

Chúng ta có xu ḥng suy nghĩ ṿ [Adword](#) nḥ là tên mịn c̣a các chuyên gia PPC, nḥng nó tṛ nên rõ ràng ḥn và rõ ràng ḥn ṛng qụng cáo SERP c̣a

Google

có ṃt tác đ̣ng ṛt ḷn vào ṿ trí và hịu qụ c̣a ṭ cḥc. Vì ṿy, tôi mụn ḥi ṃt câu ḥi đ̣n gịn - Toàn c̣nh

Adword

tḥc ṣ nḥ tḥ nào năm 2013. Nói cách khác, là các qụng cáo, nḥng gì x̣y ra bao lâu thì chúng đ̣ c̣ hịn tḥ? Tôi ṣ đ̣a ra ṃt vài chi tịt đ̣i đây, nḥng câu tṛ ḷi trông nḥ hình ̣ nḥ đ̣i đây

The Google AdWords Landscape

SEARCH

ADS
(OVERALL)

85.2% 
QUERIES (OF 10K)
WITH ADS

86.0%  OR 
QUERIES WITH ADS
OR SHOPPING (PAID)

5.9 
AVERAGE # OF ADS
(FOR QUERIES W/ ADS)

1-11 
RANGE OF ADS
(FOR QUERIES W/ A)

67.6%

TOP ADS
2.2 ADS PER PAGE
RANGE (1-3)

 **0.6% AD SITE-LINKS**
3.0 LINK PER PAGE
RANGE (2-4)

19.1%

SHOPPING (PAID)
4.3 ADS PER PAGE
RANGE (3-5)

COMBINATIONS

TOP + SIDE

39.0%

TOP + BOTTOM

18.2%

SIDE + BOTTOM

0%

TOP + SIDE + BOTTOM

0%

43.6%

SIDE ADS
6.9 ADS PER PAGE
RANGE (4-8)

ADS BY CATEGORY

AVERAGE ADS PER PAGE

7.2		 APPAREL	96.2%
8.3		 REAL ESTATE	95.4%
8.0		 HOME & GARDEN	94.6%
7.3		 VEHICLES	94.2%
5.9		 HEALTH	92.6%
6.2		 BEAUTY & PERSONAL CARE	92.0%
7.3		 OCCASIONS & GIFTS	91.0%
5.2		 FAMILY & COMMUNITY	87.8%
6.9		 FINANCE	86.8%
5.4		 COMPUTERS & CONSUMER ELECTRONICS	86.4%
6.0		 TRAVEL & TOURISM	86.4%
5.2		 HOBBIES & LEISURE	84.2%
5.6		 INTERNET & TELECOM	84.0%
5.7		 JOBS & EDUCATION	83.6%
3.8		 FOOD & GROCERIES	80.8%
5.1		 SPORTS & FITNESS	77.6%
5.0		 LAW & GOVERNMENT	77.0%
3.9		 RETAILERS & GENERAL MERCHANDISE	71.2%
4.1		 ARTS & ENTERTAINMENT	71.0%
3.5		 DINING & NIGHTLIFE	70.4%

31.2%

BOTTOM ADS
1.8 ADS PER PAGE
RANGE (1-3)

Phương pháp

Chúng tôi thu thập dữ liệu từ 10.000 trang trong một Google SERPs qua Google.com vào một ngày trong tuần làm việc bình thường. Thu thập thông tin mô phỏng từ một trình duyệt Chrome mà tài khoản đã được log out. Chúng tôi phân tích các khía cạnh quảng cáo liên (trong đó có DOM) và các liên kết bên trong nội dung khía cạnh này.

Từ khóa và danh mục được đưa ra từ Adwords' keyword tools, với 500 từ khóa và 20 danh mục

Một vài chú ý

Thứ tự và, nội dung từ khóa được đưa ra từ công cụ tìm kiếm của Adword có rất nhiều khả năng có tính chất thống kê mà ít hơn so với từ khóa "trung bình", do đó các từ liên phần trăm có thể không chính xác toàn bộ truy vấn tìm kiếm của toàn thể giới. Chúng tôi đã chọn nội dung con số này từ các khoảng thời gian và các ngày khác, và kết quả là như nhau.

Nội dung thống kê này được tính bằng cách truy vấn được đảo. Các kết quả được nội dung như rất giống nhau. Ví dụ, chúng tôi đã tìm thấy quảng cáo trên 85,2% các truy vấn thông tin - nếu là trình liên nội dung truy vấn theo Google's "Global" volume, chúng ta có 84,5%. Số tương quan giữa số hiển thị của quảng cáo và khía cạnh liên truy vấn hầu như không tồn tại ($r=-0,018$). Số tương quan giữa số hiển thị của quảng cáo và cạnh tranh số liệu của Google là cao ($r=0.874$). Đây có thể không có gì đáng ngạc nhiên, vì "cạnh tranh" và cạnh bên được xác định bởi có bao nhiêu nhà quảng cáo đang cạnh tranh cho một kết quả truy vấn nhất định.

Toàn cảnh thay đổi

Đây chỉ là một bản chụp của một thay đổi hình ảnh. Ví dụ, kết quả thanh toán vẫn còn tương đối ổn định, nội dung chúng tôi phát hiện ra chúng trên 20% các truy vấn mà chúng tôi thu thập thông tin. Không giống như các khía cạnh Adword, trình tiền mua và trí có thể xuất hiện nhiều ưu trí và các hình thức, bao gồm định dạng liên hơn phân phối trên bên phải, trình đây chỉ dành cho Knowledge Graph

Ngay cả quảng cáo truy vấn thống kê hàng đầu được phát triển, với các quảng cáo hiển thị các phần mở rộng, mở rộng trang web liên kết, định các hình thức thể hệ... Mong đợi Google để thay đổi với các định dạng mới trên đầu và bên phải, và để pha trộn quảng cáo vào khu vực Knowledge Graph để tăng CTR. Toàn cảnh thay đổi này sẽ ảnh hưởng đến nội dung nội dung của

những người trong tìm kiếm trực tuyến và thông thường, vì vậy hãy giữ cho đôi mắt của bạn mở, và đừng cho rằng đây là một cái gì đó chỉ dành cho PPC thông thường.

Bạn có thể xem link gốc tại đây: <http://www.seomoz.org/blog/the-google-adwords-landscape-in-fographic>