



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTICE



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!

Metode de promovare prin intermediul motorului de cautare Google

Ce este Google Ad Grants?

Google Ad Grants este ramura non-profit a programului AdWords, instrumentul Google de publicitate online. Google Ad Grants le oferă organizațiilor non-profit posibilitatea de a-și promova misiunile și inițiativele în paginile cu rezultate ale căutării Google, acordându-le un credit lunar de 10.000 USD pentru publicitate în programul AdWords™.

Este eligibilă organizația dvs. non-profit pentru Google Ad Grants?

Pentru a fi eligibile pentru programul Google Ad Grants, organizațiile trebuie:

să dețină un statut actual și valid de instituție caritabilă, în conformitate cu regulile din țara dvs.; consultați, mai jos, definiția statutului de instituție caritabilă din țara dvs.

să cunoască și să accepte certificările prevăzute în solicitare cu privire la nediscriminare și la primirea și utilizarea donațiilor;

să dețină un site funcțional, cu un volum considerabil de conținut.

Rețineți că următoarele organizații nu sunt eligibile pentru Google Ad Grants:

entitățile și organizațiile guvernamentale;

spitalele și grupurile medicale;

școlile, centrele pentru îngrijirea copiilor, instituțiile academice și universitățile (ramurile filantropice ale organizațiilor de învățământ sunt eligibile). Pentru a afla mai multe despre programele Google dedicate instituțiilor de învățământ, accesați Google pentru Educație.

Definiția statutului de instituție caritabilă în România

Pentru a fi luate în considerare pentru acest program, organizațiile trebuie să fie constituite ca persoane juridice fără scop patrimonial, în conformitate cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații, și să aiba scop caritabil.

Pentru a rămâne eligibil în programul Google Ad Grants:

Anunțul dvs. trebuie să trimită către UN DOMENIU al unui site al unei organizații non-profit care trebuie să fi fost aprobat în solicitare.

Trebuie să vă gestionați activ contul AdWords conectându-vă lunar la acesta și efectuând cel puțin o modificare în cont o dată la 90 de zile, pe baza examinării performanțelor contului. Contul dvs. este supus



CENTRUL DE CONSULTANȚĂ
ȘI STUDII EUROPENE



RD Global Project Consulting
Consultanță fonduri europene



CONSILIUL
JUDEȚEAN
MUREȘ





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTICE
DIRPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!

Întreruperii sau închiderii automate, fără o notificare prealabilă, în cazul în care nu efectuați modificări în cont timp de peste 90 de zile.

Anunțurile dvs. trebuie să reflecte misiunea organizației non-profit aprobate, iar cuvintele cheie trebuie să fie relevante pentru programele și serviciile organizației non-profit.

Publicitatea exclusiv comercială nu este permisă în acest program. Dacă intenționați să promovați produse sau servicii, toate veniturile obținute din vânzarea acestora trebuie să fie utilizate pentru susținerea programului.

Anunțurile dvs. Google nu pot trimite la pagini care au ca scop principal să trimită la alte site-uri.

Anunțurile care oferă produse financiare (cum ar fi ipoteci sau carduri de credit) sau cele care solicită donații sub forma unor autovehicule, ambarcațiuni sau proprietăți și cuvintele cheie asociate acestora nu sunt permise.

Site-ul nu poate afișa anunțuri Google AdSense sau linkuri publicitare ale afiliaților.

Donatarii care nu respectă aceste reguli pot fi eliminați din program. Google își rezervă dreptul de a aproba sau a respinge solicitarea sau participarea unei organizații oricând și din orice motiv, precum și de a suplimenta sau modifica oricând regulile de eligibilitate. Google selectează solicitările la propria alegere, acestea nefiind supuse unei examinări externe.

Detalii despre programul Google Ad Grants

Donatarii din cadrul programului Google Ad Grants beneficiază de publicitate AdWords gratuită în paginile cu rezultate ale căutării Google. Donatarii își creează și își gestionează propriile conturi AdWords, asemenea agenților de publicitate plători, dar participarea lor se supune următoarelor restricții:

un buget zilnic stabilit la 329 USD, ceea ce înseamnă aproximativ 10.000 USD pe lună;

o limită maximă a sumei cost-pe-clic (CPC) de 2 USD;

posibilitatea de a difuza numai campanii direcționate în funcție de cuvinte cheie;

posibilitatea de a afișa anunțurile numai în paginile cu rezultate ale căutării;

posibilitatea de a difuza numai anunțuri text.

Donatarii au dreptul de a promova în contul lor AdWords numai anunțuri și cuvinte cheie referitoare la misiunea acestora:

Acceptabil

Anunț:

Cumpărați și luptați împotriva cancerului
Colecția Fundița roz cuprinde
cadouri unice pentru o cauză deosebită.
www.instituțecaritabilă.ro



CENTRUL DE CONSULTANȚĂ
ȘI STUDII EUROPENE



RD Global Project Consulting
Consultanță fonduri europene



CONSILIUL
JUDEȚEAN
MUREȘ





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTICE



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!

Cuvinte cheie:

Cumpărați pentru cancer
Cumpărați pentru cancer la sân
Magazin cancer
Marfă cancer

Neacceptabil

Anunț:

Cumpărați cadouri online
Haine, cărți, muzică și altele
Economisiți timp și bani!
www.instituțecaritabilă.ro

Cuvinte cheie:

Cumpărați haine
Magazin haine online
Magazin încălțăminte online
Cumpărare muzică mp3

Google Grantspro

Pentru donatorii eligibili, programul Grantspro oferă o limită de cheltuieli crescută la 40.000 USD pe lună, în locul limitei standard de 10.000 USD pe lună. Aceasta înseamnă 30.000 USD pe lună în plus în contul existent Google Ad Grants de 10.000 USD pe lună, totalizând 40.000 USD pe lună în publicitate gratuită.

Pentru a afla dacă sunteți eligibil pentru programul Grantspro, accesați [Centrul de ajutor Google Ad Grants](#). Dacă îndepliniți criteriile de eligibilitate, vă invităm să [trimiteti o solicitare de înscriere în programul Grantspro](#). Rețineți că examinăm și răspundem solicitărilor de înscriere în Grantspro în termen de 30 de zile de la trimitere.

Solicitare pentru Google Ad Grants

Pentru a fi luate în considerare pentru acest program, organizațiile trebuie să fie constituite ca persoane juridice fără scop patrimonial, în conformitate cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații, și să aibă scop caritabil.

Pașii pentru solicitare:

Creați un cont AdWords Google Ad Grants, urmând instrucțiunile din [Ghidul de creare a contului](#):

Asigurați-vă că selectați **USD** ca monedă, indiferent de țară

NU trimiteți informații privind cardul de credit.

Campania trebuie să vizeze exclusiv **SINGURUL** site non-profit menționat în această solicitare și trebuie să conțină anunțuri și cuvinte cheie bazate pe obiectivele propuse (nu comerciale).

Scrieți un eseu despre cum intenționează organizația dvs. să utilizeze AdWords în scopuri sociale.



CENTRUL DE CONSULTANȚĂ
ȘI STUDII EUROPENE



RD Global Project Consulting
Consultanță fonduri europene



CONSILIUL
JUDEȚEAN
MUREȘ





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
DIRPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!

Trimiteti o dovada a statutului de organizație caritabilă, precum și Codul de client AdWords, în formularul de solicitare de mai jos.

Notă importantă: conturile AdWords care nu sunt create conform Ghidului de creare a conturilor Google Ad Grants vor fi respinse și veți fi informat că trebuie să creați un alt cont. Conturilor care încalcă politicile sau care nu sunt utilizate în scopuri non-profit le vor fi revocate granturile Google Ad Grants acordate.

Atest faptul că *

Confirmați că organizația dvs. nu practică discriminarea pe considerente ilegale, în ceea ce privește practicile de angajare sau de desfășurare a activității, inclusiv discriminarea sau hărțuirea pe motive de rasă, culoare, religie, statut de veteran, origine etnică, strămoși, graviditate, sex, identitate sexuală, stare civilă, handicap fizic sau psihic, stare de sănătate, orientare sexuală sau orice alte caracteristici protejate prin lege, în legătură cu administrarea sau prevederile tuturor programelor și serviciilor.

Atestați faptul că: (i) organizația poate primi această donație conform politicilor proprii, precum și legilor și reglementărilor în vigoare; (ii) această donație nu va avea impact negativ asupra posibilității prezente sau viitoare a companiei Google de a colabora cu organizația respectivă; și (iii) această donație nu va fi utilizată pentru a corupe un oficial al guvernului în vederea obținerii sau menținerii unei colaborări ori a altor avantaje necuvenite.

INFORMAȚII DESPRE ORGANIZAȚIE

Denumirea legală sau oficială a organizației *

Numele organizației dvs în forma exactă în care apare în Registrul Național ONG.

Adresa poștală *

Adresa 1

Adresa 2

Localitate *

România

Codul poștal *

Adresa URL a site-ului *





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
DIRPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!

Exemplu: <http://www.yoursite.ro>

Rețineți că aveți dreptul să promovați numai adresa URL asociată organizației non-profit menționate în solicitare. Conturile Google Ad Grants nu pot promova decât această SINGURĂ adresă URL aprobată.

Tipul organizației caritabile

*

Informații de contact

Persoană de contact organizație *

Adresă de e-mail *

Ocupația/Funcția: *

Număr de telefon: *

Informații despre programul AdWords

Cod de client AdWords *

Puteți găsi acest număr de 10 cifre în partea de sus a contului AdWords, în format xxx-xxx-xxxx.

E-mail de conectare la AdWords *

Lista de verificare a setărilor AdWords *

Contul meu are selectată moneda USD (dolari S.U.A.) (indiferent de țară).

Nu am trimis informațiile privind cardul de credit către sistemul AdWords.

ESEU

Descrieți pe scurt misiunea organizației și segmentul demografic sau cauza deservită.



CENTRUL DE CONSULTANȚĂ
ȘI STUDII EUROPENE



RD Global Project Consulting
Consultanță fonduri europene



CONSILIUL
JUDEȚEAN
MUREȘ





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
DIRPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!

- Vă rugăm să descrieți, în 300 – 500 de cuvinte, modul în care organizația dvs. intenționează să utilizeze programul AdWords în vederea îndeplinirii unui obiectiv social. Dați câteva exemple de tipuri de campanii pe care le veți derula (promovarea unui anumit eveniment, solicitarea de donații etc.) și cum veți

măsura succesul acestora. *

- Informații suplimentare
- Este organizatia dumneavoastra constituita in conformitate cu prevederile Ordonantei Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociatii si fundatii si are scop caritabil? *

- Da
- Nu

- Numarul de inregistrare al entitatii din Registrul National ONG. *

Se regaseste in Registrul National ONG pe coloana a treia.

- Selectati numele fisierului din Registrul National ONG in care se regaseste entitatea listele complete se gasesc la adresa si pozitia din Registrul National ONG. Se regaseste in Registrul National ONG pe prima coloana. Atentie! Acest numar se modifica saptamanal. *

- Asociatii partea I
- Asociatii partea II
- Fundatii

- Pozitia in registru *

- Va rugam sa atasati Certificatul de inregistrare a persoanei juridice fara scop patrimonial.

Verificați dacă tipul fișierului este corect și dacă dimensiunea acestuia este mai mică de 500 KB. (Doar fișiere PDF, TIF, JPG sau GIF.)

- Dacă este aplicabil, atașați documentele justificative aici:





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
DIRPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!

Verificați dacă tipul fișierului este corect și dacă dimensiunea acestuia este mai mică de 500 KB. (Doar fișiere PDF, TIF, JPG sau GIF.)

- Dacă este aplicabil, atașați documentele justificative aici:

Verificați dacă tipul fișierului este corect și dacă dimensiunea acestuia este mai mică de 500 KB. (Doar fișiere PDF, TIF, JPG sau GIF.)

- Cum ați auzit despre Google Ad Grants? Selectați opțiunile care se aplică: *

- Buletin informativ Google
- Buletin informativ care nu are legătură cu Google
- Eveniment Google
- Eveniment care nu are legătură cu Google
- Articol de știri
- Reclamă
- Căutare Internet
- Blog sau social media
- Referințe
- Apel telefonic
- Altele

Cod de referință

Trimiteți

Interzicem cu strictețe discriminarea sau hărțuirea de orice tip, inclusiv discriminarea sau hărțuirea pe motive de rasă, culoare, religie, statut militar, origine etnică, strămoși, graviditate, sex, identitate sexuală, vârstă, stare civilă, handicap fizic sau psihic, stare de sănătate, orientare sexuală sau orice alte caracteristici protejate prin lege, în legătură cu administrarea sau prevederile tuturor programelor și serviciilor.

Google Adwords

Publicitatea pe Google AdWords: prezentare generală



CENTRUL DE CONSULTANȚĂ
ȘI STUDII EUROPENE



RD Global Project Consulting
Consultanță fonduri europene



CONSILIUL
JUDEȚEAN
MUREȘ





UNIUNEA EUROPEANĂ



GVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECŢIEI SOCIALE ŞI
PERSONELOR VÂRSTICE



CONSILIUL JUDEŢEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!

- AdWords, programul de publicitate online oferit de Google, vă permite să atrageți noi clienți și să vă dezvoltați afacerea.
- Alegeți destinațiile în care apare anunțul, setați un buget convenabil și măsurați impactul anunțului.
- Nu există cheltuieli minime impuse. Puteți întrerupe sau opri oricând difuzarea anunțului.
- Începeți la <https://adwords.google.ro>.

Atrageți utilizatorii atunci când aceștia caută un anumit cuvânt sau expresie (pe care le numim **cuvinte cheie**) ori când navighează pe site-uri cu conținut care are legătură cu afacerea dvs. Anunțul poate apărea pe Google și pe site-urile partenere. În cazul licitării cost-pe-clic (CPC), sunteți taxat numai atunci când un utilizator dă clic pe anunț.



Anunțurile apar alături de conținut relevant

Utilizatorii dau clic pe anunțuri

Și stabilesc o legătură cu afacerea dvs.

▶ Urmăriți acest videoclip

What is AdWords?

An introduction to AdWords. Learn how Google's powerful online advertising tool can help you reach new customers and grow sales. Learn more about setting up your AdWords account at <http://goo.gl/r2rudC>

Subscribe to AdWords Help on YouTube <http://www.youtube.com/learnwithgoogle>

Avantajele publicității cu Google AdWords

Există câteva elemente importante care diferențiază programul AdWords de alte tipuri de publicitate. Cu ajutorul programului AdWords, puteți să:



CENTRUL DE CONSULTANȚĂ
ȘI STUDII EUROPENE



RD Global Project Consulting
Consultanță fonduri europene



CONSILIUL
JUDEȚEAN
MUREȘ





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
DIRPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!



Ajungeți la utilizatori exact în momentul în care aceștia caută ceea ce dvs. oferiți

- anunțul dvs. este afișat unor utilizatori care caută deja produsele și serviciile pe care dvs. le oferiți. Prin urmare, este foarte probabil ca aceștia să efectueze acțiunile pe care le doriți.
- Puteți să alegeți destinațiile în care apare anunțul - pe ce site-uri și în ce zone geografice (țări, orașe sau chiar cartiere).
- **Reteaua de display Google** (GDN) acoperă singură 80% dintre utilizatorii de internet din S.U.A.



controlați bugetul;

- În cazul licitării cost-pe-clic (CPC), sunteți taxat numai atunci când un utilizator dă clic pe anunțul dvs., nu când apare anunțul. Aveți la dispoziție mai multe opțiuni de licitare dintre care puteți alege.
- Dvs. decideți suma pe care doriți să o cheltuiți lunar și nu veți fi niciodată taxat peste suma respectivă.
- Nu există cheltuieli minime impuse.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
DIRPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!



aflați exact ce anume funcționează în anunțul dvs. și să-l îmbunătățiți pornind de la aceste elemente;

- Consultați un raport care detaliază performanțele anunțului - numărul clienților noi care au contactat compania pornind de la anunț, locațiile din care provin aceștia și multe altele.
- Utilizați instrumentele AdWords pentru a modifica și îmbunătăți anunțul și creșteți numărul clienților potențiali care vă contactează compania.

Exemplu

Să presupunem că aveți un atelier de reparații biciclete în apropiere de București. Configurați anunțul astfel încât acesta să apară numai pentru clienții din această locație. Astfel, atunci când un utilizator care locuiește sau vizitează acest oraș caută pe Google „reparații biciclete în apropiere de București”, este posibil să vadă anunțul dvs. și să dea clic pe acesta pentru a vă contacta.

Este simplu să începeți și vă puteți întrerupe sau opri oricând. Fără obligații.

Pașii următori

- Începeți cu următorii trei pași.
- Contactați echipa pentru anunțuri Google și obțineți ajutor pentru crearea primelor anunțuri.
- Citiți povestile de succes ale unor mici proprietari din categoria dvs. și aflați cum utilizează aceștia cu succes programul AdWords.
- Economisiți timp și obțineți ajutor din partea unui specialist autorizat în utilizarea programului AdWords.

Cum funcționează programul AdWords



CENTRUL DE CONSULTANȚĂ
ȘI STUDII EUROPENE



RD Global Project Consulting
Consultanță fonduri europene



CONSILIUL
JUDEȚEAN
MUREȘ





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
DIRPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!

Pentru a înțelege cum funcționează AdWords și pentru a profita la maximum de bugetul pentru publicitate, este important să vă familiarizați cu câteva elemente cheie. Printre acestea se numără cuvintele cheie, destinațiile de plasare, Clasarea anunțului, sumele licitate și Scorul de calitate.

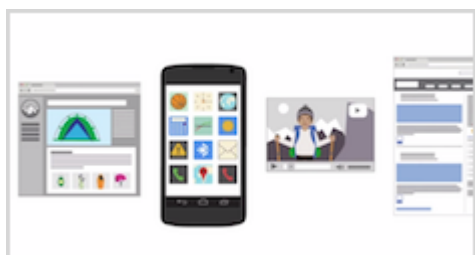
Cum determină cuvintele cheie afișarea anunțului



Cuvintele cheie sunt cuvinte sau expresii pe care le alegeți dvs. și care pot declanșa afișarea anunțurilor în Rețeaua de căutare și pe alte site-uri. De exemplu, dacă livrați flori proaspete, puteți utiliza „livrare flori proaspete” drept cuvânt cheie în campania dvs. AdWords. Atunci când un utilizator caută pe Google în funcție de expresia „livrare flori proaspete” sau un termen similar, anunțul dvs. poate apărea în dreptul rezultatelor căutării Google. De asemenea, anunțul dvs. poate apărea și pe alte site-uri din **Rețeaua Google** care au legătură cu livrarea de flori proaspete.

Sfat: creați o listă de cuvinte cheie cât mai relevante pentru produsul sau serviciul oferit. Utilizați cuvinte cheie precise (nu generale) pentru a crește șansele ca anunțul să apară pentru persoanele cele mai interesate de produsul sau serviciul dvs. De exemplu, utilizați cuvântul cheie „livrare flori proaspete”, nu doar „floare”. Acest lucru îmbunătățește performanțele anunțului și vă permite să obțineți venituri mai mari din publicitate.

Destinații de plasare: publicitatea pe site-uri din afara Rețelei de căutare



Cuvintele cheie pot determina afișarea anunțurilor dvs. în dreptul rezultatelor căutării pe Google sau pe alte site-uri de căutare. Însă cuvintele cheie pot determina, de asemenea, afișarea anunțurilor pe alte site-uri de pe internet. Printre acestea se numără proprietățile Google, cum ar fi YouTube, precum și site-urile partenerie Google, cum ar fi NYTimes.com sau Families.com. Acestea poartă numele de **destinații de plasare**, și fac parte din ceea ce numim **Rețeaua de display**.

Google poate să stabilească în mod automat locațiile în care apar anunțurile dvs., prin corelarea cuvintelor dvs. cheie cu site-urile din Rețeaua de display. Sau, dacă doriți mai mult control asupra locațiilor unde apar



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
DIRPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!

anunțurile dvs., puteți alege manual anumite destinații de plasare. Puteți stabili pentru fiecare sumele licitate și puteți alege site-urile pe care pot apărea anunțurile dvs.

Clasarea anunțului: cum alege Google anunțurile care vor apărea și pozițiile acestora

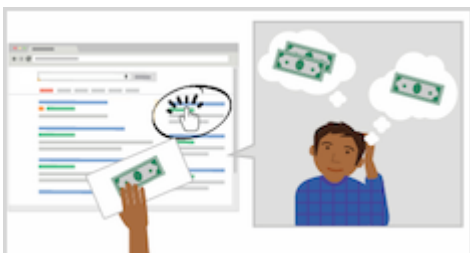


Să presupunem acum că mai mulți agenți de publicitate folosesc același cuvânt cheie pentru a afișa anunțul sau vor ca anunțurile lor să apară pe aceleași site-uri. Google utilizează **Clasarea anunțului** pentru a alege agenții de publicitate ale căror anunțuri vor apărea și ordinea în care se vor afișa acestea.

Clasarea anunțului se bazează pe o combinație a acestor factori:

- **suma licitată**, adică suma pe care sunteți dispus să o cheltuiți;
- calitatea anunțurilor și a site-ului;
- impactul estimat al **extensiilor la anunțuri** și al altor formate de anunțuri.

Câteva detalii despre licitare și calitatea anunțurilor



Suma licitată și calitatea anunțurilor pot funcționa ușor diferit pentru fiecare tip de campanie. Iată câteva exemple care vă vor ajuta să înțelegeți acest lucru.

În cazul unui anunț afișat pe Google și pe site-urile partenere din Rețeaua de căutare în funcție de cuvinte cheie, suma licitată se bazează pe suma licitată **cost-pe-clic maximă (CPC max.)**, adică suma maximă pe care sunteți dispus să o plătiți pentru fiecare clic pe anunțul dvs. (cu toate că suma finală care vi se va percepe pentru fiecare clic, adică suma **CPC reală**, poate fi mai mică). Calitatea anunțului se calculează pe baza componentelor Scorului de calitate: rata de clic estimată, relevanța anunțului și experiența în pagina de destinație.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



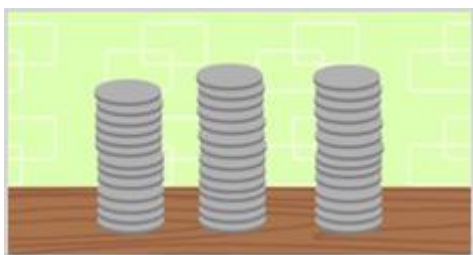
GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
DIRPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!

Cât plățiți până la urmă



De fiecare dată când un anunț AdWords este eligibil să fie afișat pentru o căutare, acesta trece prin **licitația publicitară**. Suma cu care sunteți taxat (suma CPC reală) este, adesea, mai mică decât suma licitată CPC maximă deoarece, în cazul licitației AdWords, suma maximă pe care o veți plăti este egală cu suma minimă necesară pentru a păstra poziția anunțului și toate formatele de anunțuri afișate împreună cu anunțul, cum ar fi sitelinkurile.

Cum se calculează costurile în programul AdWords

- Google AdWords vă oferă control asupra costurilor publicitare.
- Nu trebuie să cheltuiți o anumită sumă minimă. În schimb, setați un buget zilnic mediu și alegeți modul în care îl veți cheltui.

Alegerea unei strategii de licitare pe baza obiectivelor

De fiecare dată când un utilizator efectuează căutări pe Google, AdWords declanșează o licitație pentru a stabili anunțurile care vor fi afișate în pagina cu rezultatele căutării, precum și clasarea acestor anunțuri în pagină. Pentru a include anunțurile proprii în această licitație, trebuie să alegeți, mai întâi, modalitatea de licitare. Alegeți o strategie de licitare bazată pe obiectivele proprii, cum ar fi axarea pe clicuri, pe afișări sau pe conversii.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
DIRPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!



Axați-vă pe clicurile pe anunțuri.

Această strategie poartă numele de sumă licitată **cost-pe-clic** (CPC). Dacă doriți să generați trafic spre site, recomandăm metoda de licitare CPC.



Axați-vă pe afișări, adică pe numărul de ocazii cu care apare anunțul dvs.

Această strategie poartă numele de sumă licitată **cost-pe-afișare** (CPM). Dacă doriți să sporiți gradul de cunoaștere a mărcii, recomandăm metoda de licitare CPM. Rețineți că licitarea CPM este disponibilă numai pentru campaniile din **Rețeaua de display**.



Axați-vă pe afișări, adică pe ocaziile cu care utilizatorii efectuează o anumită acțiune pe site-ul dvs. după ce dau clic pe unul dintre anunțurile dvs.

Această strategie poartă numele de sumă licitată cost-pe-achiziție (CPA). Le recomandăm metoda de licitare CPA agenților de publicitate AdWords cu experiență, care sunt interesați de **conversii**, precum achiziții sau înscrieri.

Acestea sunt strategiile de licitare pe care le puteți seta. Consultați secțiunea de mai jos pentru a afla mai multe despre alegerea unei strategii de licitare.

Elementele fundamentale AdWords

Licitarea: modul în care Google stabilește ce anunțuri să afișeze și în ce ordine



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTICECONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!

Alegeți o strategie de licitare

Cei mai mulți dintre agenții de publicitate care încep lucrul cu AdWords utilizează **strategia de licitare CPC**, ceea ce înseamnă că acumulează costuri pe baza numărului de clicuri pe care le înregistrează anunțurile lor. Dacă utilizați strategia de licitare CPC, suma cu care sunteți taxat pentru fiecare clic depinde parțial de **suma licitată cost-pe-clic maximă** pe care o setați în cont, numită și „sumă licitată CPC maximă”. Aceasta reprezintă cea mai mare sumă pe care sunteți dispus să o plătiți pentru un clic pe anunțul dvs. (cu excepția cazurilor în care setați ajustări ale sumelor licitate sau utilizați **Suma CPC optimizată**). De fapt, suma maximă pe care o veți plăti este egală cu suma minimă necesară pentru a vă păstra poziția anunțului și toate formatele de anunțuri afișate împreună cu anunțul dvs. (inclusiv taxele pentru servicii care se pot aplica acelor campanii din Rețeaua de display). Ca atare, adesea, veți plăti o sumă mai mică decât suma licitată maximă. Suma reală pe care o plătiți se numește **sumă CPC reală**.

Exemplu

Să presupunem că ați setat o sumă licitată CPC maximă de 3 RON pentru anunțurile dvs. Suma maximă pe care o veți plăti atunci când un client dă clic pe anunțul dvs. este de 3 RON.

Controlați costurile

Acum că înțelegeți noțiunile de bază ale funcționării costurile în sistemul AdWords, să analizăm modalitățile în care puteți controla costurile dvs.:

Setați un buget zilnic pentru a controla suma pe care o cheltuiți

Ajustați sumele licitate

Obțineți maximum de rezultate pentru banii investiți

Consultați istoricul costurilor și al plăților

Sfat

Vă recomandăm să utilizați **Planificatorul de cuvinte cheie**, un instrument AdWords gratuit care vă va ajuta să luați o decizie cu privire la sumele licitate și bugetul pe care să le setați. Planificatorul de cuvinte cheie afișează estimări ale traficului, cum ar fi clicurile estimate, pentru a vă face o idee cu privire la performanța posibilă a unei liste de cuvinte cheie în limitele unei sume licitate și ale unui buget. Vă informăm că Planificatorul de cuvinte cheie vă oferă estimări numai pentru Rețeaua de căutare.

Unde pot apărea anunțurile

Dacă când faceți publicitate prin programul AdWords, anunțurile pot apărea în diferite locații pe web, în funcție de modul în care le direcționați, de segmentele de public pentru care decideți să le afișați și de tipurile de anunțuri pe care le creați.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
DIRPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!

Înainte de a alege unde să afișați anunțurile, încercați să adoptați punctul de vedere al clienților potențiali. Ce le place? Ce obiceiuri au? Unde se află? Ce trebuie să știți despre respectivii utilizatori pentru a le putea transmite eficient anunțurile? Deprinderea de a vă raporta la modul în care gândesc clienții dvs. atunci când faceți alegeri vă poate ajuta să ajungeți la mai mulți utilizatori și să obțineți o **rentabilitate a investiției** mai ridicată.

Observație

Când decideți unde și cui să afișați anunțurile, rețineți că anumite funcții sunt disponibile numai pentru anumite tipuri de campanii. De exemplu, poate doriți să afișați anunțurile pe Google în anumite zile ale săptămânii. În acest sens, trebuie să creați o campanie care să vizeze Rețeaua de căutare și care să includă toate funcțiile, în loc să creați o campanie cu funcții standard. Aflați detalii despre tipurile de campanii disponibile



Vă prezentăm mai multe detalii privind locațiile în care puteți afișa anunțuri și utilizatorii care le-ar putea vedea.

Afișarea anunțurilor în Rețeaua de căutare Google și pe alte site-uri de căutare



CENTRUL DE CONSULTANȚĂ
ȘI STUDII EUROPENE



RD Global Project Consulting
Consultanță fonduri europene



CONSILIUL
JUDEȚEAN
MUREȘ





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
DIRIGOSDRU REGIUNEA NORD-EST



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!

Dacă utilizați cuvinte cheie pentru a direcționa anunțurile, selectați un set de cuvinte cheie asociate produsului sau serviciului pe care doriți să-l promovați. Apoi, când utilizatorii caută folosind cuvintele sau expresiile pe care le-ați ales, anunțurile text pot apărea alături de rezultatele căutării sau deasupra acestora.

- **pe site-urile de căutare Google:** anunțurile dvs. pot apărea în Căutarea Google, în Cumpărături Google și pe Google Maps, atunci când un utilizator caută cuvintele cheie pe care le-ați ales. Iată un exemplu pentru cuvântul cheie „prăjiturile”:

The screenshot shows a Google search for "cupcakes". The search bar contains "cupcakes" and the search button is visible. Below the search bar, it says "Search About 71,800,000 results (0.23 seconds)". On the left, there are filters for "Everything", "Images", "Maps", "Videos", "News", "Shopping", "Recipes", "Blogs", and "More". There are also filters for "Mountain View, CA" and "Any time" (Past hour, Past 24 hours, Past 3 days, Past week, Past month, Past year, Custom range...). On the right, there is a map showing the location of the search results. Below the map, there are two search results: "Wonderful Cupcakes" with the website "www.scupcakeshop.com" and "Organic Cupcakes" with the website "www.orgcupcakes.com".

- **pe site-urile de căutare care fac parte din Reteaua de căutare:** dacă un utilizator caută informații pe site-urile de căutare care au încheiat parteneriate cu Google pentru afișarea anunțurilor AdWords, cum ar fi AOL, anunțurile dvs. ar putea apărea în dreptul sau deasupra rezultatelor sau în alte pagini de căutare relevante;
- **în rețeaua de căutare mobilă:** anunțurile dvs. pot apărea pe <http://m.google.com>, versiunea mobilă a rețelei de căutare Google. Iată un exemplu de anunț pentru prăjiturile, în rețeaua de căutare mobilă:



CENTRUL DE CONSULTANȚĂ
ȘI STUDII EUROPENE



RD Global Project Consulting
Consultanță fonduri europene



CONSILIUL
JUDEȚEAN
MUREȘ





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



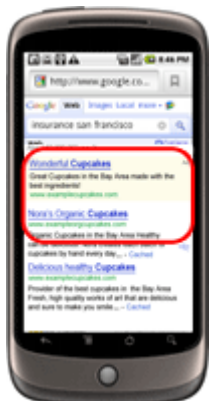
GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE



CONSILIUL JUDEȚEAN
BUZĂU

Program de intervenții integrate pentru șomeri - certitudinea unui viitor durabil, ID126033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013
Investește în oameni!



Anunț AdWords pentru versiunea mobilă a Rețelei de căutare Google

Afișarea anunțurilor pe site-urile care sunt accesate de clienții dvs.

De asemenea, puteți alege să afișați anunțurile pentru clienții dvs. pe măsură ce aceștia caută informații pe web. Anunțurile text, imagine și video pot apărea în **Rețeaua de display Google**. Rețeaua de display Google este o rețea de site-uri și site-uri proprii Google, care include Gmail, Blogger și YouTube și care afișează anunțuri AdWords. Această rețea include, de asemenea, site-uri mobile și aplicații care afișează anunțuri.

Iată un exemplu de anunț de pe un site din Rețeaua de display. Puteți vedea cum sunt direcționate anunțurile către conținutul paginii:

Ads by Google

[Beach Bags](#) - Free shipping on orders over \$50. Special summer discount.
www.beachbagstore.com

[Custom made totes](#) - Bags in all sizes with durable handles. Free shipping and free returns.
www.TotesinAllSizes.com

[Designer tote bags](#) - Summer special on designer beach bags and totes.
www.randombags.com

Anunțurile dvs. pot apărea pe anumite site-uri sau în anumite destinații de plasare pe care le alegeți. De exemplu, dacă firma dvs. vinde torturi de nuntă, ați putea alege să afișați anunțul pe un site popular de planificare a nunților.

Anunțurile pot apărea pe site-uri în funcție de metodele de direcționare pe care le alegeți, cum ar fi cuvinte cheie, destinații de plasare, segmente de public sau subiecte.



CENTRUL DE CONSULTANȚĂ
ȘI STUDIUL EUROPENE



RD Global Project Consulting
Consultanță fonduri europene



CONSILIUL
JUDEȚEAN
MUREȘ

