

# Quảng cáo trên Google Adwords



## GIỚI THIỆU VỀ GOOGLE ADWORDS

Trước tiên, cần hiểu khái niệm SEO (Search Engine Optimization) và SEM (Search Engine Marketing). SEO là một tập hợp các phương pháp nhằm nâng cao thứ hạng của một website trong các trang kết quả của các công cụ tìm kiếm và có thể được coi là một lĩnh vực nhỏ của tiếp thị qua công cụ tìm kiếm. Thuật ngữ SEO cũng có thể được dùng để chỉ những người làm công việc tối ưu hóa công cụ tìm kiếm. SEM là một chiến dịch marketing dựa trên phương pháp quảng cáo website trên các công cụ tìm kiếm và các phương pháp nâng cao thứ hạng website trên các công cụ tìm kiếm nhằm đạt được số lượng khách viếng thăm nào đó hoặc tăng doanh thu trên website.



## MỐI LIÊN QUAN ĐẾN GOOGLE ADWORDS?

Theo thống kê, hiện nay có khoảng 85% người dùng Internet thường xuyên tìm kiếm thông tin trên các công cụ tìm kiếm như Google, Yahoo, MSN ... Doanh nghiệp của bạn đang có chiến dịch phát triển bằng cách đẩy mạnh quảng cáo để đưa sản phẩm tới người tiêu dùng! Bạn không thể bỏ sót lượng khách hàng tiềm năng từ Internet và bạn sẽ tìm các công cụ để quảng cáo. Để đáp ứng nhu cầu này, các công cụ tìm kiếm cho ra các dịch vụ quảng

cáo trên các trang kết quả tìm kiếm của họ: Yahoo! có Yahoo! Marketing, MSN thì có MSN adCenter và Google thì có Google Adwords.

Bài báo này chỉ nói về Google Adwords vì Google đang chiếm thị phần lớn nhất trong thị trường công cụ tìm kiếm.

## HOẠT ĐỘNG CỦA GOOGLE ADWORDS

Vì dụ:

1. Một người dùng Internet nhập một từ khóa như “Hoa cưới” trên [www.google.com.vn](http://www.google.com.vn)

2. Google sẽ hiển thị kết quả tìm kiếm cho từ khóa đó ở bên trái trang tìm kiếm. Ngoài ra, Google còn đưa thêm các kết quả quảng cáo theo mẫu, mẫu quảng cáo phù hợp với từ khóa đó sẽ được hiển thị ở bên phải trang kết quả tìm kiếm (gọi là quảng cáo “AdWords”).

3. Người dùng Internet chọn một website có mô tả thu hút họ nhất. Nếu họ click lên các kết quả trả về của Google, đó là chuyện bình thường. Nhưng nếu người dùng click lên mẫu quảng cáo AdWords ta sẽ được chuyển đến website của nhà quảng cáo. Khi đó, nhà quảng cáo phải trả tiền cho Google một chi phí cho click đó vì Google đã có “giúp sức” một phần nào đó đưa một khách hàng tiềm năng đến website của nhà quảng cáo.



## MỨC CHI PHÍ QUẢNG CÁO ADWORDS

Mỗi click trên quảng cáo AdWords tốn ít nhất 1 cent (0,01 đô la Mỹ, tức vào khoảng 180 đ). Số tiền bạn thực sự trả cho mỗi click sẽ được xác định bằng quá trình đấu giá và dựa trên vị trí mà mẫu quảng cáo của bạn xuất hiện. Có nhiều vị trí dành cho quảng cáo, vị trí cao nhất sẽ phải trả nhiều tiền hơn vị trí thấp. Tuy nhiên không phải cứ trả nhiều tiền là được vị trí tốt nhất. Vị trí của quảng cáo Adwords được xác định bởi 2 nhân tố:

- Số tiền tối đa bạn đặt cho mỗi click (CPC – Cost Per Click ) đối với từng keyword là bao nhiêu?
- Chất lượng nội dung mẫu quảng cáo của bạn. (Quality Score).

## CÓ PHẢI CỨ TÌM KIẾM NÀO GOOGLE CŨNG CHO RA QUẢNG CÁO?

Hoàn toàn không phải vậy, nếu không bạn sẽ phải trả rất nhiều tiền cho quảng cáo vì rất có thể có vài người dùng không phải là khách hàng tiềm năng của bạn click vào quảng cáo đó. Google sẽ cho phép bạn định ra các keyword cần quảng cáo và định giá cho các keyword đó. Google sẽ không hiện quảng cáo của bạn nếu người dùng không tìm kiếm keyword mà bạn định ra.

Tuy nhiên, sẽ có trường hợp người

dùng đánh keyword của bạn, mẫu quảng cáo của bạn vẫn không hiện ra. Vì, ngoài sự phù hợp của mẫu quảng cáo đối với keyword, Google sẽ cho hiển thị mẫu quảng cáo của bạn khi có điểm Quality Score cao và CPC tối đa đủ cao (so sánh với các công ty khác đang quảng cáo cùng keyword giống bạn).

Vì dụ: Nếu bạn là 1 công ty bán hoa cưới online, bạn quảng cáo trên từ khóa “hoa cưới”, cho rằng mẫu quảng cáo của bạn đủ điểm Quality. Bình thường, nếu chỉ có 3 công ty bán hoa cưới online cùng quảng cáo trên từ khóa “hoa cưới”, quảng cáo của bạn sẽ hiện ra cùng với 2 công ty kia. Nhưng nếu số lượng công ty bán hoa cưới tăng lên 30, thì quảng cáo của bạn chỉ hiện ra khi mức giá bạn định cho mỗi CPC đủ cao hơn so với các công ty khác.

## THẾ LỢI THẾ CỦA GOOGLE ADWORDS SO VỚI QUẢNG CÁO TRUYỀN THÔNG LÀ GÌ?

Google Adwords có một số thuận lợi so với so với quảng cáo truyền thống như báo chí, radio hay trên Tivi. Nếu hiện tại bạn vẫn chưa thành công hay có

rất ít thành công với quảng cáo truyền thống, thì những khó khăn bạn gặp phải sẽ khác rất nhiều khi sử dụng Google Adwords.

### Một số thuận lợi của Google Adwords:

- Chi phí rất thấp. Bạn hoàn toàn kiểm soát được số tiền bạn phải trả cho 1 click từ \$0.01 đến \$100. Bạn chỉ trả khi có ai đó click lên Adword của mình. Bạn có thể thiết lập ngân quỹ tối đa cho một ngày dành cho quảng cáo Google Adwords.
- Google Adword sẽ tự động kiểm tra đối thủ cạnh tranh với bạn và sẽ giảm số tiền phải trả cho 1 click của bạn vừa đủ hơn 1 cent so với đối thủ của bạn trả.
- Không có giới hạn tối thiểu mà bạn phải chi cho quảng cáo hàng tháng.
- Bạn là người xác định nội dung quảng cáo, và keyword bạn cần nhắm tới.
- Bạn có thể thay đổi nội dung bất cứ lúc nào mà

không tốn phí.

- Quảng cáo của bạn sẽ đến với người dùng Internet của hơn 250 quốc gia hoặc đến các quốc gia mà bạn nhắm tới.

- Bạn có thể xem chi tiết báo cáo ngay lập tức trong tài khoản.

- Google hỗ trợ bạn thông qua website với hướng dẫn chi tiết, bạn cũng có thể dễ dàng liên lạc với Google Adwords thông qua email. Và quan trọng nhất, Google Adwords đã có tiếng Việt.

### MỘT SỐ QUY ĐỊNH CỦA GOOGLE ADWORDS

Trước tiên, quảng cáo của bạn phải rõ ràng rành mạch, ít các dấu ngắt và không có nội dung vi phạm Quy định của Google. Quảng cáo có chất lượng là một quảng cáo có tỉ lệ click cao sau mỗi lần hiện ra (ta gọi nó là CTR - Click Through Rate).

Mỗi khi quảng cáo của bạn hiện ra, cho dù có "bắt



mắt” người dùng hay không, ta gọi đó là một lần hiện hay còn gọi là impression. Đây là đơn vị cơ bản nhất và nhỏ nhất của Quảng cáo trực tuyến (QCTT). Một số trang quảng cáo tính giá theo impression. Và cứ mỗi 1000 impression, ta định giá cho nó và gọi là Chi phí cho 1000 lần hiện (CPM – Cost Per thousand impression, chữ M ở đây ko phải là tiếng Anh, nó là số La Mã, M = 1000).

Vậy CTR là tỉ lệ giữa số lượng click lên quảng cáo của bạn và số impression đã hiện ra theo công thức:

Click Through Rate = (number of clicks/number of impression) x 100%.

*Vi dụ:* Nếu quảng cáo của bạn được hiển thị 1000 lần và được click 13 lần thì CTR là 1,3%.

Như vậy, CTR cao chứng tỏ mẫu quảng cáo càng hấp dẫn. Google dùng cả tiêu chí này để đánh giá có nên đưa mẫu quảng cáo của bạn lên đầu hay không.

Vi sao lại thế? Đơn giản bởi vì quảng cáo có tỉ lệ CTR càng cao, Google càng thu được nhiều tiền (vì cứ mỗi click, bạn đã phải trả tiền cho Google).

*Vi dụ:* Bạn trả đến \$0.50 cho từ khóa “quảng cáo trực tuyến” (maximum CPC = \$0.50), tỉ lệ click trên lần hiện của bạn là 4% (CTR = 4%), bạn sẽ nhận được “Position Value” là 2 (\$0.50 x 4 = 2). Position Value càng cao thì quảng cáo của bạn sẽ cao.

Tiếp tục đối thủ cạnh tranh của bạn trả maximum CPC cho từ khóa “quảng cáo trực tuyến” là \$0.20, CTR của họ là 5%, suy ra “Position Value” của họ là 1 (\$0.20 x 5 = 1).

Vì bạn đạt được “Position Value” cao hơn nên quảng cáo của bạn cũng được đặt trên quảng cáo của đối thủ cạnh tranh. Và nhờ chức năng Adwords Discounter nên bạn chỉ trả \$0.21 cho mỗi click. Nếu đối thủ cạnh tranh muốn vượt qua bạn, họ phải đưa ra mức giá maximum CPC ít nhất là \$0.41.

Adwords Discounter là 1 công cụ cho phép bạn đưa ra mức giá (bidding) cao nhất cho mỗi CPC, rồi



Google sẽ tự động đưa ra mức giá cao hơn đối thủ cạnh tranh của bạn 1 cent. Chức năng này giống chức năng Auto-bidding của eBay.

Ở ví dụ trên, đối thủ cạnh tranh của bạn có CTR cao hơn bạn, do vậy họ chỉ cần đưa ra mức giá \$0.51 là đã vượt qua bạn về nhiều mặt, kể cả Position lẫn CPC bidding. Bạn sau 1 hồi tính toán, đưa ra mức giá là \$0.70 cho mỗi CPC vì bạn nghĩ bạn đang kém đối thủ, và cũng ko biết đối thủ họ bid bao nhiêu. Trong 1 trường hợp chỉ hiện thị một quảng cáo trên 1 trang, rõ ràng bạn hơn đối thủ tận \$0.20 và chiến thắng trong việc đấu giá CPC. Tuy nhiên, chênh lệch \$0.20 là quá cao vì nếu bạn biết đối thủ đưa ra giá tối đa là \$0.50 thì bạn chỉ cần đưa ra giá \$0.51.

Chính Adwords Discounter là người tiết kiệm cho bạn \$0.19 đó.

Người tiêu dùng Việt Nam có xu hướng mua hàng trực tuyến. Và khi đó các website bán hàng trực tuyến sẽ xuất hiện như nấm. Viễn cảnh này sẽ giống như là người tiêu dùng đang đi vào 1 dãy phố có rất nhiều cửa hàng mà không biết mua của ai bây giờ. Lúc đó Google Adwords sẽ là người dẫn đường. Và chắc chắn để bán được hàng, cửa hàng không ngần ngại gì trả tới \$1 hay \$2 cho mỗi lần khách vào cửa hàng.

Văn Đồng

(Theo <http://www.youtube.com>)