



ค้นเว็บไซต์ให้ดังสุดๆ ด้วย

Google Adwords



ลงโฆษณาโปรโมทเว็บไซต์กับ Search Engine อันดับหนึ่งอย่าง Google และเว็บไซต์เครือข่ายของ Google นับล้านๆ เว็บไซต์ ให้ผลลัพธ์รวดเร็วทันใจ พร้อมด้วยเทคนิคที่ช่วยให้ประหยัด และโฆษณาได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

โดย ศุภณัฐ สุขโข / บรรณาธิการ ชนะ เทคโนโลยี

CONTENTS

01	ทำไมถึงต้องทำโฆษณาให้กับเว็บไซต์	15
	แล้วจะทำอย่างไรให้มีคนเข้าเว็บไซต์เยอะๆ ?	18
	Google Adwords จะแสดงเว็บไซต์เราในตำแหน่งที่ดีเสมอ	20
	เปรียบเทียบระหว่าง Google Adwords กับการทำ SEO	22
	ทำไมต้อง Google Adwords	26
	สรุปข้อดีของการใช้ Google Adwords	30
	ลงโฆษณากับ Google Adwords แพงหรือไม่	33
	จะใช้งาน Google Adwords ต้องเตรียมอะไรบ้าง	35
	Google Account (Gmail)	35
	บัตรเครดิตหรือบัตรเครดิตเสมือน	38
	เตรียมหน้า Landing Page	38

02	เริ่มต้นใช้ Google Adwords กันเลยดีกว่า	41
	โครงสร้างของ Google Adwords	42
	ตัวอย่างโฆษณาสินค้า โทรศัพท์ iPhone	45
	เริ่มต้นเปิดใช้งาน Google Adwords	47
	ตั้งค่าวิธีการชำระค่าโฆษณา	49
	หน้าจอและส่วนต่างๆ ของ Google Adwords	52

03	วิธีการค้นหา Keyword เพื่อใช้ลงโฆษณา	57
	Keyword หัวใจสำคัญของการโฆษณา	58
	Keyword Planner ช่วยเลือก Keyword ดีๆ ใช้งานได้ฟรี	60
	6 เทคนิคการเลือก Keyword คุณภาพ	64

04	ลงโฆษณาบน Google Adwords	69
	Campaign ประเภทการโฆษณา	70
	Search Network only	70
	Display Network only	71
	Search Network with Display Select	72
	วางแผนก่อนลงโฆษณา	73

CONTENTS

มาลงโฆษณากันเลย	76
สร้าง Campaigns	76
สร้าง Ad group	81
สร้าง Ad group เพิ่มเติม	85
เพิ่ม Text ad (โฆษณาแบบข้อความ) ในภายหลัง	88
Match Types หรือการจับคู่ของ Keyword	91
การเปลี่ยนรูปแบบ Match Types ของ Keyword	94
วัดผลการโฆษณาเบื้องต้น	96
Ad Position (อันดับของโฆษณา)	97
Quality Score คะแนนที่มีความสำคัญมากๆ	100
การดู Quality Score ของ Keyword ของเรา	102
ทำไม Google จึงต้องให้ความสำคัญกับ Quality Score	106
แล้วจะทำอย่างไรให้มี Quality Score สูงๆ	108
เทคนิคการเขียน Text ad ที่จะช่วยเพิ่มอัตรา CTR% ให้สูงขึ้น	110
Ad Rotation การหมุนเวียนของโฆษณา	112
การเปลี่ยนรูปแบบของ Ad Rotation	114
หยุดและลบโฆษณาที่ไม่ใช้แล้ว	116
ระวังละเมิด Policy ของ Google Adwords	117

05	ลงโฆษณาแบบ Banner บนเครือข่ายของ Google	119
	ป้ายโฆษณา Banner ในอดีต	120
	การโฆษณา Banner ผ่าน Google Display Network	122
	ขนาดรูปภาพโฆษณาใน Google Display Network	126
	โฆษณาใน Google Display Network อย่าลืมกำหนดเป้าหมายด้วย	138
	เทคนิคง่ายๆ ในการเลือกกลุ่มเป้าหมาย	139
	Google Display Planner คัดเลือกเว็บไซต์	140
	เทคนิคในการเลือกเว็บไซต์ไปใช้ใน Target	142
06	มาเข้าใจเรื่องการคิดเงินค่าโฆษณาของ Google	143
	รูปแบบในการคิดเงินของ Google Adwords	144
	เข้าใจเรื่องการประมูลค่าคลิกใน Google Adwords	146
	Billing ดูยอดรวมทั้งหมดที่ต้องชำระ	148
	การเรียกชำระเงิน	149
07	วัดผลการโฆษณา	151
	เราวัดประสิทธิภาพโฆษณาไปเพื่ออะไร	152
	เริ่มต้นวัดประสิทธิภาพใน Google Adwords	155
	ดัชนีชี้วัดคุณภาพโฆษณา	157
	Optimize Campaign Google Adwords ปรับปรุงเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพของโฆษณา	161

08	Conversion บรรลุเป้าหมายของการทำโฆษณา	163
	Conversion	164
	Conversion Tracking เพื่อวัดความสำเร็จ	168
	สร้าง Code Conversion เพื่อนำไปใช้งาน	170
	การวัดค่า Conversion	175
	Conversion ช่วยให้รู้ว่าโฆษณาคุ้มค่าหรือไม่	177
09	Remarketing ดึงลูกค้าเป้าหมายกลับสู่เว็บไซต์	179
	Remarketing คืออะไร	180
	การทำงานของ Remarketing	182
	ขั้นตอนการทำ Remarketing	183
	สร้าง Code Remarketing โค้ดเก็บข้อมูลลูกค้า	184
	สร้าง Remarketing List ดึงข้อมูลลูกค้าที่เคยเข้าหน้าเพจ	187
	สร้าง Campaign Remarketing ให้โฆษณากลับไปแสดงกับลูกค้า	192
	ดูจำนวน Visitor ใน Audience List	195

10	โฆษณาแบบ CPA ทางเลือกแห่งความคุ้มค่า	197
	CPA คืออะไร	198
	Conversion Optimizer ระบบทำนายเพื่อเสนอราคาประมูล	200
	ควรใช้ CPA ในกรณีใดบ้าง	202
	โฆษณาแบบ CPA ต้องมีจำนวน Conversion ขั้นต่ำ	204
	CPA แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ	206
	การเปลี่ยนโฆษณาจาก CPC เป็น CPA	207
	ราคาที่ต้องจ่ายจริงสำหรับ CPA	209
	ข้อควรจำในการใช้ CPA	210
	กรณีตัวอย่างการใช้ Bid strategy แบบ CPA	211
11	คำแนะนำมือใหม่และเทคนิคโฆษณาบน Google Adwords	215
	ก่อนทำแคมเปญการตลาดควรตั้งเป้าหมายเสียก่อน	216
	วางโครงสร้างให้เข้าใจง่าย	217
	บริหารงบประมาณในแต่ละวันให้ดี	218
	วัดผลประสิทธิภาพและปรับเปลี่ยนอยู่เรื่อยๆ	219
	อย่าแก่ Ads ส่วนที่เป็นสีส้ม	220
	Adwords Editor	221
	รู้จักการใช้ Google Analytics เข้ามาประกอบ	222
	ศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมอยู่เสมอ	223
	ลงมือทำและใช้ประโยชน์จากมันให้เต็มที่	224

สรุปขั้นตอนในการลงโฆษณากับ Google Adwords

1

สมัคร Account และตั้งค่าพื้นฐานเพื่อเข้าใช้ Google Adwords

2

เลือก Keyword ที่ต้องการลงโฆษณา

3

ตั้งค่างบประมาณรายวันและราคาต่อคลิกสูงสุด

4

เขียนข้อความโฆษณา หรือใช้รูปภาพเพื่อโฆษณา

5

จ่ายเฉพาะเมื่อมีคนคลิกที่โฆษณาเท่านั้น (CPC)

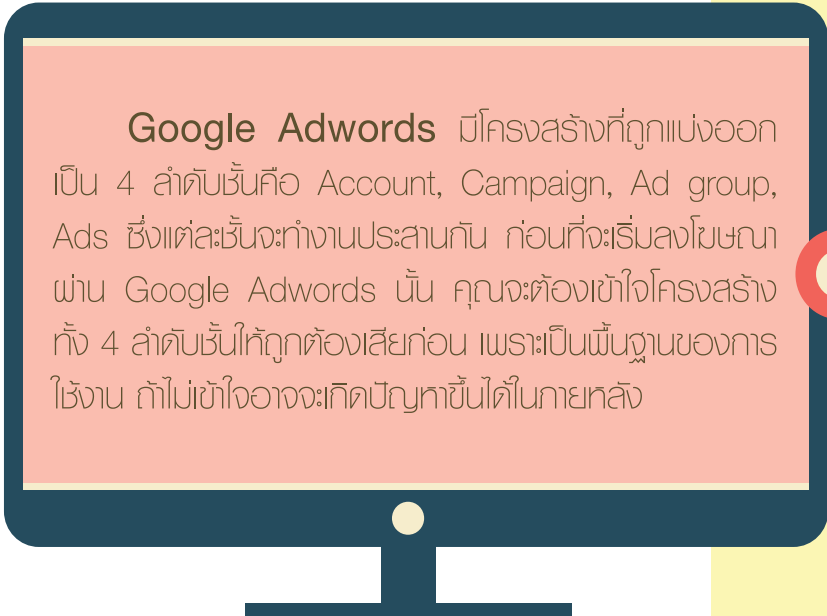
อ่านมาถึงตรงนี้ ผู้อ่านจะมีความเข้าใจและเริ่มเห็น
ความจำเป็นที่จะต้องลงโฆษณากับ Google Adwords
ขึ้นมาบ้างไม่มากก็น้อย อย่างที่ได้กล่าวไปแล้ว การแสดงผล
ของการค้นหาในตำแหน่งที่ติดยอดได้เปรียบเสมอ และ
Google Adwords สามารถทำให้เว็บไซต์ของคุณแสดงผล
ในตำแหน่งที่ดีได้

02

เริ่มต้นใช้ Google Adwords กันเลยดีกว่า

หลังจากที่ได้อ่านเนื้อหาในบทแรก ผู้อ่านคงจะพอรู้จักกันคร่าวๆ แล้วว่า Google Adwords คืออะไร เป็นประโยชน์อย่างไรกับเว็บไซต์ของเรา และเพื่อให้เกิดความคุ้นเคยมากยิ่งขึ้น ในบทนี้ ผู้เขียนจะอธิบายถึงองค์ประกอบของ Google Adwords ว่ามีโครงสร้างการทำงานอย่างไร หน้าตาของแต่ละส่วนเป็นแบบไหน และแต่ละส่วนมีหน้าที่อะไร รวมถึงวิธีการสมัครใช้งานและตั้งค่าในเบื้องต้น

โครงสร้างของ Google Adwords



Google Adwords มีโครงสร้างที่ถูกแบ่งออกเป็น 4 ลำดับชั้นคือ Account, Campaign, Ad group, Ads ซึ่งแต่ละชั้นจะทำงานประสานกัน ก่อนที่จะเริ่มลงโฆษณาผ่าน Google Adwords นั้น คุณจะต้องเข้าใจโครงสร้างทั้ง 4 ลำดับชั้นให้ถูกต้องเสียก่อน เพราะเป็นพื้นฐานของการใช้งาน ถ้าไม่เข้าใจอาจจะเกิดปัญหาขึ้นได้ในภายหลัง

1

Account
(บัญชี)

: คือ บัญชีที่เราลงทะเบียนเอาไว้กับ Google Adwords ซึ่งก็คือ Gmail นั่นเองครับ เป็นโครงสร้างระดับบนสุด เป็นเหมือนศูนย์รวมของการทำงานใน Google Adwords ใช้กำหนดรูปแบบการจ่ายเงินค่าโฆษณา

2

Campaign
(แคมเปญโฆษณา)

: เราสร้าง Campaign ขึ้นมาเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ของการทำโฆษณา กำหนดว่าจะให้โฆษณาของเราไปโชว์อยู่ที่เครือข่ายใดบ้าง Campaign แต่ละอันจะบรรจุ Ad group หลายๆ อันเอาไว้ และในระดับ Campaign ยังเป็นจุดที่เรากำหนดว่าจะใช้งบประมาณในการโฆษณาต่อวันเท่าไร

3

Ad group
(กลุ่มโฆษณา)

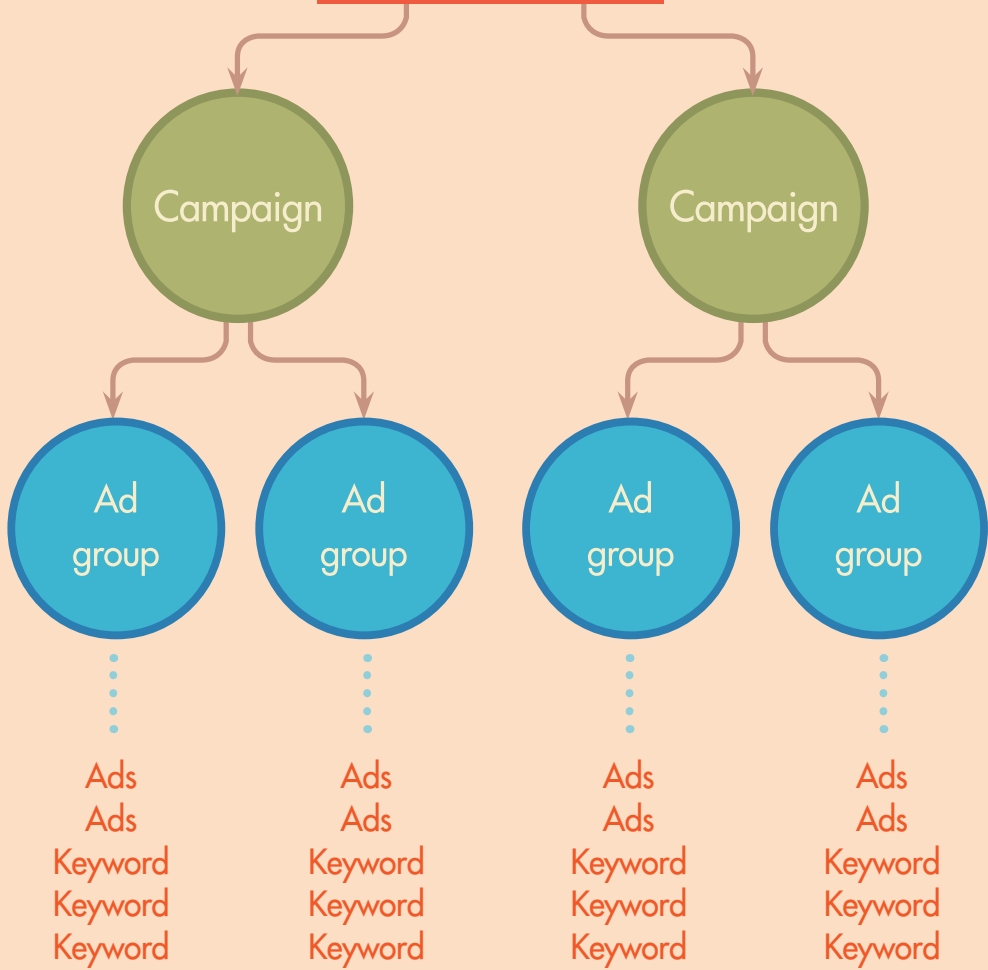
: Ad group อยู่ภายใต้ Campaign ซึ่งจะทำหน้าที่รวบรวมโฆษณาหลายๆ อันเอาไว้เป็นกลุ่ม นอกจากนี้ในระดับ Ad group จะเป็นส่วนที่เราเลือกซื้อ Keyword เพื่อกำหนดว่าโฆษณาของเราจะแสดงก็ต่อเมื่อมีคนค้นหาใน Google ด้วยคำที่ตรงกับ Keyword ที่เราได้ซื้อเอาไว้ (สรุปง่ายๆ ว่า Ad group จะบรรจุ Ads และ Keyword เอาไว้ภายในตัวมัน)

4

Ads
(โฆษณา)

: Ads ก็คือโฆษณาของเรานั้นเองครับ เป็นโครงสร้างชั้นล่างสุดและอยู่ภายใต้ Ad group โฆษณาจะถูกแสดงก็ต่อเมื่อมีคนค้นหาด้วย Keyword ที่เราซื้อเอาไว้ในระดับ Ad group

Account



ตัวอย่างโฆษณาสินค้า โทรศัพท์ iPhone

ถ้าหากผู้อ่านยังสับสน ลองดูตัวอย่างการออกแบบ Campaign โฆษณาใน Google Adwords

สมมติว่าผู้เขียนเป็นเจ้าของร้านขายโทรศัพท์มือถือ และต้องการทำโฆษณาให้กับสินค้า iPhone จะออกแบบโครงสร้างการทำโฆษณาใน Google Adwords ดังนี้

Account :

ก็คือ บัญชีที่ผู้เขียนลงทะเบียนกับ Google Adwords เอาไว้ ในที่นี้ก็คือ Gmail นั่นเอง (คล้ายๆ Username และ Password ในระบบอื่นๆ)

Campaign :

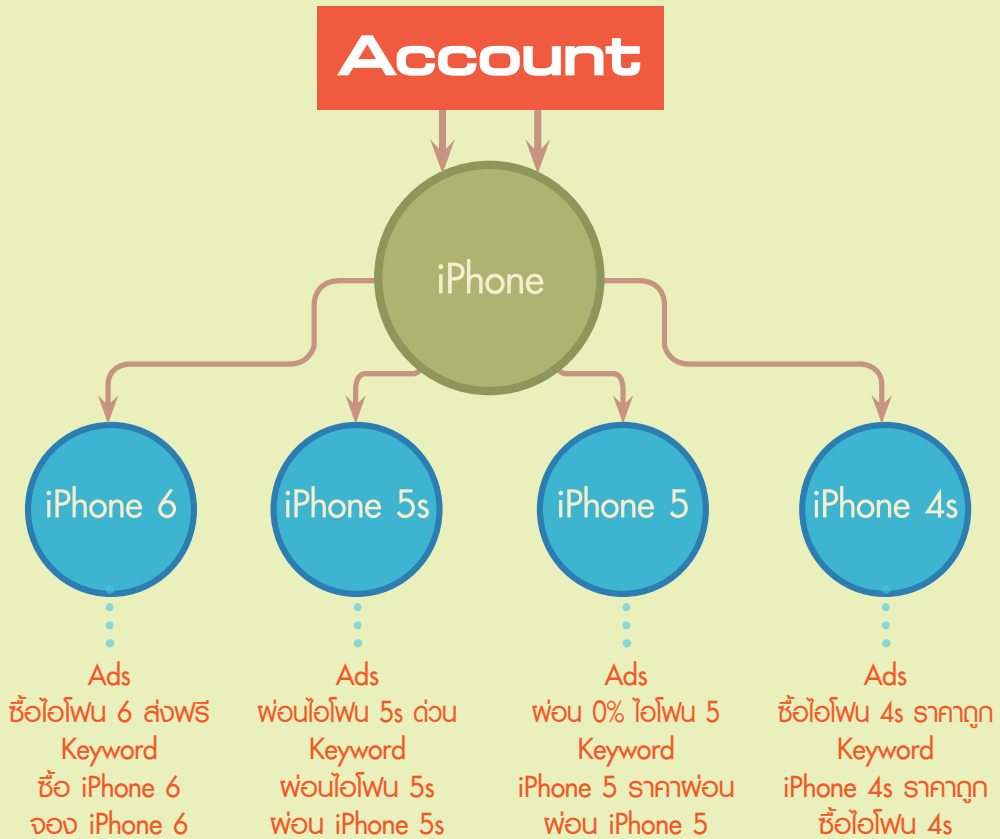
ผู้เขียนอาจจะสร้าง Campaign ขึ้นมา 1 อันและตั้งชื่อเป็นว่า iPhone กำหนดให้โฆษณาแสดงเฉพาะเครือข่ายการค้นหาค้นหาของเว็บไซต์ www.google.com

Ad group :

ในระดับกลุ่มของโฆษณา ผู้เขียนจะสร้าง Ad group แยกไปตามรุ่นของ iPhone เพื่อให้โฆษณาของแต่ละกลุ่มไม่มาปะปนรวมกัน โดยจะสร้าง Ad group ตามนี้ iPhone 6, iPhone 5s, iPhone 5 และ iPhone 4s โดยแต่ละ Ad group จะซื้อ Keyword ที่แตกต่างกันออกไป เลือกซื้อเฉพาะ Keyword ที่เกี่ยวข้อง

Ads :

ในระดับโฆษณา ผู้เขียนก็จะเขียนโฆษณาแยกของแต่ละรุ่นไปเลย ไม่ให้มาปะปนกันเช่นเดียวกับ Keyword โฆษณาที่เขียนเกี่ยวกับ iPhone 6 ก็จะถูกเอาไปใส่ใน Ad group iPhone 6 จะไม่ถูกเอาไปใช้ร่วมกับโฆษณาใน Ad group iPhone 5



การแตกโครงสร้างที่ชัดเจนแบบนี้ จะมีข้อดีคือ เราสามารถที่จะเลือกซื้อ Keyword และเขียนโฆษณาที่เฉพาะเจาะจงกับสินค้าแต่ละรุ่นได้ และข้อดีอีกอย่างก็คือ เมื่อถึงเวลาที่เราจะวัดผลโฆษณาแต่ละตัวแล้ว เราจะสามารถวัดได้ง่ายว่า โฆษณาของสินค้าตัวไหนผลตอบรับดี ตัวไหนผลตอบรับแย่

เมื่อเข้าใจโครงสร้างของ Google Adwords กันแล้ว เราจะมาเริ่มต้นเปิดใช้งานบัญชีของเราต่อไป

เริ่มต้นเปิดใช้งาน Google Adwords

มาเริ่มใช้งาน Google Adwords กันเลยดีกว่า

1 เข้าไปที่ URL : <https://adwords.google.com>

AdWords

Advertise your business on Google

No matter what your budget, you can display your ads on Google and our advertising network. Pay only if people click your ads.

Sign in Google

Email

Password

Stay signed in

[Can't access your account?](#)

Google AdWords

Hello, and welcome to Google AdWords

Let's get started creating your account

Please enter your email, time zone, country and currency. You won't be able to change these settings later, so choose carefully.

Enter your email

Country

Time zone

Time zone is used for account reporting and billing.

Currency

2 Sign in ด้วย Google Account ที่ได้เตรียมเอาไว้แล้ว
ในบทที่ 1 ลงในกรอบทางด้านขวา

3 ถ้าเป็นการ Log in เข้าสู่ Google Adwords ครั้งแรก ระบบจะให้เรากรอกข้อมูลเพื่อสร้าง Account กรอกตามให้เหมือนผู้เขียนเลยครับ เพราะถ้าไม่เหมือนเดี๋ยวมจะมีปัญหาตามมา

- ▶ Enter your email : ใส่ Email ของเราเข้าไป
- ▶ Country : เลือก Thailand
- ▶ Time zone : เลือก Bangkok
- ▶ Currency : เลือก Thai Baht

4 คลิกปุ่ม Save and continue

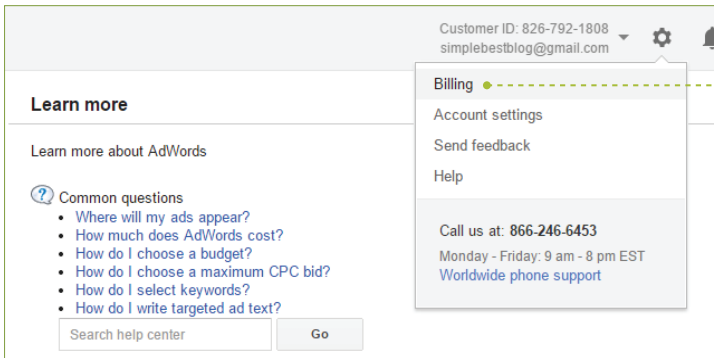
5

จากนั้นจะเจอหน้าต้อนรับเข้าสู่การใช้งานครั้งแรก แต่ตอนนี้เรายังไม่ต้องสนใจครับ เพราะเรายังทำอะไรไม่ได้ เนื่องจากต้องไปตั้งค่ารูปแบบการชำระค่าโฆษณาให้เสร็จสิ้นเสียก่อน

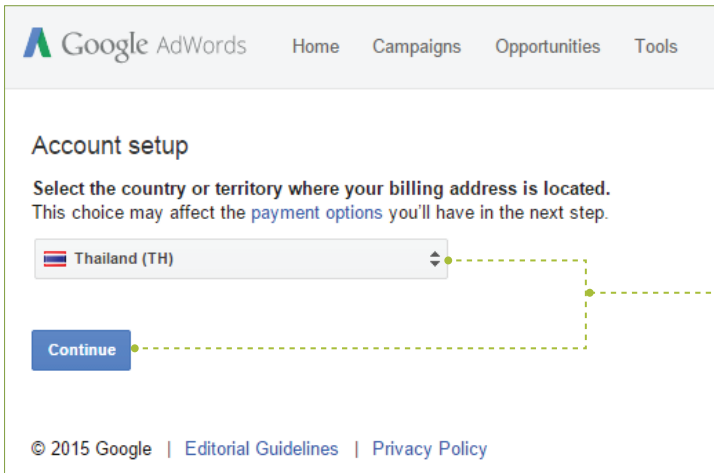
The screenshot shows the Google AdWords interface. At the top, there's a navigation bar with 'Home', 'Campaigns', 'Opportunities', and 'Tools'. The main content area is titled 'Welcome to AdWords!' and features a prominent 'Create your first campaign' button. Below this, a 'Getting started' section lists four steps: 1. Choose your budget, 2. Create your ads, 3. Select keywords that match your ads to potential customers, and 4. Enter your billing information. To the right, there's a 'Learn more' section with 'Common questions' and 'More resources'. At the bottom, there's a copyright notice: '© 2015 Google | Editorial Guidelines | Privacy Policy'.

ตั้งค่าวิธีการชำระค่าโฆษณา

ขั้นตอนตอนนี้ต้องเน้นว่าสำคัญมาก เพราะ Google จะไม่ยอมให้ Account ของเรารันโฆษณาได้ ถ้าไม่ใส่ข้อมูลการชำระเงินที่ถูกต้องให้เรียบร้อยเสียก่อน สำหรับขั้นตอนการตั้งค่าการชำระค่าโฆษณาเป็นดังนี้



1 คลิกปุ่มรูปฟันเฟืองเพื่อ
ตรงหัวมุมด้านขวา
แล้วเลือก Billing



2 เลือก Thailand
(TH) แล้วคลิกปุ่ม
Continue

Account type [?](#) Business
 Individual

Name and address

Supanut Sookkho

83 moo 1

Muengkaew 16 Bangplee yai

Bangplee

Samut Prakan

Primary contact [?](#)

Supanut Sookkho

0815145265

simplebestblog@gmail.com

3

ให้กรอกรายละเอียดตามนี้

▶ Account type : เลือก Individual สำหรับผู้ใช้ส่วนตัว หรือ เลือก Business สำหรับองค์กร

▶ Name and address : กรอกรายชื่อและที่อยู่ Primary contact คือ การติดต่อกับเรา

▶ How you pay : เลือก Automatic payments

▶ What you pay with : ตรงนี้ให้กรอกรายละเอียดบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตเข้าไป

How you pay [?](#) Automatic payments (recommended)

Your service can start immediately, and you pay after you accrue costs. You're charged automatically either when your balance reaches a predetermined amount, or 30 days after your last automatic payment, whichever comes first.

What you pay with [?](#) Credit or debit card

6016 5203 9400 9118

05 / 18 [?](#)

Supanut Sookkho

Credit or debit card address is same as above

Billing communication language [?](#) Thai - ไทย

Terms and conditions Carefully read the following terms and conditions and click the checkbox below to agree.

(Printable version)

**Google Asia Pacific Pte. Ltd.
Advertising Program Terms**

These Google Asia Pacific Pte. Ltd. Advertising Program Terms ("Terms") are

Yes, I agree to the above terms and conditions.

[Complete sign up](#)

4

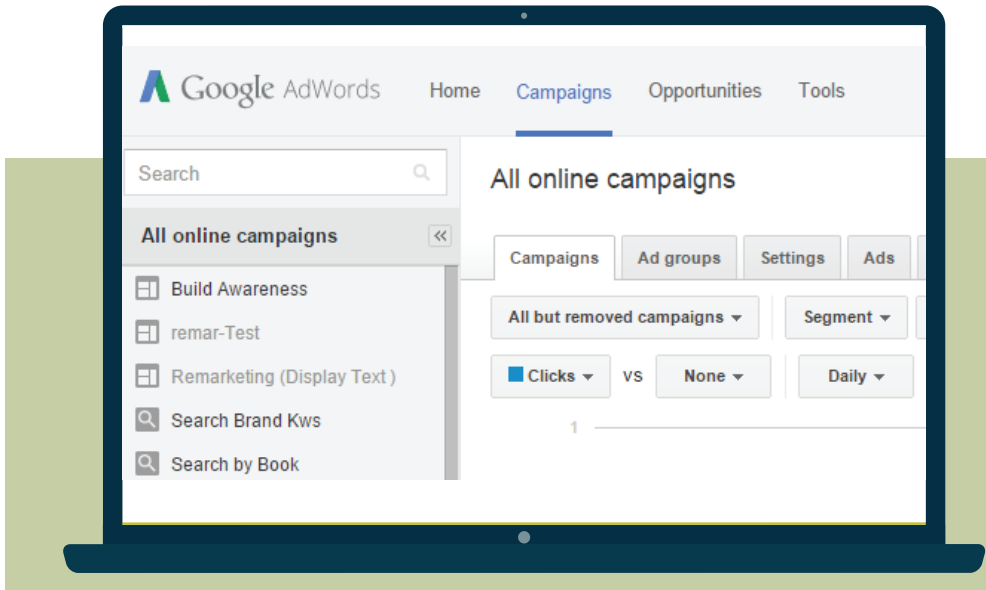
เมื่อกรอกครบทุกช่องแล้ว ให้คลิกเครื่องหมายถูกหน้า Yes, I agree to the above terms and conditions.

5

คลิกปุ่ม Complete sign up ก็เป็นอันเสร็จสิ้นขั้นตอนการตั้งค่าวิธีการชำระค่าโฆษณา

หน้าจอและส่วนต่างๆ ของ Google Adwords

เมื่อตั้งค่าวิธีการชำระค่าโฆษณาเรียบร้อยแล้ว ตอนนี้ Account ของเราก็สามารถใช้งานได้แล้ว แต่ก่อนอื่นผู้เขียนจะพาไปดูส่วนประกอบต่างๆ ภายในหน้าจอของ Google Adwords กันก่อน



Home :

เป็นหน้า Home ของ Google Adwords จะแสดงข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการทำโฆษณาภายใน Account ของเรา

Campaigns :

เป็นเมนูหลักที่เราจะใช้ในการทำโฆษณา เป็นหน้า Dashboard ที่ใช้สำหรับสร้าง, จัดการ รวมถึงวัดผลประสิทธิภาพของโฆษณา

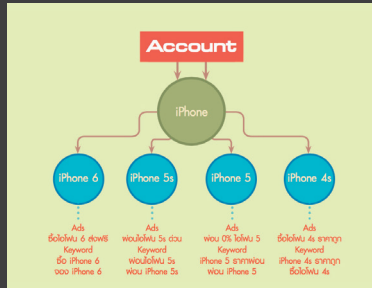
Opportunities (โอกาส) :

เป็นเมนูที่ระบบของ Google Adwords จะนำเอาคำแนะนำดีๆ มาเสนอให้กับเรา เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำโฆษณา

Tools (เครื่องมือ) :

เป็นเมนูที่รวบรวมเครื่องมือต่างๆ ที่เราสามารถเข้าไปใช้งานได้

Google Adwords		Vs		SEO	
โตขึ้นเร็วกว่าและกินพื้นที่มาก	ใช่			โตช้าแต่กินพื้นที่น้อย	
แสดงผลในภายหลังไม่ทันเวลา	ใช่			แสดงผลก่อน	
เน้นคอมพิวเตอร์เป็นหลัก	ใช่			ทุก	
ลงทุนสูงตั้งแต่ต้นทาง	ใช่			ค่อย	
แสดงผลในระยะเวลา	สั้นและยาว			นานๆ Google ชอบเว็บไซต์ที่กลับมาใหม่เรื่อยๆ	
ควบคุมผลตอบแทนการลงทุน	ได้			ไม่ได้	



ใครคือคนที่ซื้อสินค้าและบริหารของเขา ?

ลูกค้าของเขาใช้เวลามากกับเว็บไซต์ไหน ?

เทคนิคที่ได้ผลอย่างแรกเลยคือต้องทำความเข้าใจกลุ่มลูกค้าของเขาเสียก่อน

อายุ ? เพศ ?

หัวข้อความสนใจของลูกค้าคืออะไร ?

CPC (Cost per click)	CPA (Cost-per-acquisition)	CPM (Cost-per-thousand Impressions)
เน้นสร้างจำนวนคลิกเพื่อเป็นจุดขายให้กับเว็บไซต์ที่มากที่สุด	เน้นสร้างจำนวน Conversion ให้กับเว็บไซต์ที่มากที่สุด	เน้นสร้าง Impression เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับเว็บไซต์ที่มากที่สุด

1. ศึกษาค้นหาคำ Keyword จาก Google
2. คลิกกับเว็บไซต์ที่โฆษณา
3. คลิกซื้อสินค้า
4. ศึกษารายละเอียดของสินค้าที่ซื้อ
5. บรรลุเป้าหมายของการทำโฆษณา คือ Conversion

คำนวณราคาและต้นทุนของสินค้า เพื่อที่จะได้กำไรตามปริมาณการขายที่โฆษณา

ราคาขาย = 300 บาท ต้นทุนค่าสินค้า = 150 บาท

คำนวณงบประมาณที่โฆษณาใช้เพื่อจะได้ผลลัพธ์ที่ 1 ชิ้น

CPA = 50 บาท

กำหนดให้ Campaign งบ 100 บาท

ได้ค่า Buy strategy งบ Target CPA = 50 บาท

มีโฆษณาจาก Google Adwords

ใครที่ซื้อของโฆษณาจะมาจากไหน? ใครที่ซื้อซ้ำบ่อยครั้ง?

ควรดูประสิทธิภาพของโฆษณาที่ค่าเฉลี่ยของเว็บไซต์เมื่อเทียบกับ CPA ในแต่ละวัน

- กระบวนการลงโฆษณากับ Google Adwords
- เข้าใจกระบวนการรับโฆษณาของ Google
- วิธีเลือก Keyword คุณภาพดี หวังผลได้มาใช้งาน
- คิดเงินค่าโฆษณาและการวัดผลของโฆษณา
- เทคนิค Conversion และ Remarketing
- โฆษณาแบบ CPA ที่สุดแห่งความคุ้มค่า



ต้นเว็บไซต์ที่ดังที่สุด ด้วย

Google Adwords

นักเขียน คุณกัญชु สุขโข
บรรณาธิการ ชนะ เทคทวอง

M-MONEY
make more money

จัดจำหน่ายโดย **IDC PUBLISHING**

ISBN 985-916-100-448-6

240 บาท

8 859161 004486