

Pay Per Click



تبلیغات کلیکی (PPC)

سر فصل مقاله :

- تبلیغات کلیکی (PPC)
- تاریخچه:
- فلسفه استفاده از تبلیغات کلیکی چیست؟
- ۳ تا از محبوب ترین روش های تبلیغات کلیکی:
- مزایای PPC
- معایب PPC
- هزینه تبلیغات کلیکی چقدر است؟
- CPC چیست؟
- کلاهبرداری کلیکی!

۰۲۱۷۷۹۸۸۰۲۴

info@nasv.ir

www.nasv.ir



تبلیغات کلیکی (PPC)

تبلیغات کلیکی مخفف Pay Per Click است و حالتی از تبلیغات است که در آن مارکترها تبلیغی را روی پلتفرمی مانند گوگل قرار می دهند و به ازای هر کلیکی که توسط کاربر روی تبلیغشان صورت می گیرد هزینه ای را به میزبان پلتفرم می پردازند.

درواقع تبلیغات بر اساس کلیک یا PPC یک نوع پشتیبانی از تبلیغات آنلاین و بازاریابی اینترنتی است که بر روی طیف گسترده ای از وب سایت ها، از جمله موتورهای جستجو، که در آن تبلیغ کنندگان فقط در صورت کلیک کاربر بر روی آگهی هزینه پرداخت می کند، است.

از این رو به آن، "پرداخت به ازای هر کلیک" می گویند.

این روش در زمان خود نوآوری در صنعت تبلیغات اینترنتی محسوب می شد و به مرور جایگزین مندهای سنتی تبلیغات بنری (مدت دار) و پرداخت به ازای تعداد نمایش شد. مدل های پیشرفته تر و پیچیده تری از پرداخت به ازای کلیک نیز هم اکنون در حال بهره برداری هستند که به عنوان مثال می تواند به پرداخت به ازای منجر شدن به خرید اشاره کرد.

بازاریابی از طریق تبلیغات کلیکی (PPC) می تواند یکی از قدرتمندترین ابزار بازاریابی باشد، اما بدون دانش کافی از آن، ممکن است به راحتی موجب هدر رفتن بودجه بازاریابی بدون بازگشت سرمایه شود.



تاریخچه:

در سال ۱۹۹۶ (میلادی) در نرم‌افزاری به نام Planet Oasis از این مدل پرداخت، برای کلیک‌هایی که شرکت‌ها در دایرکتوری نرم‌افزار دریافت می‌کردند استفاده شد. در ابتدا شرکت‌ها کمی محتاطانه با این مدل برخورد کردند اما در انتهای ۱۹۹۷ (میلادی) بیش از ۴۰۰ برند مشهور از این مدل استقبال کردند.

گوگل در دسامبر ۱۹۹۹ تبلیغات جستجوگر خود را آغاز کرد و در اکتبر ۲۰۰۰ محصول تبلیغاتی خود را با نام تجاری Google AdWords به بازار عرضه کرد. اما تا سال ۲۰۰۲ که مدل پرداخت به ازای کلیک معرفی شد کماکان از مدل پرداخت به ازای تعداد نمایش استفاده می‌کرد. هم‌اکنون ۹۶ درصد درآمد شرکت گوگل از تبلیغات ناشی می‌شود.



فلسفه استفاده از تبلیغات کلیکی چیست؟

سوالی که اینجا مطرح می‌شود این است که فلسفه استفاده از این سبک تبلیغات چیست؟ زمانی که ما یک کسب و کار آنلاین را شروع می‌کنیم، طبیعتاً هر چه کسب و کار ما بیشتر دیده شود، مخاطب بیشتری به آن مراجعه خواهد کرد و ما شانس بیشتری برای نشان دادن کالاها و خدمات خود را خواهیم داشت.

پس ما بدون اینکه بخواهیم تبلیغات فیزیکی خاصی در محیط بیرون انجام دهیم، به کمک تبلیغات کلیکی می‌توانیم حجم وسیعی از کاربران موتورهای جستجو را به سمت وب سایت یا فروشگاه آنلاین خود بکشانیم و آنها را در صفحه فرود خود، جذب کنیم.

نحوه انجام تبلیغات PPC بدین صورت است که شما یک تبلیغات از پیش آماده می‌کنید، در اختیار موتورهای جستجو قرار می‌دهید و هزینه تبلیغات را به آنها می‌پردازید. این موتورهای جستجو، مانند گوگل، از ابزار گوگل ادوردز (Google Adwords) استفاده می‌کنند و به ازای هر کلیک، بخشی از پرداختی شما را بر می‌دارند.

کلمات کلیدی:

می‌توان گفت کلمات کلیدی قلب تبلیغات کلیکی هستند و دقیقاً کلمات هستند که کاربر را به تبلیغ خاصی متصل می‌کنند. کلمات کلیدی مختلفی را می‌توان برای کمپین‌ها استفاده کرد. کسب و کارها بنا بر نیازشان می‌توانند دقیق بودن کلمه کلیدی جستجو شده را تعیین کنند.

به طور مثال می‌توانند ترتیب قرار گرفتن کلمات یا املاي مختلف کلمات را مشخص کنند. حتی می‌توانند از کلمات کلیدی منفی استفاده کنند. یعنی یک سری از کلمات را از دایره کلمات کلیدی شان دور بریزند تا تبلیغ برای این نوع از کلمات نمایش داده نشود و در نتیجه ترافیک غیر مرتبط و هزینه اضافی برای آن‌ها حاصل نشود.



انواع تبلیغات کلیکی:

۱- تبلیغات بنری: در این روش، آگهی شما به صورت یک بنر گرافیکی (به صورت قرار دادن لینک در آن) در یک سایت پربازدید قرار داده می‌شود و با کلیک بر روی آن به سایت یا حتی اپلیکیشن شما هدایت خواهند شد و بدین ترتیب تبلیغات انجام می‌پذیرد.

تبلیغات بنری به دلیل ویژگی‌های گرافیکی و جذابیت بصری در جلب توجه مخاطبین موفقیت زیادی دارد.



۲- تبلیغات متنی: تبلیغات متنی به نسبت تبلیغات بنری مقرون به صرفه‌تر است. در این روش لینک سایت شما توسط متن تبلیغاتی کوتاه، جهت معرفی کسب و کار شما در سایت های پرمخاطب قرار می‌گیرد.

در موتور جستجوی گوگل نیز با مشخص کردن کلیدواژه خاص برای کسب و کار شما، تبلیغات انجام می‌شود.

کلیدواژه (Keyword) کلمه یا کلماتی است که عموم مردم با سرچ آنها در گوگل به محصولات یا خدمات شما می‌رسند.

تبلیغات در گوگل ادوردز نیز به همین صورت است که هنگام سرچ افراد، سایت شما را در لینک های اول جستجو نمایش می‌دهد و در ازای هر کلیک از شما هزینه دریافت می‌کند.

تبلیغات PPC در موتورهای جستجو به صورت کلی در بالا و یا در سمت راست نتایج جستجو و در وب سایت ها در هر جایی که مدیر سایت تصمیم بگیرد و تحت عنوان "تبلیغات حمایت‌شده" نمایش داده می‌شوند.

۳ مورد از محبوب ترین روش های تبلیغات کلیکی:

۱- استفاده از گوگل ادوردز: در این روش، گوگل شرایط ایجاد یک مزایده را به وجود می‌آورد و به هر کدام از تبلیغات‌ها یک امتیاز از لحاظ مالی و از لحاظ کیفی می‌دهد. آگهی‌ها و کلید واژه‌هایی که بالاترین امتیاز ممکن را در این مزایده کسب کنند، در رتبه‌های صفحه اول گوگل قرار می‌گیرند و به ازای هر کلیک، بخشی از پرداختی آنها برداشته می‌شود.

۲- استفاده از بینگ (Bing): موتور جستجوی بینگ نیز دارای یک نسخه شخصی از تبلیغات کلیکی است و این امکان را به صاحبین مشاغل و کسب و کارهای آنلاین می‌دهد که تبلیغات خود را در بینگ، یاهو و سایر شرکت‌های جستجوی مایکروسافت تبلیغ کنند.

۳- استفاده از فیس بوک: فیس‌بوک یکی از محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در جهان است که زمینه تبلیغات PPC را فراهم آورده است. این روش تبلیغات به عنوان یک روش منحصر به فرد در اختیار تبلیغ



کنندگان قرار می‌گیرند و محصولات و خدمات آنها بر اساس جمعیت و منافع تبلیغ کنندگان، در صفحات اجتماعی مختلف نشان داده می‌شود.

مزایای PPC

۱- شناخت برند

شما می‌توانید از PPC برای هدف‌گذاری روی کلمات کلیدی مرتبط به صنعت خود استفاده کنید، لذا افرادی که به دنبال این کلمات کلیدی می‌گردند مدام تبلیغات شما را می‌بینند؛ اگرچه کلمات کلیدی عمومی باعث فروش زیاد نمی‌شوند اما غیرمستقیم به شما کمک می‌کنند که آگاهی برند خودتان را افزایش دهید و کسب‌وکاران را به‌عنوان یک راهبر در صنعت معرفی کنید.

۲- بودجه مناسب

در PPC هیچ محدودیت بودجه‌ای وجود ندارد، این شما هستید که انتخاب می‌کنید برای یک کلیک چقدر بپردازید و برای یک تبلیغات یا کمپین چقدر پول خرج کنید. همانطور که در بالا گفته شد از آنجا که همه چیز قابل سنجش است شما می‌توانید به‌سادگی تحلیل کنید که آیا سود کرده‌اید و یا ضرر و مطابق با آن تصمیمات خود را اتخاذ کنید. اگر یک کمپین سودآور باشد شما می‌توانید با امنیت بیشتری پول خرج کنید تا زمانی که به حداکثر ROI برسید.

۳- نتایج سریع

کسب‌وکارها نیازمند نتیجه گرفتن هستند و لذا دوست دارند که سریع به نتیجه برسند. تبلیغات PPC به شما کمک می‌کند تا نتایج را سریع تر مشاهده کنید. به بیان ساده‌تر اگر شما دارای یک وبسایت باشید و آن را اداره کنید می‌توانید به‌سرعت یک اکانت ادوردز درست کنید.

تبلیغاتتان را راه‌اندازی کرده و آن‌ها را در شبکه گوگل اجرا کنید و شروع به دریافت ترافیک کنید. این یک نسخه ساده شده از عملکرد PPC می‌باشد، اما من می‌خواستم به شما کمک کنم تا زمانی که می‌خواهید به سریع‌ترین روش به مخاطبین هدف‌تان دست پیدا کنید، PPC برای شما موثرترین گزینه باشد.



۴- نتایج قابل سنجش

یک مزیت مهم دیگر از PPC این است که هر کاری که انجام می‌دهید دارای یک هدف قابل سنجش است. شما می‌توانید هر چیزی که به کمپین PPC مربوط است را بسنجید، از هزینه‌ها گرفته تا سودها، بازدیدها، کلیک‌ها، ویوها و غیره.

از زمانی که شما PPC را شروع کردید می‌دانید که چقدر پول خرج کرده‌اید و از سود و ضرر خودتان اطلاع دارید. گزارش‌ها و شاخص‌های کلیدی عملکردی (KPI) هستند که اطلاعات مورد نیاز شما را فراهم می‌آورند، این‌ها داده‌هایی هستند که برای دپارتمان‌های بازاریابی و مدیر عامل آن‌ها ضروری می‌باشند.

۵- عدم وجود وابستگی به تغییرات الگوریتمی گوگل و سئو

من عاشق مباحث سئو سایت هستم و شما باید برای موفقیت بلندمدت دارای یک وبسایت سئو پسند باشید و آن را با بهترین استانداردها و روش‌های سئو تطابق دهید.

اما یکی از جالب‌ترین چیزها در مورد PPC این است که زمانی که شما کمپین سودآوری را ایجاد کردید نیاز نیست نگران گوگل و تغییراتی که راجع به الگوریتم‌های رنکینگ خود می‌دهند باشید.

۶- دستیابی به مخاطبین مناسب

به‌هنگام اجرای یک کمپین PPC شما انتخاب می‌کنید که تبلیغاتتان براساس عواملی همچون کلمات کلیدی، مکان، وبسایت، دستگاه، زمان و تاریخ چه زمانی و کجا ظاهر شوند. این انعطاف‌پذیری شما به شما این امکان را می‌دهد که بازار خود را بخش‌بندی کنید و خدمات و محصولات خود را در معرض دید مخاطبین مناسبی قرار دهید.

۷- از فرصت‌های کسب‌وکاری خود نهایت استفاده را بکنید

فرض کنید که شما پکیج‌های هاستینگ وب می‌فروشید و یکی از رقبای اصلی شما به دلیل مشکلات فنی آفلاین است، این برای شما فرصت خوبی است که PPC راه بیندازید و به آن دسته از مشتریان عصبانی



گزینه دیگری پیشنهاد کنید، این کار تنها با PPC قابل انجام است، چراکه پیاده‌سازی و نتیجه‌گیری سریع در آن ساده است.

۸- از مشتریان محلی غافل نشوید

PPC برای جستجوهای محلی بسیار موثر واقع می‌شود، افرادی که با استفاده از موبایل‌هایشان به دنبال محصولات و خدمات در محدوده خودشان می‌گردند می‌توانند تبلیغات شما را مشاهده کنند، روی آن‌ها کلیک کنند و دستورالعمل دسترسی به فروشگاه شما را دریافت کنند.

آمارهای اخیر نشان داده است که ۷۵ درصد از افراد در صورتیکه فروشگاهی را در نتایج جستجو نشان داده باشند بیشتر احتمال دارد که به آن فروشگاه سرزنند. اگر آن‌ها تبلیغات شما را نبینند به احتمال زیاد روی تبلیغات رقبای شما کلیک می‌کنند و شما بدین صورت یک مشتری را از دست داده‌اید.

۹- این بهترین ابزار برای ارزیابی استراتژی‌های بازاریابی برای دیگر رسانه‌ها می‌باشد

یک استراتژی بازاریابی طراحی کنید. فرض کنید که می‌خواهید تست کنید کدام سرخط محصول و یا نسخه تبلیغاتی در کمپین عملکرد بهتری دارد، کاری که می‌توانید به‌سادگی انجام دهید این است که تبلیغات متفاوتی را در یک کمپین گوگل ادوردز اجرا کنید. برای چند هفته به‌صورت آنلاین آن را پخش کنید و نتایج آن را تحلیل کنید. تبلیغات در گوگل با بیشترین نرخ کلیک به احتمال دارای نسخه جذاب برای کاربران می‌باشد.



PAY PER CLICK



۱۰- عملکرد و گزارش‌گیری غنی

پلت‌فرم‌های PPC همانند گوگل ادوردز بینگ ادز، ابزارهایی که برای اجرای کمپین به آن نیاز دارید را برای شما فراهم می‌کنند، با هم تیمی‌های شما همکاری می‌کنند و داده‌ها و نتایج را تحلیل می‌کنند (گزارش‌گیری). این برای شما به یک مزیت در کسب‌وکار به حساب می‌آید.

معایب PPC

متأسفانه برخی از افراد و سایت‌ها وجود دارند که برای افزایش کلیک‌ها و متعاقباً افزایش درآمد خود بر روی بنرهای تبلیغاتی کلیک می‌کنند. این کلیک‌های غیر قانونی که کلاهبرداری نیز محسوب می‌شود توسط اشخاص، نرم‌افزارها و یا روبات‌ها که برای این کار طراحی شده‌اند انجام می‌شود.

هزینه تبلیغات کلیک چقدر است؟

جواب دادن به این سؤال چندان سخت نیست و معمولاً سه جواب کوتاه برای آن داده می‌شود:

۱- پرداخت شما به ازای هر کلیک انجام می‌شود؛

۲- برخی کلیک‌ها کمتر از یک دلار و برخی دیگر می‌توانند بیش از ۵۰ دلار باشند؛

۳- شما همچنین نیاز دارید که برای مدیریت تبلیغات و وب‌سایت خود نیز هزینه پرداخت کنید.

اما در حقیقت این جواب‌ها کوتاه هستند و جواب اصلی ما این است که هزینه تبلیغات کلیک به موارد مختلفی بستگی دارد. اینکه شما از چه ابزاری استفاده کنید، کلید واژه‌های انتخابی شما به چه صورتی باشد و همچنین بودجه اختصاص یافته مواردی هستند که در بررسی هزینه‌ها باید مورد بررسی قرار گیرد.

اولین چیزی که باید در این مورد به خاطر داشته باشید این است که هزینه‌ها با توجه به یک سیستم عرضه و تقاضا محاسبه می‌شود. با این تفاسیر انجام تبلیغات PPC در گوگل به طور طبیعی بیش از تبلیغات در بینگ است که به دلیل محبوبیت بیشتر گوگل استاز سوی دیگر، هزینه هر کلیک به کلمات



کلیدی که برای آگهی خود انتخاب می‌کنید بستگی دارد و معمولاً در مورد بینگ و گوگل این موضوع تقریباً یکسان است.

برای این کار تنها لازم است که به ابزار گوگل ادوردز وارد شوید و مشخصات خود را ثبت کنید و کلمات کلیدی مختلف را مورد بررسی قرار دهید. در این ابزار شما مشخص خواهید کرد که ارزش کلمات کلیدی شما به چه صورتی است و برای چه هزینه‌هایی باید برنامه ریزی کنید.



CPC چیست؟

CPC یا هزینه به ازای هر کلیک معیاری است که هزینه های کلیک ها را بررسی می کند. همانطور که در بخش های قبلی بیان کردیم، هزینه ها بر اساس فاکتورهایی همچون رقابت موجود بر روی کلمات کلیدی و نوساناتی که در حجم جستجو وجود دارد متغیر است. به عنوان مثال اگر تبلیغی را برای املاک



موجود در تهران برای ۱۷٪ دلار ارائه کنید ممکن است حجم جستجو و نوسانات موجود در این زمینه بر روی کار شما اثر بگذارد. با اینکه CPC تنها بخشی از تبلیغات کلیکی است اما در برخی از موارد برای ارجاع به این نوع تبلیغات مورد استفاده قرار می گیرد. تبلیغات هزینه به ازای هر کلیک بر روی هزینه توافق شده برای هر دفعه ای که بازدیدکننده بر روی تبلیغ کلیک می کند تکیه دارد.

هزینه به ازای هر کلیک به شما کمک می کند گران بودن یا نبودن واژه را در برابر مزایای مرتبط با دریافت کلیک از آن سبک و سنگین کنید. این موضوع می تواند زمانی که می خواهید بر روی واژه مدنظر برای مزایده سرمایه گذاری کنید و زمانی که قصد دارید بازگشت سرمایه گذاری را از کمپین در حال اجرا محاسبه نمایید مفید باشد.

کلاهبرداری کلیکی!

کلاهبرداری کلیکی یک روش و رویکرد غیر قانونی است. این نوع از کلاهبرداری زمانی به وقوع می پیوندد که اشخاص بر روی آگهی تبلیغاتی (بنر و یا متنی) کلیک می کنند تا تعداد کلیک های قابل پرداخت به تبلیغ دهنده افزایش یابد.

این کلیکهای غیر قانونی می تواند توسط اشخاص که بر روی لینک های مورد نظر کلیک می کنند، انجام شوند و یا توسط نرم افزارها و یا ربات های آنلاین که برای کلیک بر بنرهای تبلیغاتی و یا لینک های متنی برنامه ریزی شده اند، انجام شوند.

تحقیقات نشان می دهد که کلاهبرداری کلیکی توسط اشخاصی انجام می شود که از آن برای افزایش درآمد بنرهای تبلیغاتی شخصی خود استفاده می کنند. بعضی از شرکت ها از این روش برای خالی کردن بودجه تبلیغاتی شرکت های رقیب خود استفاده می کنند.

کلاهبرداری کلیکی زمانی اتفاق می افتد که یک فرد هدف های زیر را دنبال می کند:

۱- کسب سود

۲- تهی کردن بودجه تبلیغاتی شما

نتایج کلاهبرداری کلیکی برای صاحبان مؤسسات کوچک ویران کننده می باشد و خرج زیادی روی دست تبلیغات دهندگان، که بودجه های کلانی در اختیار دارند، می گذارد.



درمجموع می‌توان این‌گونه برداشت کرد که PPC یک روش تبلیغاتی نیست بلکه یک نوع روش پرداخت هزینه تبلیغات است.

آژانس خلاقیت و نوآوری ویرا در جهت آن است که با شناخت و معرفی راه و روش های مختلف تبلیغاتی مناسب ترین آنها را برای کسب و کار شما انتخاب کند.