anda.

Average cost-per-click (Avg. CPC)

- ▶ <https://support.google.com/adwords/answer/14074?hl=en>
- ▶ Jumlah rata-rata yang ditagih kepada Anda untuk klik pada iklan. Biaya per klik rata-rata (BPK Rta.) dihitung dengan membagi total biaya klik dengan total jumlah klik.
- ▶ BPK rata-rata didasarkan pada biaya per klik aktual (BPK aktual), yaitu jumlah aktual yang ditagih kepada Anda untuk sebuah klik pada iklan. Perhatikan bahwa BPK rata-rata mungkin berbeda dengan **biaya per klik maksimum (BPK maks.)**, yaitu jumlah tertinggi yang bersedia Anda bayar untuk sebuah klik.
- ▶ Berikut cara menghitung BPK rata-rata. Misalnya, iklan Anda mendapatkan dua klik, satu berbiaya Rp2.000 dan lainnya Rp4.000, dengan total biaya sebesar Rp6.000. Anda membagi Rp6.000 (total biaya) dengan 2 (total jumlah klik) untuk mendapatkan BPK rata-rata sebesar Rp3.000.
- ▶ Anda dapat menemukan jumlah BPK rata-rata di kolom "BPK Rta." pada tab Kampanye.
- ▶ Apakah Anda baru memulai dan ingin mengetahui gambaran jumlah rata-rata yang mungkin ditagih untuk sebuah klik? Anda dapat menggunakan **Perencana Kata Kunci** untuk mendapatkan taksiran jumlah BPK rata-rata bagi kampanye Jaringan Penelusuran.

Berapa yang harus kita bayar?

$$\text{ACTUAL CPC} = \frac{\text{AD RANK TO BEAT}}{\text{QUALITY SCORE}} + \$0.01$$

Advertiser	Max. Bid	x	Quality Score	=	(Ad Rank)	Actual CPC
Mary	\$2	x	10	=	20 (no. 1)	16/10 + \$0.01 = \$1.61
Tom	\$4	x	4	=	16 (no. 2)	

$$\text{YOUR PRICE} = \frac{\text{THE AD RANK OF THE PERSON BELOW YOU}}{\text{YOUR QUALITY SCORE}} + \$0.01$$

	Max Bid	Quality Score	Ad Rank	Actual CPC
Advertiser I	\$2.00 	10 	20	$16/10 + 0.01 =$ \$1.61 
Advertiser II	\$4.00 	4 	16	$12/4 + 0.01 =$ \$3.01 
Advertiser III	\$6.00 	2 	12	$8/2 + 0.01 =$ \$4.01 
Advertiser IV	\$8.00 	1 	8	Highest CPC 

Notice how Advertiser I can pay less for a higher position due to his high quality score.

Simulasi Ad Rank

Account			
Unique email and password Billing information			
Campaign		Campaign	
Budget Settings		Budget Settings	
Ad Group	Ad Group	Ad Group	Ad Group
Ads Keywords	Ads Keywords	Ads Keywords	Ads Keywords

Struktur Akun

Account

Furniture store

Campaign

Campaign

Tables

Beds

Ad Group

Ad Group

Ad Group

Ad Group

Coffee tables

Bedside tables

Sofa beds

King size beds

Batasan akun AdWords

- ▶ <https://support.google.com/adwords/answer/6372658?hl=id>
- ▶ Batasan kampanye dan grup iklan
- ▶ 10.000 kampanye (termasuk kampanye aktif dan dijeda)
- ▶ 20.000 grup iklan per kampanye
- ▶ 20.000 item penargetan grup iklan per grup iklan (seperti kata kunci, penempatan, dan daftar pemirsa)
- ▶ Batasan iklan
- ▶ 300 iklan gambar/galeri
- ▶ 50 iklan teks dan iklan non-gambar/galeri per grup iklan
- ▶ 4 juta iklan aktif atau dijeda per akun

Keyword research

DICKYZEN.COM

Tools

Google Tool

Keyword Planner

Google Trends

Google Suggestion / related result

Others

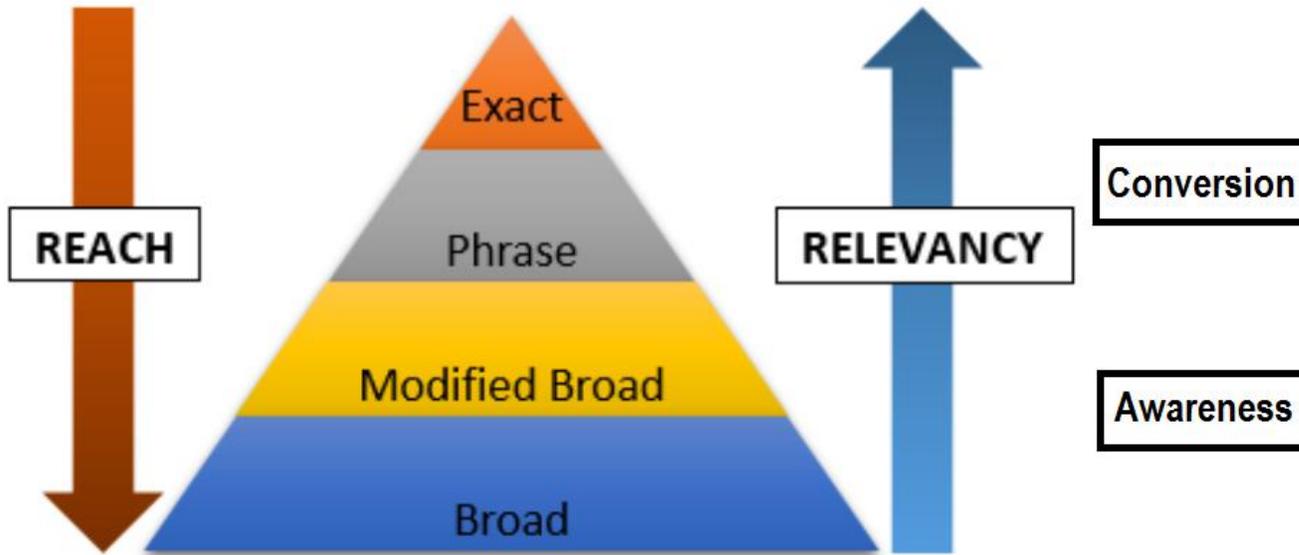
Uber Suggest

<https://ubersuggest.io>

Concatenation Tool

<https://www.found.co.uk/ppc-keyword-tool/>

Live Demo...



Keyword
Match

Match type	Special symbol	Example keyword	Ads may show on searches that	Example searches
Broad match	none	women's hats	are synonyms, related searches, and other relevant variations	<i>buy ladies hats</i>
Broad match modifier	+keyword	+women's hats	contain the modified term (or close variations, but not synonyms), in any order	<i>woman's hats</i>
Phrase match	"keyword"	"women's hats"	are a phrase, and close variations of that phrase	<i>buy women's hats</i>
Exact match	[keyword]	[women's hats]	are an exact term and close variations of that exact term	<i>women's hats</i>
Negative match	-keyword	-baseball	are searches without the term	<i>baseball hats</i>

Keyword Match

Keyword Match / pencocokan kata kunci

[HTTPS://SUPPORT.GOOGLE.COM/ADWORDS/ANSWER/2497836?HL=ID](https://support.google.com/adwords/answer/2497836?hl=id)

Details

▶ [See an example](#)

Cara melakukan riset keywords

- ▶ Berpikirlah dari sudut pandang pelanggan
- ▶ Memilih kata kunci yang spesifik untuk menargetkan pelanggan tertentu
- ▶ Memilih kata kunci yang umum untuk menjangkau lebih banyak orang
- ▶ Mengelompokkan kata kunci yang serupa ke dalam group iklan
- ▶ Memilih jumlah kata kunci yang tepat (-5-20 Keyword per AdGroup)
- ▶ Memilih kata kunci yang berkaitan dengan situs web atau aplikasi yang dilihat pelanggan anda

Live demo

- ▶ Research
- ▶ Sepatu

Live demo iklan

▶ live

Google Understanding Bidding Basics

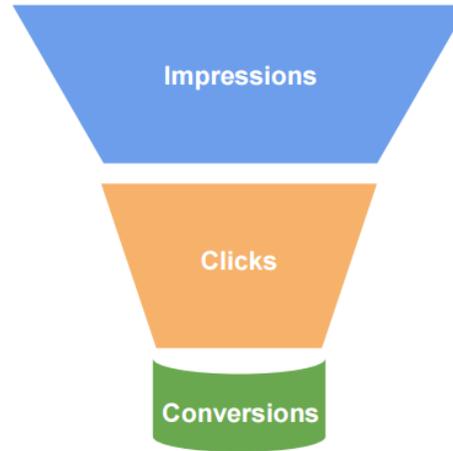
Advanced Bid Strategies: Determining a bid strategy based on your goals

Not available on
Google Search

CPM Bidding	Focus On Impressions
	Objective: Brand Awareness

CPC Bidding	Focus On Clicks
	Objective: Visits & Sales

CPA Bidding	Focus On Conversions
	Objective: Maximize Conversions



Google Confidential and Proprietary

Bid Strategy and Bid Adjustment

Berapa bid
yang harus kita
keluarkan?

- ▶ Lihat Kompetitor
- ▶ Bid sesuai kemampuan anda
- ▶ Jalankan campaign 1-3 hari
- ▶ Evaluasi dan adjust bid untuk keyword potensial
- ▶ Lihat data
 - Average position
 - Top and first page bid estimates
 - Average cpc

Types of bid adjustments

Device



Location



Ad scheduling



Top content (advanced)



Targeting methods (advanced)



Remarketing lists for search ads (advanced)



Bid adjustment
<https://support.google.com/ads/answer/2732132?hl=en>

Split test on Adwords

- ▶ Split testing Ads
 - Buat iklan yang berbeda dalam satu Ad Groups
 - Masing-masing iklan menuju Landing Page (final URL) yang sama

- ▶ Split testing landing page
 - Buat iklan yang sama dalam satu Ad Groups
 - Arahkan ke Landing page (final URL) berbeda

Lalu compare...

Setting Ad Rotation

Rotasi iklan dengan rata untuk mengukur kinerja seiring waktu

[-] Ad delivery: Ad rotation

Ad rotation ?

- Optimize for clicks: Show ads expected to provide more clicks
Ideal setting for most advertisers.
- Optimize for conversions: Show ads expected to provide more conversions
Ideal setting if you use AdWords or Google Analytics conversion tracking.
- Rotate evenly: Show ads more evenly for at least 90 days, then optimize
May be appropriate if you optimize ads using your own data.
- Rotate indefinitely: Show lower performing ads more evenly with higher performing ads, and do not optimize
Not recommended for most advertisers.

💡 Your ads may not perform as well with this option. Optimized ad rotation is recommended for most advertisers. [Learn more](#)