Základy práce s Google AdWords Editorem

Google AdWords Editor je bezplatná aplikace, která vám umožní rychle a jednoduše upravovat reklamní PPC kampaně. V tomto návodu se postupně seznámíme se základními kroky práce s programem.

O Adwords Editoru

AdWords Editor je desktopová aplikace od společnosti Google, která slouží k usnadnění vaší práce při správě PPC kampaní. Program je určen zejména pro reklamní agentury, které spravují více účtů různým klientům, nicméně jeho funkce jistě ocení i uživatelé, kteří se o své reklamní kampaně starají sami. Díky AdWords Editoru si můžete usnadnit práci spojenou s hromadným přidáváním a upravováním kampaní, sestav a klíčových slov. Pokud inzerujete v ostatních PPC systémech (Sklik, AdFox, ETARGET, Microsoft AdCenter nebo Yahoo Search Engine Marketing), jistě vám přijde vhod možnost exportování kampaní do formátu CSV pro pozdější import do těchto systémů.

Výhody používání

AdWords Editor je mocný nástroj skýtající netušené možnosti úprav reklamních kampaní a účtů vůbec, které byste si nemohli ve webovém rozhraní AdWords dovolit. Z těch nejzásadnějších a nejužitečnějších výhod AdWords Editoru musíme zmínit tyto:

- Možnost upravovat a vytvářet reklamní kampaně, i když nejste připojeni k internetu. Kampaně si nejdříve do programu stáhnete z účtu AdWords. Poté se můžete od internetu odpojit a stažené kampaně si v AdWords Editoru upravovat a vytvářet dle libosti. Následně, po opětovném připojení k internetu, můžete kampaně nahrát zpět do účtu,
- rychlý přístup k více účtům,
- tvorba a úpravy kampaní, sestav, inzerátů i klíčových slov,
- hromadné přidávání a upravování kampaní, sestav a klíčových slov,
- pokročilé vyhledávání ve všech kampaních,
- přidávání komentářů k jednotlivým provedeným úpravám,
- možnost jednoduše kopírovat a přesouvat položky mezi kampaněmi, sestavami a účty,
- export a import kampaní,
- české uživatelské prostředí,
- a přívětivá cena program je zdarma ;-)

Na další možnosti, jak vám tato aplikace může usnadnit práci, se podíváme později.

Instalace

Instalační balíček o velikosti 11,3 MB si stáhněte ze stránek Google a spusťte.



🙀 Google AdWords Editor	
Select Installation Folder	
The installer will install Google AdWords Editor to the following folder. To install in this folder, click "Next". To install to a different folder, enter it be	ow or click "Browse".
<u>E</u> older: C:\Program Files\Google\Google AdWords Editor\	B <u>r</u> owse <u>D</u> isk Cost
Cancel < <u>B</u> ack	Next >

- Po spuštění instalačního souboru započne instalace. Tu zvládne díky průvodci opravdu každý. Na začátku se vám zobrazí okno, kde jen kliknete na tlačítko "Next".
- Poté zvolíte adresář, do kterého se má AdWords Editor nainstalovat, a práva k použití programu pro ostatní uživatele. Kliknete na "Next".
- Instalaci spustite kliknutim na tlačitko "Next".

Instalace je hotová. Průvodce zavřete tlačítkem "Close".

AdWords Editor je nainstalovaný, nezbývá nic jiného, než ho spustit .

Uživatelské rozhraní

Uživatelské prostředí AdWords Editoru je velice přehledné a snadno ovladatelné. Neztratí se v něm ani méně zkušení uživatelé. Pokud nejste zrovna zadobře s angličtinou, můžete si oddychnout – celý program je lokalizován do češtiny.



iraut posiedri anëry 🥳 Dori	a callocana									
	robust vybrané kang	ant 400	esiet volmanel kampanel	🕑 Island interval str	etolky-					G
	Depart Line	and East	and the second	-			der a bereite die			-
	THE PARTY INC.						num i ser se un	-		-
	Kilevé sleve	Unisten	PAdatel poloty	Textové reklany	Grafické reklamy	Reliany namistri fr	ry Pob	ini reklamy R	ellanni sestany	Kampanè
and the second se		Lim								
Caller States	Pidet kanol	44- m3 111	t robrand grainy							
	0	noah	10au	Denvinospadet 1	(CIX) Detun 38	Reni Detumu.	. Vyhieda	Closaft Cen	pr Openalos	tar rospečtu
			Aktivni	2 800,08	31.5.2807	268-9	Google a	No No	No.	
		And Person in February	Aktivni	280,00	1,6.2087	Zádný	Google #	fie fie	Pie	
		-	Aktuni	58,00	4.6.2087	26dnÿ	Google a	No 110	Ne	
		100	Attivni	1 800,08	1.2.2088	Zádný	Gaogle a	Ang Ang	194	
	Upravit syler	net kanspanit			Family	w 1720			Car.	
	Upravit vybra Nizev karpani	ant kampanti			Demi toda	er (C20)			Stev	
	Upravit sylen Nices kangarit	ant kansports			Deminação 2 coll, ac	iet (C20)			Ster Bitteri	
	Upravit vybr Nazis karopal Vyhiadivaci až Gaogle a vybi	not kamponés I rélocaí al 🏾 🧕] — Chashrood pif — Nabiblo za piseki		Deminopo	er (C2I)	Pad 11	kaðri datum (þ. Po. A	Ster- Ster- Construi datu Datir-ji	n (d. Porte) (dae
	Narawil wyber Natari Narawil Vyhiadavad atr Coogle a vyhi Olemine jaceli	nd kampanén ndinasi at 🕑 Ne samut	Costront of Fiscality as sheet		Deminopo (3 004,00 Otenina)	er (CD) Auftur České vezubě	Pad [11	iladri dasım (D.PoJ 8.2007 silli	Stev Stev Steve Stev	n G. Ao Al dae
	Nerevit syder Nerevit syder Vytiedalvad aff Gaogle a syde Clervine peole Effect increase	nd kampanih I Nih santai I	Costron SY Filodo za obert Malt		Dentirope 2 000.00 Clerine 1	er (C20) Haftar Cente republi	Pad 11	ikači datur (5 PoJ 5 3007 oli	Sarv Gatavi Gatavi Saraj	n (C. Ao A), (Eas

Uživatelské rozhraní lze rozdělit do následujících části:

- V levé části programu se nachází stromová struktura reklamních kampaní v účtu AdWords. Její funkce je jednoduchá – umožňuje vám navigaci mezi jednotlivými kampaněmi a sestavami v účtu.
- V centrální části je ukotven panel zobrazení, který tvoří dominantu AdWords Editoru. Díky němu můžete vybírat kampaně, sestavy, klíčová slova a další položky, které lze následně editovat.
- Pod panelem zobrazení je editační panel, pomocí kterého můžete upravovat ty položky, které jste si v Panelu zobrazení vybrali. Například si vyberete nějakou kampaň a následně u ní můžete v editačním panelu změnit její označení, denní rozpočet, umístění (ve vyhledávací nebo obsahové síti) a stav.

Otevření příslušného účtu

Po spuštění AdWords Editoru se objeví přihlašovací dialog. Do něj zadáte přihlašovací údaje do AdWords (tj. Email a heslo).

Po zadání přihlačovacích údajů se zobrazí všechny účty, ke kterým máme přístup. Zvolíme příslušný účet a klikneme na tlačítko Otevřít vybraný účet. Pokud máme v účtu více rozsáhlých kampaní, může trvat delší dobu, než uvidíme naše kampaně v hlavním okně AdWords Editoru. Jednotlivé části editoru jsme si popsali v minulém díle, takže se můžeme pustit rovnou do úprav kampaně.

Symboly

Abychom se mohli zorientovat ve změnách, které jsme provedli, používá AdWords Editor různé grafické symboly:

- **TROJÚHELNÍČEK** indikuje, že jsme danou položku změnili.
- PLUS značí nově přidanou položku.
- MINUS a přeškrtnutí položky znamená, že tato položka je smazaná.



Dále se setkáme s barevnými kolečky, které nás mohou upozornit, že změny, které jsme provedli nemusí být v souladu s pravidly AdWords:

- ČERVENÉ KOLEČKO s vykřičníkem označuje změnu, která z důvodů porušení pravidel nepůjde odeslat do AdWords
- ŽLUTÉ KOLEČKO s vykřičníkem změny, které mohou porušovat pravidla AdWords, ale budou odeslány. V
 praxi není tento symbol přiliš užitečný, objeví se například i když vložíte klíčové slovo ve více typech
 shody.
- Pokud budete chtít všechny své změny zkontrolovat, klikněte na tlačítko Zkontrolovat změny vlevo nahoře.
 Pokud je vaše změna v pořádku a neodporuje pravidlům, objeví se ZELENÉ KOLEČKO.

Abyste měli přehled ve změnách, které už jsou odeslány a které ještě ne, využívá AdWords Editor různých podbarvení položek:

- Fialově se podbarví změněná položka, která ještě není odeslána. Pokud by tato změna byla proti bude v kolizi se staženou verzí, obarví se červeně a po odeslání změn bude navrácen stav na staženou verzi.
- Zeleně se podbarví změny, které provedete ve webovém rozhranní AdWords a stáhnete do AdWords Editoru.

Jakmile kliknete na Kontrola změn dokončena, podbarvení zmizí.

Změny fontu indikují stav položky, pokud změněná v AdWords editoru a neodeslaná, je tučným písmem. Smazaná položka je přeškrtnutá, neaktivní, či pozastavená položka je pak šedivá.

Tvorba kampaní

Jakmile se Váš účet stáhne, můžete začít tvořit kampaně, sestavy, přidávat klíčová slova a (nejen textové) reklamy.

Klíčová slova	Umístění	Vylučující položky	Reklamy	Reklamní sestavy	Kampaně
Přidat reklan	nní sestavu 🖓	្នុ ក្នុ Přidat/aktualizovat vío	te reklamních ses	tav 🏻 🔄 Vrátit vybran	ié změny

V pravé horní části AdWords Editoru vidíte záložky, které předsravují jednotlivé prvky účtu. Chci-li vytvořit například reklamní sestavu, kliknu na záložku Reklamní sestavy a pak na Přidat reklamní sestavu. Když chci přidat více sestav, použiju Přidat/aktualizovat více sestav. Přidání kampaně, reklamy, klíčových slov a umístění funguje naprosto stejně. Ačkoliv je AdWords Editor asi koncipován spíše jako nástroj pro editaci a hromadné úpravy, osobně jej používám i na tvorbu nových kampaní. Oproti zadávání kampaně ve webovém rozhraní mi totiž AdWords Editor ušetří spoustu času.

Editace kampaní

V AdWords Editoru můžeme upravovat prakticky vše, co ve webovém rozhraní AdWords. Výhoda editoru spočívá v tom, že úpravy lze dělat velice rychle a někdy i hromadně. Některé úkony, například přesunutí sestavy z jedné kampaně do druhé, nejsou ve webovém rozhraní vůbec možné. V panelu zobrazení si můžeme vybrat jakoukoli položku (kampaň, sestavu, inzerát, klíčové slovo) a v dolní části (tj. v editačním panelu) změnit její příslušné atributy.

Kopírování

Chceme-li zkopírovat sestavu, stačí jí myší vybrat v panelu zobrazení v pravé horní části AdWords Editoru a poté klasickým způsobem (např. CTRL+C) zkopírovat. Pokud ji chci zkopírovat do stejné kampaně, stiknu CTRL+V.



Když potřebuji sestavu nakopírovat do jiné kampaně vyberu si předtím ve stromovém zobrazení (levá část editoru) příslušnou kampaň. Asi tušíte, že tímto způsobem lze vytvářet reklamní sestavy velice rychle. Pokud budu chtít vytvořit například pět sestav, jejichž inzerát se bude lišit jen pár slovy a cílovou URL, vytvořím si ručně jednu sestavu (ta mi poslouží jako šablona), 4 krát jí zkopíruji a poté zapracuji pouze odlišnosti do textů inzerátu. Stejné je to i u variant reklamního textu. Pokud chci v jedné sestavě více variant inzerátu, které se liší jen drobnostmi, zkopíruji si první a v nových pak upravím jen potřebné detaily (změna titulku, cílové URL, apod.).

Klíčová slova

Klíčová slova mohu k sestavám zadávat buď jednotlivě, kdy typ shody vyberu v roletkovém menu nebo hromadně. První možnost asi nevyužijete často, neboť je značně nepraktická. Mnohem lepší je hromadné přidání slov.

Pokud chceme k sestavě přidat vylučující slova, můžeme to provést jak přes záložku Vylučující položky > Přidat vyloučení > Přidat vylučující klíčové slovo nebo lze využít zmíněné hromadné přidání klíčových slov, kde ale nesmíme zapomenout před slovo napsat znak "-", tak jako jste zvyklí ve webovém rozhraní.

Nahrazování

Někdy se stává, že potřebujeme změnit např. Zobrazovanou nebo cílovou URL u všech inzerátů. S AdWords editorem není nic jednoduššího.

Stačí přejít na záložku Reklamy, vybrat Textové reklamy, označit si všechny (CTRL+A) a v nabídce vyvolané kliknutím pravého tlačítka myši vybrat Nahradit text ve vybraných položkách. V roletkovém menu vybereme Viditelná adresa URL a klikneme na najít shody. Pomocí odkazu Pokročilé změny URL můžete dokonce odebírat parametry z cílové URL.

Pokročilé změny URL

Pokud potřebujeme hromadně měnit cílovou URL, nabízí AdWords Editor dialog Pokročilé změny URL.

Pomocí něj můžete kromě zmíněného hromadného nahrazení například připojit k URL nějaký další text, například. měřící parametr a nebo naopak parametr odebrat. Po provedení jakýchkoliv hromadných úprav doporučuji všechny změny ještě zkontrolovat, předtím než je odešlete do AdWords ;-)

V případě, že chcete vámi vytvořené kampaně ve webovém rozhraní Google AdWords exportovat do jiných reklamních systémů, musíte využít právě služeb Google AdWords editoru, protože **EXPORT REKLAMNÍCH KAMPANÍ NENÍ POMOCÍ WEBOVÉHO ROZHRANÍ MOŽNÝ.** Naštěstí vyexportování kampaní v Google AdWords editoru je intuitivní a velice snadné. Pojďme se podívat, jaké možnosti v oblasti exportování Google AdWords editor nabízí.

Export do formátu CSV

Budete-li chtít zkopírovat (převést) kampaně z vašeho účtu Google AdWords do jiného reklamního systému (Sklik, AdFOX, Etarget), musíte kampaně nejdříve exportovat do formátu CSV (Comma-separated values), který uvedené systémy podporují. Jedná se o souborový formát určený pro výměnu tabulkových dat, kde jsou jednotlivá data oddělená středníky.

-		-
÷.		
÷.		
÷.		
		•

Nabídku pro exportování najdete pod **soubor -> EXPORTOVAT DO FORMÁTU CSV.** Vybrat si můžete z několika možností:

- Exportovat celý účet exportujete všechny kampaně a sestavy, které jsou součástí účtu
- Exportovat vybrané kampaně a reklamní sestavy můžete si vybrat, které konkrétní kampaně, respektive sestavy, vyexportujete
- Exportovat aktuální kampaň exportujete kampaň, kterou máte právě otevřenou
- Exportovat aktuální reklamní sestavu exportujete reklamní sestavu, kterou máte právě otevřenou
- Exportovat aktuální náhled

Takto vytvořený soubor si můžete prohlédnout pomocí aplikace MICROSOFT EXCEL.

Export kvůli archivaci

Další možností exportu je Export kvůli archivaci. Ten nabízí méně voleb, co se týče možnosti vyexportování jednotlivých reklamních prvků. Můžete **EXPORTOVAT CELÝ ÚČET**, nebo jen aktuální kampaň či sestavu. Export kvůli archivaci je funkcí, která se hodí zejména v případě, že si chcete zálohovat aktuální nastavení kampaní a sestav, ke kterému byste se mohli v budoucnu vrátit. Program vytvoří soubor *.aea, který lze, na rozdíl od CSV, otevřít pouze v Google AdWords editoru. Zálohovaný účet nahrajete zpět do Google AdWords editoru přes **SOUBOR-> IMPORTOVAT SNÍMEK ÚČTU**.

Export kvůli sdílení

Spolupracujete-li na vytváření reklamních kampaní a sestav s více lidmi, pak bude pro vás užitečná funkce Exportovat kvůli sdílení, kterou najdete pod **soubor->exportovat kvůli sdílení**. Vytvořený soubor můžete



poslat emailem vašim spolupracovníkům nebo klientům, oni ho následně otevřou pomocí Google AdWords editoru (SOUBOR-> IMPORTOVAT SNÍMEK ÚČTU) a uvidí změny, které jste provedli. Vámi provedené změny mohou okomentovat či provést další úpravy a poslat vám ho zpět.

Export do formátu HTML

Poslední možností, jak exportovat reklamní kampaně a sestavy, je export do formátu HTML (Soubor->Exportovat do formátu HTML). Google AdWords Editor **vytvoří webovou stránku**, na které jsou zobrazeny informace o reklamních kampaních (stav, rozpočet, cílení atp.) a sestavách (stav, max. cena za proklik, klíčová slova, náhledy inzerátů, atp.). Tento typ exportu má velkou výhodu v tom, že vidíte všechny důležité informace pohromadě, na rozdíl od Google AdWords editoru, kde jsou jednotlivá data rozdělena do záložek a oken.

Užitečné nástroje

Další užitečné nástroje, které vám usnadní práci s reklamními kampaněmi a sestavami, se nachází v menu pod nabídkou Nástroje. K úpravě textových reklam slouží první dva nástroje:

- Najít zdvojená klíčová slova
- Nástroj pro seskupování klíčových slov

První nástroj, jak už jeho název napovídá, slouží k **VYHLEDÁVÁNÍ DUPLICITNÍCH KLÍČOVÝCH SLOV.** Ovládání funkce Najít zdvojená klíčová slova je jednoduché. V první řadě zvolíte kritéria pro zdvojená klíčová slova:

- slovosled vyberete, zda-li má být slovosled pevně daný nebo libovolný (dobrý web = web dobrý)
- výskyt duplicitních slov zaškrtnete místo, kde má program duplicitní slova hledat. K výběru máte tři možnosti: ve stejné reklamní sestavě, ve stejné kampani nebo v celém účtu.
- typ shody zvolíte, jestli má program najít jen ta duplicitní slova, která mají stejný typ shody (volná, frázová, přesná, vylučovací) nebo všechna duplicitní slova bez toho aniž by záleželo na typu shody ("dobrý web" = [dobrý web])

Po zvolení kriterií jen stačí kliknout na tlačítko Najít duplicitní klíčová slova a program začne zdvojená klíčová slova hledat.

Druhým nástrojem je **NÁSTROJ PRO SESKUPOVÁNÍ KLÍČOVÝCH SLOV.** Ten se hodí v případě, kdy máte v sestavě příliš mnoho klíčových slov a chtěli byste tuto sestavu rozdělit na několik menších. Po spuštění nástroje se objeví následující formulář:



ieskupeni kličových slov	×
Seskupení klíčových slov - Krok 1 ze 2 Rozdělte seznam klíčových slov do nových reklamních sestav na základě běžných termínů. Dále do každé nové reklamní se	estavy zkopirujte jednu nebo vice reklam ze šabiony.
Zdroj kličových slov: Kampaň Reidamní sestava Siloutím na Vygenerovat běžné termíný vytvořte seznam běžných termínů nelezených ve vašich kličových slovech. Potom kliputím na Daší vytvořte náhled nových reikamních sestav obashujích související kličových slovech. Potom kliputím na traditivny vytvořte náhled nových reikamních sestav obashujích související kličových slovech. Potom kliputím szána. Také se můžete rozhodnout, zda chcete do každé nović reikamní sestavy abojnovnať stávajú textové reikamní silova, která odpovidají nule nebo některému z vašich termínů, nebudou do nové reikami sestavy atrikámich. Vygenerovat běžné termíny Image: A stáva se stáva se stáva se se	Ignorovat tato slova: Siova, která niše uvedete, nebudou při generování běžných terminů brána v úvahu.
	Další Zrušit

Pomocí rozbalovacích menu vyberete zdrojovou kampaň a sestavu. Volbu *Všechny reklamní sestavy* zvolte v případě, že chcete **vytvářet nové sestavy** z klíčových slov ve všech reklamních sestav v kampani. Do kolonky **IGNOROVAT TATO SLOVA** můžete napsat ta slova, která program nemá brát v potaz, například spojky (a, nebo, atd.). Po stisku tlačítka *Vygenerovat běžné termíny* Google AdWords editor vytvoří seznam slov, která se často objevují ve vašem seznamu klíčových slov. Vyberete si slova, z kterých chcete vytvořit reklamní sestavu a kliknete na tlačítko Další.

seskupení kličových slov	x
Seskupení klíčových slov - Krok 2 ze 2 Rozdělte seznam klíčových slov do nových reklamních sestav na základě běžných termínů. Dále do každé nové reklamní sestavy zkopi	ujte jednu nebo více reklam ze šabiony.
Nähled sestavi	_
1003300000 environmenter	
CONTRACTOR AND CONTRACTORS IN	1000
an arrest and a preside "	
Zkopirovat textové reklamy z šablony?	1
🕫 Ne, nevytvářet žádné textové reklamy v nových reklamních sestavách	
C Ano, skopirovat textové reklamy do každé nové reklamní sestavy Zdroj textových reklam:	_

V následující nabídce je zobrazen **NÁHLED NOVĚ VZNIKLÝCH SESTAV**, kde je jasně vidět, která klíčová slova do dané sestavy patří. Pod náhledem si můžete dále vybrat, jestli se má do nových sestav importovat reklamní inzerát z jiné sestavy nebo ne. Stisknutím tlačítka Dokončit Google AdWords editor vytvoří sestavy podle vámi zvolených kritérií.

Statistiky

Pokud jste dočetli až na konec seriálu, jistě jste si všimli, že po celou dobu práce s AdWords Editorem nevidíte žádné ukazatele kampaní – nejsou zobrazeny počty zobrazení, prokliky, míra prokliku atd. Pokud potřebujete tyto statistiky vidět, můžete si je nechat zobrazit pomocí tlačítka **VYBRAT INTERVAL STATISTIKY** v horní části obrazovky. Předdefinováné intervaly jsou Včera, posledních 7 dní a posledních 30 dní, můžete si ale vybrat i vlastní časový rozsah.

Osobně ale možnost prohlížení statistik přímo v AdWords editoru příliš nevyužívám, v tomto směru mi daleko více vyhovuje webové rozhraní spolu s automaticky generovanými přehledy.