



Google(谷歌)西安服务中心

www.google.com

www.sxgoogle.com

推广方案



ADWORDS[™]
AUTHORIZED
RESELLER
授权代理商
Google

一、Google 关键字广告

在全球，每天有数百万企业在使用 Google（谷歌）关键字广告进行商业推广。他们当中，既有 500 强跨国公司，更有无数发展中的中小企业。

这一备受企业青睐的新型广告方式，是一个能够获得消费者及客户直接反应的线上广告系统，它完全是利用 Google(谷歌)强大的搜索引擎和**内容网络**完成的。只要企业通过 Google AdWords 投放关键字广告，对该企业产品和服务感兴趣的潜在客户就能迅速找到该企业的相关信息，供需双方轻松联系在一起。

由于关键字广告效果精准、起步价格低廉、性价比高、操作方式简单、灵活，使其在全球得以迅速推广和普及。

Google 关键字广告平台



多种多样的广告形式

谷歌关键字广告提供多种广告形式：

通过这些丰富的广告形式，您的产品形象和服务特色能够更有效地传递给您的目标客户。



二、 产品优势

全球优质覆盖，网罗潜在客户

中国市场：Google（谷歌）及其数以万计的线上合作伙伴形成中国最大的广告平台，覆盖最广泛的高质量客户人群。

全球市场：Google（谷歌）及其广告联盟覆盖全球 88% 的互联网网民，在欧美、拉丁美洲和亚太各主要市场均占有最大的市场份额。

按效果付费，避免资金浪费

企业资金有限，花钱需在刀刃上。您的关键字广告只呈现在对您的产品和服务感兴趣的潜在客户面前，他们将点击进入您的网站了解更多信息。您只需为每次点击支付费用，避免资金浪费。

广告精准投放，上门客户更优质

优质客户资源是企业生存发展和基业长青的关键。关键字广告可根据您的潜在客户特质进行精准投放，确保将广告推送到目标人群面前，由此产生的潜在客户意向性更强，品质更优异。

灵活自主控制，广告应需而变

市场环境瞬息万变，企业战略应需而变。关键字广告提供预算控制、目标定位和广告优化修改等工具，令广告投放更加灵动地配合市场策略调整，令企业得以在市场竞争中赢取先机。

优质服务随行，一路助力成功

您不仅能通过电话、电子邮件和在线聊天等多种方式得到及时帮助，还可得到营销策略建议及网站优化等高阶服务。企业成功路上有我们的全程优质服务。

三、 特色功能

预算控制

面对有限的广告预算，您可以根据需要设定每日花费限额，并且可以随时更改。

分时投放

如果您确定一周或一天中的某些天或时段能给您带来潜在客户最有价值的点击，您可以使用广告日程管理工具来轻松地进行广告分时投放，让您的广告更具针对性。

效果可视

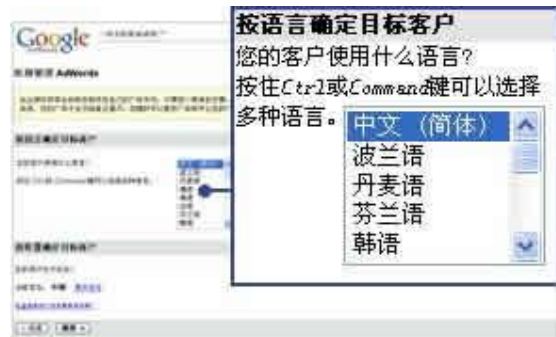
客户对您网站的浏览行为透露着他们的兴趣关注点和购买习惯，关键字广告免费的效果跟踪软件为您提供详尽的监测报告，帮您更准确地把握和捕捉潜在客户。

定位精准

精准定位的目标贯穿于关键字广告投放的每一环节，让您的广告有的放矢，弹无虚发。

- 语言定位：

无论您的客户使用什么语言，多达 96 种的语言选项让您用客户看得懂的语言做广告。



- 地理定位：

无论您的客户身处何方，关键字广告可让您自由点选全球 169 个国家/地区、中国各省市自治区，甚至还可通过经纬度来自定义广告投放区域。



- 关键字定位:

您可以为您的广告选择无数的关键字，通过控制用户搜索时为触发广告而需达到的精确程度，精准地将广告呈现给潜在客户。



- 广告展示位置定位:

希望向特定受众推广品牌或新产品的广告主，可在自己喜欢的网站上投放广告，通过这些广告提高企业知名度和宣传品牌。





质量奖励

高质量广告可以为您节约广告资金，用更少的钱获得更好的排名；高质量广告将被放在搜索结果页面左侧，即用户注意力较集中的区域。

工具大全

为保证您的广告投放效果，我们还为您提供点击量估算、广告优化、网站和类别排除、广告模板等一系列丰富实用的广告工具。

网站优化

广告投放的成功与否很大程度上取决于您网站的质量。我们的分析工具会向您提供可靠的分析报告及一系列建议措施，帮助您优化网站以获得最佳商业效益。

无效防查

对付无效点击，我们有三重“防火墙”，确保您的广告投放更安心。

- 第一重：机器自动识别和过滤，确保无效点击不会影响到您的账户。
- 第二重：专人甄别和检查，专抓“漏网之鱼”，并将无效点击的花费返还到您的帐户中。
- 第三重：随时接受广告主举报，安排调查小组专门监控您所怀疑时段内所有点击情况。

四、新功能速递

- [预算优化工具 \(Budget Optimizer\)](#)
- [模板中心 \(Template Center\)](#)
- [谷歌趋势 \(Google Trends\)](#)
- [针对受众出价 \(Demographic Bidding\)](#)
- [网站和类别排除工具 \(Site and Category Exclusion\)](#)
- [谷歌分析数据共享设定与行业基准化服务 \(Google Analytics Data Sharing Settings and Industry Benchmarking\)](#)
- [广告展示位置报告 \(Placement Performance Report, PPP\)](#)
- [去除中文广告标题的黑体格式 \(Unbolding Ad Title\)](#)
- [目标网页加载时间 \(Landing Page Quality: Load Time\)](#)
- [广告系列优化工具 \(Campaign Optimizer\)](#)

预算优化工具 (Budget Optimizer)



Google Budget Optimizer™ 广告系列管理工具可以自动为您调整关键字的最高每次点击费用 (CPC)。您只需设置目标预算，预算优化工具会主动在此预算范围内寻求尽可能多的点击次数。预算优化工具可以帮助您充分利用每月目标费用，而无需您完成大量的工作。您可以节省时间，避免靠猜测设定每次点击费用，并提高投资回报率。

请注意，预算优化工具的目的仅仅是为了帮助您获得预算范围内可能达到的最多点击次数，它不能帮助您获得特定的广告排名。另外，预算优化工具仅适用于关键字少于 10,000 个的广告系列。

预算优化工具是以下广告客户的理想选择：

- 将每次点击费用或点击量视为重要指标的广告客户。
- 已设置每月预算的广告客户。
- 希望自动调整每次点击费用的广告客户。

请注意，对于偏重广告点击的转换或价值的广告客户，我们不推荐使用预算优化工具，它也不能与 关键字广告的广告日程管理同时使用。

要在任意广告系列中启用预算优化工具：

1. 登录到您的 AdWords 关键字广告帐户。
2. 选中相应广告系列旁边的复选框。
3. 点击修改设置。
4. 在出价部分下，点击查看并修改出价选项。
5. 在出价选项页上，选择预算优化程序。
6. 点击保存并继续。
7. 将会显示说明预算优化工具设置的确认页。点击继续。
8. 选择目标预算。
9. 点击保存并启动。

要在任意广告系列中停用预算优化工具：

1. 登录到您的 AdWords 帐户。
2. 选中相应广告系列旁边的复选框。
3. 点击修改设置。
4. 在出价部分下，点击查看并修改出价选项。
5. 在出价选项页上，选择默认的手动出价。
6. 点击保存并继续。
7. 在随后出现的确认页上，选择您要应用的值，然后点击保存更改。



模板中心 (Template Center)

AdWords 模板中心是一个免费工具，拥有"我的客户中心"(MCC) 帐户的客户经理可用其为预定义的广告系列创建 AdWords 模板，并将这些模板与其直接链接的帐户共享。对模板具有访问权的广告客户可以利用这些模板制作自己的广告系列。

此功能只能通过"我的客户中心"帐户获得。客户经理（模板创建者）会在其"我的客户中心"帐户中"我的客户中心"标签上看到模板中心链接。当模板创建者发布模板以供帐户与"我的客户中心"直接链接的广告客户使用后，这些广告客户会在其 AdWords 帐户的模板库中看到这些模板。广告客户只有在客户经理为其创建并发布模板后，才能在自己的帐户中看到"模板库"链接。

谷歌趋势 (Google Trends)

谷歌趋势会分析一部分 Google 网络搜索以计算您输入的字词被搜索的次数，并将其与 Google（谷歌）上随时间推移的搜索总量相比较。然后我们会用图表向您显示结果，即按线性比例绘制的搜索量图表。通过用逗号分隔每个字词，您可以比较最多五个字词。例如，若要比较“棒球手套”和“游泳衣”的趋势信息，只需输入棒球手套，游泳衣，然后点击“搜索趋势”即可。

位于搜索量图表正下方的是资讯引用量图表，显示您的主题在 Google 资讯报道中的出现次数。如果发现某个特定字词的资讯报道引用量出现峰值，Google 趋势会在图表中进行标记，然后自动选择编写时间接近该峰值的一篇 Google 资讯报道，并显示其标题。在搜索量和资讯量图表下面，Google 趋势显示了您输入的首个字词的最热门城市、地区和语言。

针对受众出价 (Demographic Bidding)

针对受众出价是一种帮助您的广告吸引特定年龄或性别的受众的方法。比如您希望年龄在 18-24 岁的女性用户或 55 岁以上的用户看到您的广告，那么针对受众出价便非常有用。

Google 内容网络中的部分发布商拥有其用户的某些个人详细信息。例如，社交网站通常会要求用户注明他们的年龄和性别。在提供此类用户信息的网站上，Google 经常可以向您感兴趣的群体的成员展示 AdWords 广告，也可以阻止您的广告向您不希望覆盖的群体的成员展示。您可以为您感兴趣的受众群体制定更高出价，以确保您的广告可以吸引这些群体的成员。

针对受众出价适用于以**关键字定位**和以**展示位置定位**的广告系列。另请务必记住，一些 Google 内容网络网站也提供针对受众出价，但许多内容网络网站不提供（许多展示 AdWords 广告的网站没有掌握用户年龄或其他用户详细信息）。您的广告系列中很可能同时包含提供针对受众出价的网站和不提供针对受众出价的网站。

网站和类别排除工具 (Site and Category Exclusion)



网站和类别排除工具可用于阻止您的广告展示在 Google 内容网络中的具体某些网站或某些类别的网页中。

我们发现，AdWords 用户有着不同的偏好，其中某些广告客户可能希望避免将广告展示在包含特定内容的网页中。我们提供这种工具，旨在使您既能从内容网络的广告中获益，同时仍能准确地控制广告的定位。

有关网站和类别排除工具的其他信息：

- 此工具适用于加入 Google 联网的以关键字定位的广告系列，以及以展示位置定位的广告系列。
- 主题和网页类型标签仅支持有限的几种语言。
- 您可以根据需要随时修改排除选项列表。
- 您不仅仅由于某个网站不在您广告的目标区域内就将其排除。这是一种比较常见的错误做法。无论网站位于何处，您的广告都只会向位于您所选择的目标位置的访问者展示。

例如，如果您的广告定位至中国，那么它将只面向中国用户展示（根据其 IP 地址），即使所涉及的网站位于其他国家/地区也是如此。

- 虽然我们在技术上已经尽最大努力对网页进行分类，但排除某个类别并不能保证排除所有相关网页。

谷歌分析数据共享设定与行业基准化服务 (Google Analytics Data Sharing Settings and Industry Benchmarking)

谷歌分析数据共享政策可帮助我们改进 Google 非常重视的两个方面：用户信任和用户体验。我们的目标是向客户提供更透明、更多选择和更佳的产品体验。客户选择与 Google 共享的数据通常用于改善 Google 提供的产品。不过，如果不采取额外步骤对受影响的每个产品或服务明确进行核准，此政策将不会影响客户自己的帐户。

用户可以决定是否要与 Google 共享其谷歌分析数据，也可以完全控制与谷歌共享信息的方式。访问用户帐户中的修改帐户和数据共享设置 页，选择"仅与 Google 产品共享"或"以匿名方式与 Google 产品和基准化服务共享"来共享数据。

基准化服务是一项可选的（谷歌分析）服务，该服务会显示用户网站的统计信息与其他垂直行业的比较情况。在此服务的测试版中，您可以将网站的下列数据与来自其他参与网站各种类别的基准数据进行比较：访问次数、综合浏览量、每次访问页数、跳出率、平均网站停留时间以及新访问次数。使用基准数据，用户可以更清楚地了解其网站的整体状况，从而发现更多可以改善网站各项指标的机会。

此项服务位于您报告的"访问者"部分下面。选择"基准化（测试版）"来查看此报告。请注意，至少要为基准化报告归类 and 收集两周时间的数据，报告中才会显示数据。要为您的帐户启用



基准化服务，Google Analytics（分析）帐户管理员必须先接受以匿名、汇总的方式共享您的帐户数据。

可通过两种方式执行此操作：

1. 在修改帐户和数据共享设置页，选择"以匿名方式与 Google 产品和基准化服务共享"谷歌分析数据。要打开此页，谷歌分析设置页中点击"修改帐户和数据共享设置"
2. 找到您报告的"访问者"部分下的基准化报告。直接从该基准化报告页点击"接受"。仅当您没有从修改帐户和数据共享设置页选择接受以匿名的方式共享数据时，才会显示此选项 保存数据共享设置更改之后，最多可能需要两周时间，您的帐户才会显示基准化数据。如果您没有接受以匿名的方式共享您的谷歌分析数据，则无法为您的帐户启用基准化。

请注意，系统将为您的帐户中的所有配置文件启用基准化。由于该选择面向帐户级别，因此，您不能在启用其他配置文件时单独启用个别配置文件。

广告展示位置报告（Placement Performance Report, PPP）

广告展示位置报告可显示广告在内容网络中特定域名和网址上的效果数据。您可以根据这些信息来优化广告在内容网络中的展示位置，以此提高投资回报率。

在下面，您可以找到运行"广告展示位置"报告的说明。请注意，此流程与运行所有类型报告的流程相似。

1. 登录到 **AdWords** 帐户
2. 选择**报告标签**
3. 点击**创建新报告**
4. 在**报告类型**部分，选择**广告展示位置效果**
5. 从**详细程度**下拉菜单中选择您偏好的选项
 - 选择**帐户**可查看所有广告的综合效果统计信息
 - 选择**广告系列**或**广告组**可查看细分到广告系列或广告组一级的效果统计信息
6. 在**域或网址**下拉菜单中：
 - 如果您只想查看展示广告的网页的上一级域名，请选择**域**
 - 如果您要查看整个网址，请选择**网址**
7. 在**视图**下拉菜单中：
 - 选择**摘要**可查看选定日期范围内每项统计数据的汇总数据
 - 选择其他任一选项可查看按特定时间单位细分的统计信息
8. 在**日期范围**部分：

- 选择下拉菜单旁边的单选按钮可选择要查看统计信息的日期范围。请注意，在太平洋时间下午 3:00 后才能提供前一日的完整统计信息
 - 另外，也可以选择第二个单选按钮，然后输入您自己的日期范围。请注意，“广告展示位置”报告的数据仅从 2007 年 6 月 1 日起提供。如果您选择早于此日期的开始日期，将会看到错误消息
9. 如果您在**详细程度**下拉菜单中选择了**广告组**或**广告系列**，则会看到标为**广告系列**或**广告系列和广告组**的部分
- 选择第一个单选按钮，可查看整个帐户的统计信息
 - 如果您只想查看特定广告系列或广告组的统计信息，请选择**手动从列表中选择**旁边的单选按钮。对于您要包含在报告中的每个广告系列，请点击其旁边的**添加**。如果您从**详细程度**下拉菜单中选择了**广告组**，请点击每个广告系列旁边的箭头，选择单个广告组
10. 在**高级设置**部分，您可以进一步自定义您的报告
- 点击**添加或删除列**可选择报告中显示的统计信息类别
 - 点击**过滤您的结果**可限制报告中显示的域或网址类别。点击添加其他限制可创建最多四个过滤器
11. 在**命名报告**字段中输入一个专用名称
12. 选中**模板**旁边的复选框可保存设置供以后的报告使用
13. 如果您希望以后自动运行报告，请选中**计划**旁边的框并从下拉菜单中选择适用的选项
14. 在**电子邮件**部分：
- 如果您希望在报告每次自动运行时获得电子邮件通知，请选中**电子邮件**旁边的框并填写电子邮件地址
 - 如果您希望电子邮件通知以附件方式随附报告，请选中**报告附加**为旁边的框。从下拉菜单中选择您首选的报告格式
15. 点击**创建报告**

要导出和下载刚生成的报告，请按下列步骤操作：

1. 登录到 AdWords 帐户
2. 选择报告标签
3. 点击报告名称
4. 选择导出报告的格式：.csv、.csv（用于 Excel）、.tsv、.xml 或 .html

去除中文广告标题的黑体格式（Unbolding Ad Title）

中文广告的标题将不再是黑体，这将使得中文广告的格式更为适应浏览者的习惯，从而给用户提供更好的体验



目标网页加载时间 (Landing Page Quality: Load Time)

用户看重的是尽可能高效地提供其所需信息的广告。高质量的目标网页应该能够快速加载，并且包含独特、相关的内容。加载时间短也会给广告客户带来好处，因为相较而言，用户不太可能放弃浏览可快速加载的网站。从 2008 年 4 月起，用户将会在 AdWords 帐户中看到目标网页的加载时间等级。“加载时间”指的是用户从点击广告至看到目标网页所需的时间。

加载时间等级显示数周后将开始影响目标网页质量，从而影响质量得分。

广告系列优化工具 (Campaign Optimizer)

广告系列优化工具是一个免费的 AdWords 工具，可帮助您更加细致地优化广告系列。运行广告系列优化工具时，我们会自动分析您的预算、关键字、广告文字和目标网页，并为您的广告系列提出量身定制的建议。然后，您可以查看建议的更改并接受您希望应用的更改。

您可以通过广告系列详细资料页上的优化广告系列链接访问广告系列优化工具，也可以进入“广告系列管理”标签的“工具”页并点击“广告系列优化工具”。

五、内容网络

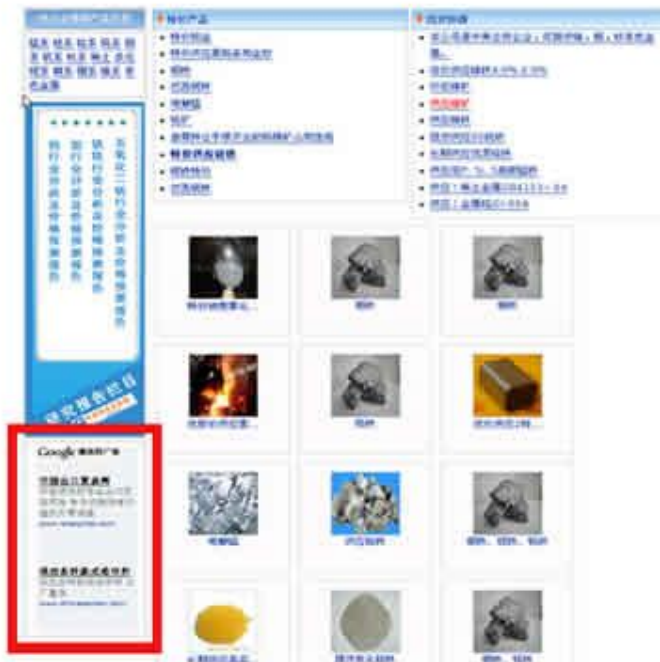
- [平台概述](#)
- [为何选择](#)
- [特点优势](#)

内容网络由大量的优质网站组成，大至门户网站如新浪网、CCTV 等，细分至众多优秀行业网站，如天极网、中关村在线、瑞丽女性网等。在全球，内容网络的受众覆盖超过 100 个国家和 75% 以上的互联网用户，是中国乃至全球最大的广告投放平台。

您无需与这些网站一一洽谈，只需通过 Google (谷歌) 关键字广告，即有机会在内容网络平台的优质网站上投放广告，从而触及更多的潜在客户，获得更多的商业机会。投放方式有两种：

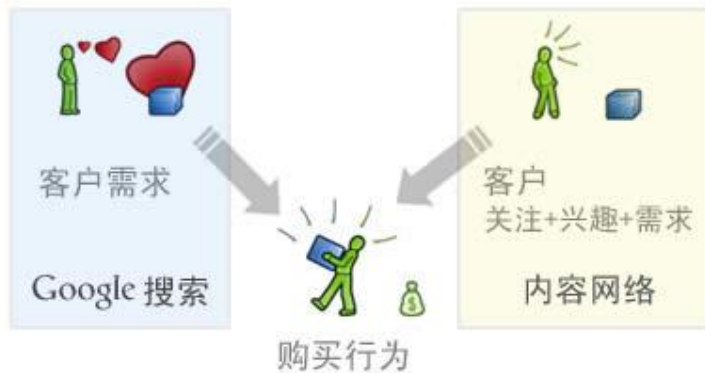
- 自主选择网站
- 依托 Google (谷歌) 内容网络成熟的“五重广告匹配技术”，将广告自动投放在与产品和服务最为相关的网页上。因为该网页浏览者的兴趣点与您的广告信息重合，他们也就极有可能是您的目标客户。

广告展示效果如下图所示：



- [平台概述](#)
- [为何选择](#)
- [特点优势](#)

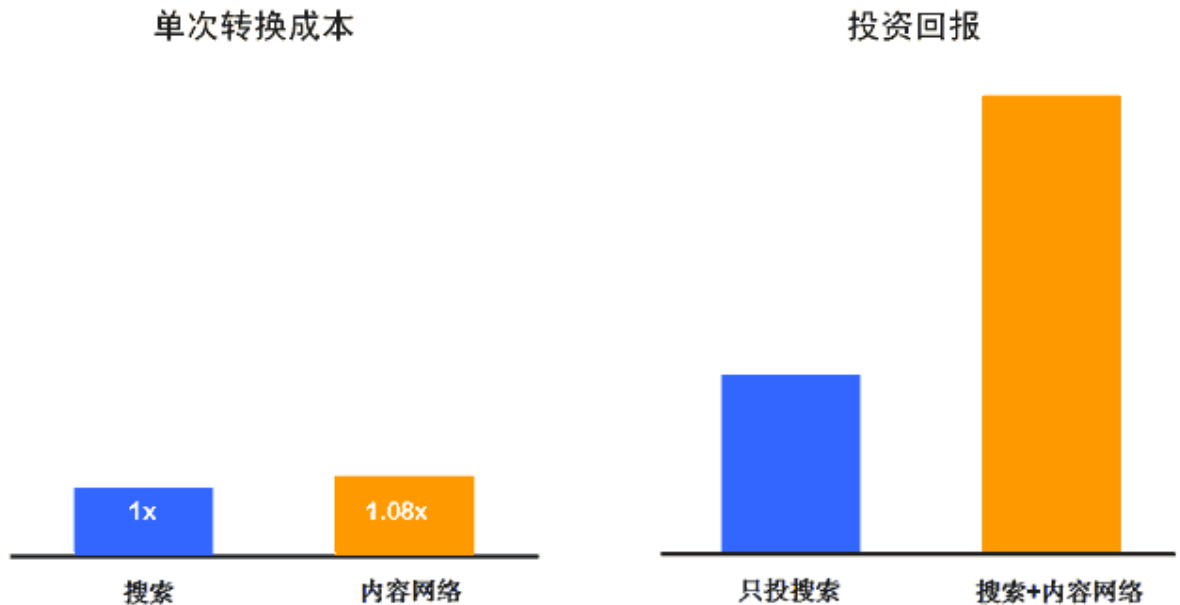
最大程度地触及目标客户



您的客户有产品需求时会通过 Google 搜索找到您并实现购买行为，但是内容网络更能帮助您捕捉处于各种产品关注阶段的客户并将其转化为购买行为。综合使用搜索和内容网络，可以最大程度地触及目标客户。

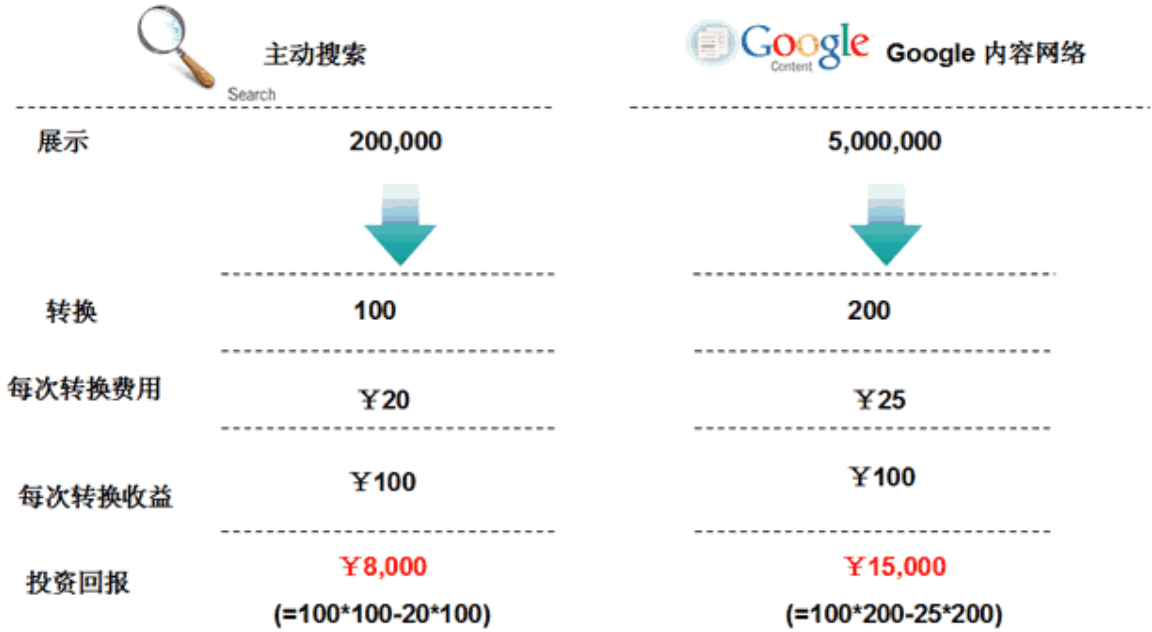
最大程度地获得高投资回报

大约 47% 的广告主在内容网络上的单次转换成本和搜索差不多或者更少。所有广告主内容网络平均的单次转换成本是搜索的 1.08 倍。对于在内容网络转换成本较搜索或者其他媒体高的 Google（谷歌）关键词广告用户，因为使用内容网络能触及更多的目标人群，获得更多的商业机会、转换以及投资回报，而选择同时在搜索和内容网络上投放广告。



07年4月所有使用了转换跟踪的广告主在搜索和内容网络上的转换成本的数据分析

示例：综合使用搜索+内容网络投放广告，最大化投资回报



- [平台概述](#)
- [为何选择](#)
- [特点优势](#)

广博

语言国家覆盖广



Sources:

Google internal analysis; comScore custom research Jan 2007

网站类型覆盖广：29 个主要分类，200+ 二级分类



优质

网站优质



Google(谷歌)西安服务中心

www.google.com

www.sxgoogle.com

内容联网拥有大量优质合作伙伴, Alexa 中国前一百名的网站中, 有 30%以上是内容网络的合作网站。



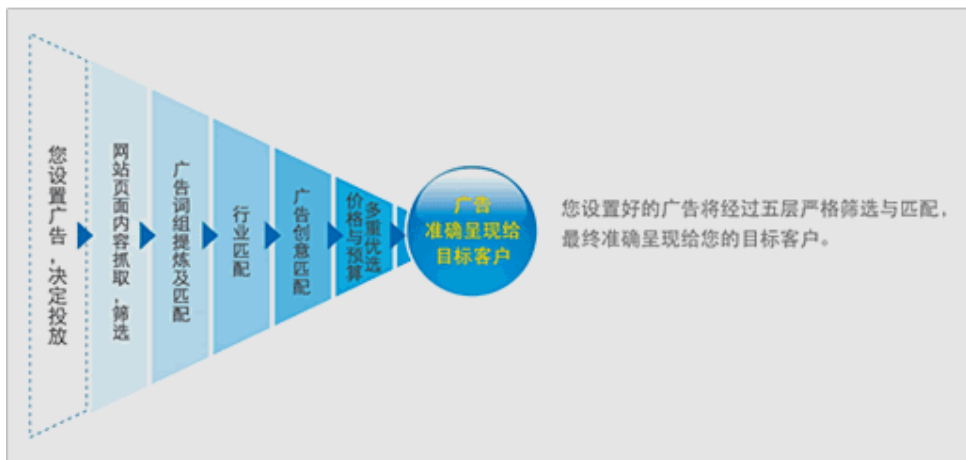
数据来源: Alexa 2008年8月排名

点击优质

Google (谷歌) 设定了明确政策, 严格规范合作伙伴的网站内容和点击质量, 最大程度保证内容网络“内容”的优质性以及广告点击的有效性。

精准

Google (谷歌) 专业“五重广告匹配技术”, 帮助您将广告精准投放给内容相关的网页。因为该网页浏览者的兴趣点与您的广告信息重合, 他们也就极有可能是您的目标客户。



丰富创意

在您的产品或者服务优势不足以用文字表达的情况下，您可以利用内容网络平台发布图片、富媒体（Flash 或者动态图片）、视频或者互动广告，与您的目标客户充分沟通。



文字



图片



视频

六、 谷歌分析

Google Analytics（谷歌分析）是一款免费的分析监测工具，提供 80 多款报告。它可对您整个网站的访问者进行跟踪，并能持续监测您的营销广告效果。它帮助您找出哪些关键字可以吸引您最想要的潜在客户，哪些广告题材得到最多的回应，以及哪些目标网页和内容为您带来最多的收益。根据分析结果进行改进，您的网站和广告将获到更好效果。



Google Analytics（谷歌分析）的主要优点有：

1、使用免费

您可将资金花在营销上，免费跟踪广告效果，获得分析结果。

2、分析精密

谷歌分析满足了您对高端分析产品的所有功能要求。它还提供了谷歌关键字广告支持功能，您可轻而易举地查看广告的投资回报指标。

3、操作简便

谷歌分析操作简便，既方便营销新手使用，同时又为经验丰富的网络分析专家提供所有要求功能。

4、普遍适用

谷歌分析适用于各种规模的网站。无论网站大小，它都能提供理想的服务。

5、广告集成

如果您已拥有关键字广告帐户，可以通过其界面直接使用谷歌分析。它还可通过自动导入成本和关键字跟踪数据计算投资回报指标，从而为您节约时间。

七、客户案例

五金、材料



- [谷歌为企业带来海外高质客户](#)
“现在谷歌关键字广告每天都会给我们带来很多客户，我都好几次跟客服讲过，周末的广告停停吧，我都想‘休息’一下了。”
汪书明 企业法人 重庆西南铝铝材生产开发公司
- [高性价比的搜索营销平台----让客户找上门](#)
“花相同的钱，在谷歌关键字广告上不仅能带来更多点击，而且带来的广告展示位置也要更加靠前。”
张莹 网络推广经理 苏州华鹏热缩材料有限公司
- [精准营销，突破单一销售障碍](#)
“谷歌关键字广告能够为我们带来精准的客户，这也直接使业务量增长了 150 万。现在客户只要输入跟产品相关的一些内容，就能轻松的找到我们。”
晏双龙 电子商务部经理 深圳市沃尔核材股份有限公司

贸易、批发

- [我们能把沙滩车开出国](#)
“在谷歌关键字广告的帮助下，现在平均每月都会有超过 5 家以上的国际企业和我们接洽，我们与其中的一些企业达成了合作意向。”
祁玉海 董事长 天津市海磊工贸有限公司
- [谷歌帮我们打开国际市场](#)
“在使用谷歌关键字广告后的一个月，就迎来了首位来公司参观考察的国际企业。此后的半年中，又陆续有了更多的国际客户，包括中东、加拿大等地以及中国香港。”
杨俊虎 外贸部经理 苏州谊达工贸有限公司

机械设备、通用零部件

- [高效海外推广利器---销售份额上升 20%](#)
“新增的这部分广告费用，给我们的感觉是实实在在的，最突出的感觉就是海外订单多了，生意好做了，我们也比以前忙了。”
顾珏 经理 江苏牡丹离心机制造公司
- [掌握客户来源，精准开发海外市场](#)
“谷歌关键字广告带来的国际用户很明显，通过费用的调整，我们也可以随时进行广告投放的控制，将广告投放在最活跃的地区与国家，从而形成更加有效的影响。”
李永玲 办公室主任 常州健达干燥设备有限公司
- [谷歌体现我们最大价值](#)
“我们借助谷歌的帮助，以及我们自身的优质产品，很快挤进了行业的前三，同时，我们在天津行业内已经排名第一。我们会一直保持和谷歌合作，也盼望我们的未来



更加辉煌。”

安志强 网络负责人 天津市昊宇进口轴承公

广告、会展、商务、咨询

- [我们帮助您找到工作 谷歌内容网络帮助您找到我们](#)

“我们帮助求职者轻松找到工作，谷歌内容网络帮助求职者找到我们。希望有朝一日，MeiJob 在垂直工作搜索领域能做到像谷歌在搜索领域这样强大。”

雷明(Barak Paztal) CEO MeiJob

- [谷歌为我们带来了第一桶金](#)

“我们的旅游网站目前已经是海南最大的品牌之一了，很多海南当地的酒店都会到我们的网站上来做广告。”

林鑫健 总经理 商旅会展(北京)有限公司

- [每 50 个流量就有一个成单客户](#)

“经过我们的粗略统计，谷歌带来的每 50 个流量中就有 1 个能转化为一单生意。”

富勇 总经理 上海富瑞房地产咨询有限公司

- [高质量客服为企业带来更好的推广效益](#)

“客服人员非常专业，我们有什么需求的时候，都会和她们探讨，大家一起制定出解决方案。而不是客户说什么客服就照做，也不管效果如何。”

付骁 品牌经理 北京正邦文化艺术发展公司

新闻出版、科研教育、留学培训

- [谷歌，帮我们传播理念](#)

“我们发现，通过搜索引擎找到我们的客户目标性都很强，而只有在稳定的客户源基础上，我们的业务才能逐步稳定。”

鲁欣奕 市场主管 VIVID ENGLISH CLUB 北京活力互动英语俱乐部

- [低成本获得高利润客户群](#)

“我们发现谷歌带过来的报名者普遍为公司白领或政府机关公务员，学习车型也基本以自动挡为主。这些层次的客户对我们公司来说是非常重要的。”

何雪强 市场部经理 上海荣臣驾校

- [70 倍投资回报](#)

“用了谷歌关键字广告，再辅以其他网络推广方式，我们的销售团队都不用主动出去找客户了，他们只需要把联系我们的客户谈下来。”

丁卫国 市场营销中心主管 北京环球亚太教育咨询公司

- [三年做到行业第二](#)

“当然还要继续选择谷歌关键字广告，能直接带来效果，带来生源，确确实实产生利



润，一天不用都不踏实。”

周灿湘 教务主任 深圳泛美服装培训学校

通信、邮政、计算机网络

- [20 倍投资回报，让我们领军行业](#)

“业务回报是投入的 20 倍之多，这样的效果已经不能仅仅用惊喜来形容。对于我们来说，谷歌关键字广告是我们去年的最大收获。”

郑光升 网络营销经理 北京亿美软通科技有限公司

- [谷歌是我们口碑营销中的一把利剑](#)

“在谷歌的广告投放上，我们看中的是谷歌的品牌与知名度，在这样的知名度下，可以把我们的传播面铺开，加上我们的优质服务，逐渐形成口碑传播的力量。”

李江峰 产品负责人 大众点评网

- [在谷歌内容网络，挖掘无限商机](#)

“谷歌的内容网络覆盖人群广，充满了商机，我们认为，对于打开新兴产品的市场非常有效。我们正是利用这个强大的网络媒体平台，成功推广我们的今目标管理软件。”

文荣 亿企通总裁 今目标管理软件

- [谷歌，让我们走在行业的最前沿](#)

“除在国内市场的推广外，在国外的推广也如火如荼的进行中，国外市场更加依赖于谷歌的推广，谷歌的国际品牌、专业性都让我们在国内外市场的推广中受益匪浅。”

刘子元 网络推广部经理 软件项目交易网

- [谷歌为企业敲开 B2C 市场大门](#)

“用谷歌关键字广告推广的页面访问量大幅度提高。”

吴志祥 CEO 苏州同程旅游网

- [每月保持 30%的业务增量](#)

“通过谷歌关键字广告，我们成功地把握住了欧美市场，让我们在欧美地区业务增长始终保持在较高的水平。”

胡启雄 总经理 飞度网络国际有限公司

- [谷歌伴随我们 6 年的好伙伴](#)

“每年都保持在 60%以上的高速增长，这绝对是很难达到的，而我们做到了，而这与谷歌对于我们的帮助密不可分，逐渐的谷歌也成为我们最信赖的好伙伴。”

何正杰 市场经理 远方旅行网

- [性价比最好的网络推广工具](#)

“跟其他的线上推广比较，或者是对比不同的线下推广方式，关键字广告性价比非常高。”

黄良发 中国制造网运营总监 中国制造网



旅游、餐饮、娱乐、休闲

- [好产品要给更多需要的人](#)

“我们选择谷歌来做广告是因为我们信任 Google (谷歌)，所以我们也信任他们的合作伙伴！”

赵艳琪 百合网市场部广告经理 百合网

- [谷歌推动企业突出重围走向国际](#)

“投放谷歌关键字广告仅 2 个月的时间，我们就接到了日本客户的咨询电话，并迅速促成了考察，目前已经成为我们一直合作到现在的长期客户。”

李兆飞 经理 义乌可可宠物用品有限公司

- [从创业到成功，有谷歌伴随](#)

“从 2003 年到 2006 年，宝绎酒店预订有限公司已经发展到 10 个人。我们的宝绎酒店预订有限公司已经是在行业内排名第三了，并且我们所有的同事都已经买了房子了，可以说，提前了十年的时间实现了梦想。”

郭德盛 网络推广经理 广州市宝绎酒店预订有限公司

- [谷歌，给我们展示的机会](#)

“谷歌在帮助我们公司传播的同时，在 2006 年还专门为了我们公司配备了一个客户经理，使我们与谷歌的沟通更为方便。我认为，搜索引擎中，谷歌是最为专业的。”

黄欣 总经理 华美程酒店预订有限公司

- [小投入高收益：谷歌助我们入围三甲](#)

“目前郑州航空售票在谷歌关键字广告上的投入费用，占整体推广费用的 10%；但由谷歌带来的最终交易额，却占到了整体收入的 30%。”

杨华 销售经理 郑州航空售票服务中心

工艺品、礼品

1 [谷歌给公司带来了真正的购买者](#)

“关键字广告效果反应迅速。自从投放后，就立刻有了收效。效果很好，以相对合理的成本带来了许多真正有购买意向的访问者。”

黄倩芳 副总经理 ShecyPearls

八、 谷歌关键字价格

感谢您的耐心阅读，如有疑问请和我们销售人员联系！