

مقایسه دو سرویس جذاب گوگل: گوگل ادز و گوگل

ادسنس

گاهی اوقات، هرچه برای پیشرفت وبسایتتان تلاش می‌کنید، بازهم نتایج دلخواه را نمی‌گیرید و خبری از افزایش مشتری و فروش نیست. شاید بتوان دلیل آن را در عدم استفاده از خدمات تبلیغاتی گوگل دانست. بله، همان تبلیغاتی که در بعضی مواقع همه ما را کلافه می‌کنند، می‌توانند نجات دهنده کسب و کار باشند. گوگل، دو سرویس جذاب برای تبلیغات در اختیار ما گذاشته و آن دو سرویس، گوگل ادز و گوگل ادسنس هستند. ممکن است در نظر اول فکر کنید هر دو سرویس، یکی هستند، اما اینطور نیست. این دو پلتفرم اهداف خاص خود را دارند و به نوعی مکمل هم هستند. در این مقاله، به بررسی تفاوت گوگل ادز و گوگل ادسنس پرداخته‌ایم. همراه ما باشید تا با این دو سرویس بیشتر آشنا شوید.

گوگل ادز چیست؟

گوگل ادز (Google Ads) یک سرویس تبلیغاتی آنلاین است که توسط شرکت گوگل ارائه می‌شود و به کسب و کارها اجازه می‌دهد که تبلیغات خود را در نتایج جستجوی گوگل، وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌های مختلف نمایش دهند. تبلیغ‌دهندگان با کمک این پلتفرم، می‌توانند از کلمات کلیدی خاص استفاده کنند و تبلیغات خود را به کاربران مرتبط نمایش دهند. به عبارت دیگر، وقتی کاربری عبارتی را در گوگل جستجو می‌کند که مرتبط با کسب و کار شما باشد، تبلیغ شما در بالای نتایج جستجو یا در کنار آن نمایش داده می‌شود.

نحوه کار گوگل ادز به چه صورت است؟

مهم‌ترین تفاوت گوگل ادز و گوگل ادسنس این است که گوگل ادز با استفاده از یک سیستم مزایده‌ای عمل می‌کند. زمانی که شما یک کمپین تبلیغاتی راه‌اندازی می‌کنید، باید کلمات کلیدی مربوط به کسب و کار خود را انتخاب کنید. هر کلمه کلیدی یک قیمت پایه دارد که شما برای هر کلیک بر روی تبلیغ خود باید پرداخت کنید. هنگامی که کاربر عبارتی را جستجو می‌کند، گوگل به طور همزمان چندین تبلیغ را بررسی کرده و بر اساس پیشنهادات مالی و کیفیت تبلیغ، بهترین گزینه‌ها را انتخاب می‌کند.

کیفیت تبلیغ نیز نقش مهمی در موفقیت کمپین شما دارد. گوگل از معیارهایی مانند نرخ کلیک (CTR)، کیفیت صفحه فرود و ارتباط کلمات کلیدی استفاده می‌کند تا تعیین کند کدام تبلیغ باید در بالای نتایج جستجو نمایش داده شود. بنابراین، علاوه بر پیشنهاد مالی، باید بر روی بهینه‌سازی محتوای تبلیغ و ترکیب گوگل ادز و سئو سایت تمرکز کنید تا بتوانید رتبه بالاتری در نتایج جستجو کسب کنید.

مدیریت کمپین‌های گوگل ادز نیازمند نظارت مداوم است. شما باید عملکرد تبلیغات خود را بررسی کنید و بر اساس داده‌ها تغییرات لازم را اعمال کنید. ابزارهای تحلیلی موجود در گوگل ادز به شما کمک می‌کنند که ببینید کدام کلمات کلیدی بهترین عملکرد را دارند و کدام تبلیغات نیاز به تغییر دارند. با استفاده از این داده‌ها، می‌توانید کمپین‌های خود را بهینه‌سازی کرده و بازدهی بیشتری از بودجه خود کسب کنید.

اصطلاحات کاربردی در گوگل ادز

در ادامه، فهرستی از کاربردی‌ترین اصطلاحات گوگل ادز را برای شما عنوان کرده‌ایم. برای آشنایی بیشتر با گوگل ادز، توصیه می‌کنیم مقاله مربوط به آن را بخوانید. برخی از این اصطلاحات عبارت‌اند از:

Cost Per Click (CPC): هزینه‌ای که برای هر کلیک بر روی تبلیغ می‌پردازید.

Click Through Rate (CTR): نسبت تعداد کلیک‌ها به تعداد نمایش‌ها، نشان‌دهنده جذابیت تبلیغ.

Quality Score: امتیازی که گوگل به تبلیغ شما می‌دهد و بر اساس کیفیت آن، نرخ کلیک و تجربه کاربری تعیین می‌شود.

Ad Rank: رتبه‌ای که تعیین می‌کند تبلیغ شما در کجا نمایش داده شود.

Impressions: تعداد دفعاتی که تبلیغ شما نمایش داده شده است.

Conversion Rate: درصد کاربرانی که پس از مشاهده تبلیغات کلیک گوگل، اقدام مورد نظر (مانند خرید) را انجام داده‌اند.

Keyword Match Types: نوع تطابق کلمات کلیدی (عینا، عبارات و عمومی) که تعیین می‌کند چه جستجوهای باعث نمایش تبلیغ شما می‌شود.

Negative Keywords: کلماتی که نمی‌خواهید تبلیغ شما برای آن‌ها نمایش داده شود.

Landing Page: صفحه‌ای که کاربر پس از کلیک بر روی تبلیغ به آن هدایت می‌شود.

Budget: مقدار پولی که برای کمپین خود تعیین کرده‌اید.

گوگل ادسنس چیست

گوگل ادسنس یک برنامه تبلیغاتی است که به کمک ناشران وبسایت‌ها آمده تا با نمایش تبلیغات مرتبط در صفحات خود، درآمدزایی کنند. این برنامه به ناشران اجازه می‌دهد تا با قرار دادن کدهای مخصوص در وبسایت خود، تبلیغات متناسب با محتوای سایت یا علایق کاربران نمایش دهند. گوگل ادسنس به عنوان یک پل ارتباطی بین ناشران و تبلیغ‌دهندگان عمل می‌کند و با استفاده از الگوریتم‌های هوشمند خود، بهترین تبلیغات را برای نمایش انتخاب می‌کند.

از مهم‌ترین وجوه تفاوت گوگل ادز و گوگل ادسنس این است که گوگل ادسنس، برای ناشران طراحی شده است، این برنامه بیشتر بر روی جذب ترافیک و نگه‌داشتن کاربران تمرکز دارد. بنابراین، اگر شما یک وبسایت دارید و به دنبال راهی برای کسب درآمد هستید، استفاده از گوگل ادسنس را فراموش نکنید!

نحوه کار با گوگل ادسنس به چه صورت است؟

برای شروع کار با گوگل ادسنس، ابتدا باید یک حساب کاربری در این پلتفرم ایجاد کنید. پس از ثبت‌نام و تأیید هویت شما توسط گوگل، می‌توانید کدهای مخصوص ادسنس را دریافت کرده و آن‌ها را در وبسایت خود قرار دهید. این کدها مسئولیت نمایش تبلیغات مرتبط با محتوای سایت شما را بر عهده دارند.

پس از نصب کدها، گوگل شروع به تجزیه و تحلیل محتوای سایت شما کرده و بر اساس آن بهترین تبلیغات را انتخاب می‌کند. این روند معمولاً چند ساعت تا چند روز طول می‌کشد تا سیستم بتواند مناسب‌ترین تبلیغات را شناسایی کند. پس از اینکه تبلیغات شروع به نمایش کردند، شما می‌توانید درآمد حاصل از هر کلیک یا نمایش را مشاهده کنید.

مدیریت حساب کاربری در گوگل ادسنس بسیار آسان است. شما می‌توانید گزارش‌های دقیق درباره عملکرد تبلیغات خود دریافت کنید، شامل تعداد کلیک‌ها، درآمد حاصل شده و نرخ تبدیل. این اطلاعات به شما کمک می‌کند تا تصمیمات بهتری بگیرید و استراتژی‌های خود را برای افزایش درآمد تنظیم کنید. البته باید توجه داشته باشید که رعایت قوانین و سیاست‌های گوگل ادسنس بسیار مهم است؛ زیرا عدم رعایت این قوانین ممکن است منجر به مسدود شدن حساب کاربری شما شود.

تفاوت گوگل ادز و گوگل ادسنس در یک نگاه

ویژگی	گوگل ادز	گوگل ادسنس
هدف	جذب مشتریان جدید	درآمدزایی برای ناشران
نوع پرداخت	پرداخت به ازای کلیک	پرداخت به ازای کلیک یا نمایش
نحوه کنترل خدمات	کنترل بر روی محتوای تبلیغ	کنترل بر روی محتوای سایت
نوع مخاطب	کاربران جستجو کننده	بازدیدکنندگان وبسایت
زمان شروع	سریع (پس از ایجاد کمپین)	سریع (پس از تأیید حساب)
نیاز به دانش فنی	نیاز به دانش بازاریابی دیجیتال	نیاز به دانش پایه وبسایت
ابزار تحلیلی	ابزارهای پیشرفته تحلیلی	گزارش‌های عملکرد ساده

نحوه پرداخت در گوگل ادز و گوگل ادسنس

گوگل ادز با سیستم پرداخت به ازای کلیک کار می‌کند، به این معنی که شما تنها زمانی هزینه‌ای پرداخت می‌کنید که کاربر بر روی تبلیغ شما کلیک کند. این ویژگی باعث می‌شود تا بتوانید بودجه خود را به شکل موثری مدیریت کنید. علاوه بر این، شما می‌توانید میزان بودجه روزانه خود را در همان ابتدای کمپین تعیین کنید تا بتوانید تبلیغات خود را به مدت بیشتری به نمایش بگذارید.

در مقابل در گوگل ادسنس، ناشران می‌توانند درآمد خود را از طریق هر کلیک بر روی تبلیغات یا هر بار نمایش آن‌ها افزایش دهند. یکی از ویژگی‌های جذاب این برنامه این است که ناشران می‌توانند انواع مختلفی از تبلیغات از جمله بنرها، متن‌ها و ویدیوها را در سایت خود بارگزاری کنند.

به عبارتی دیگر، افزایش فروش با گوگل ادز، از طریق پرداخت هزینه‌ای برای نمایش تبلیغات محصولاتتان به کاربران صورت می‌گیرد؛ اما در گوگل ادسنس می‌توانید یک فضای تبلیغاتی مفید ایجاد کنید و از فروش آن فضا به کسب و کارها آورده مالی داشته باشید. این درآمد تنها بر اساس نرخ کلیک بر تبلیغات نیست، بلکه بابت تعداد دفعاتی که تبلیغ نمایش داده شده نیز می‌توان کسب درآمد کرد.

کلام پایانی

دیدیم که گوگل ادز و گوگل ادسنس، علیرغم شباهت‌های ظاهری تفاوت‌هایی بنیادین با یکدیگر دارند. اگر شما یک کسب و کار هستید که می‌خواهید مشتریان جدید کسب کنید، گوگل ادز گزینه مناسبی برای شماست. اما اگر ناشر وبسایت هستید و قصد دارید از محتوای خود درآمد کسب کنید، استفاده از گوگل

ادسنس انتخابی هوشمندانه خواهد بود. شناخت دقیق این دو پلتفرم و توانایی استفاده مؤثر از آن‌ها می‌تواند تأثیر زیادی بر موفقیت کسب و کار یا وبسایت شما داشته باشد.

منابع

++

<https://afrak.com/blog/googleadsense-and-googleads/>

<https://pouyashams.com/%D8%AA%D9%A1%D8%A7%D9%A8%D8%AA-%D9%A7%D8%A7%DB%AC-%D8%A8%DB%AC%D9%A6-%DA%AF%D9%A8%DA%AF%D9%A4-%D8%A7%D8%AF%D8%B2-%D9%A8-%DA%AF%D9%A8%DA%AF%D9%A4-%D8%A7%D8%AF%D8%B3%D9%A6%D8%B3/>