

<<用谷歌关键词广告赚大钱>>

图书基本信息

书名：<<用谷歌关键词广告赚大钱>>

13位ISBN编号：9787538158243

10位ISBN编号：7538158243

出版时间：2010年1月

出版时间：辽宁科学技术出版社

作者：（美）乔.科姆 著

页数：244

字数：90000

译者：毛心宇 译,曹耀群 编译

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<用谷歌关键词广告赚大钱>>

前言

体验网络赚钱 现在谷歌AdSense已经成为网站，尤其是中小型网站赚钱的常见模式之一，如果你偶然看到本书并且有兴趣认真阅读，不久之后你很可能为自己的发现而庆幸。

我用自己的亲身经历告诉大家，通过谷歌关键词广告实现网络赚钱不仅是真实的，而且是很多人都已经做到的，只要掌握一定的基础知识并认真地去运营自己的网站或者博客，持续为用户提供有价值的内容并逐步优化自己的广告，像本书原作者一样每天赚几百美元并非遥远的梦想。

1996年美国最大的网上购物网站亚马逊创造了电子商务网站的网络联盟模式并取得了显著效果，此后网络联盟在许多领域获得成功的应用。

因此当全球最大的搜索引擎Google于2003年3月宣布推出以内容定位的关键词广告计划（AdSense）时立即获得了很大的关注——AdSense也是网络联盟的一种形式。

2004年10月中旬，谷歌AdSense对中文网站开通不久，我的个人网站网上营销新观察（www.marketingman.net）很快就申请并获准成为谷歌广告发布商。

我应该是较早一批使用谷歌关键词广告的中文网站站长之一，也可能是国内最早获得谷歌AdSense支票的中文站长之一，至今还清晰地记得那张签发于2004年11月22日的美元支票。

我的个人网站创建于1999年，最初几年一般是每个周末更新一两篇文章，只是出于对网络营销研究的兴趣，对通过网站赚钱一直没有过多的考虑，因此网站也一直没有稳定的收入来源，直到使用谷歌关键词广告，才真正体会到将网站访问量转化为收益的快乐，对网站运营和网络广告联盟也有了进一步的认识。

我曾在自己的博客上介绍过通过广告优化和网站运营大大提高广告点击率和收入的经历：在1年多的时间内，经过三次优化，广告点击率从0.5%达到3.0%，AdSense点击广告的佣金收入也从最初每个月的30多美元提高到最多2000多美元。

虽然与本书原作者的收入相比这点收入并不高，不过相对于投入的工作量而言，投资收益率还是相当不错的，毕竟通过网站赚钱只是业余时间维护个人网站顺带的收获。

如果您对这种赚钱方式有兴趣，我想简单谈一下自己对AdSense的理解，或许对您有所帮助。与其他网络联盟的本质一样，谷歌AdSense实际上也是一种网络广告模式，网站申请加入AdSense成为谷歌的广告发布商，谷歌就可以通过关键词广告管理系统把广告主投放的关键词广告按照一定的规则显示在发布商网站上，这样，当有访问者点击广告时，发布商将可以获得一定比例的广告收入。即作为发布商所获得的广告佣金来源于广告主的广告投放，只不过无论是广告投放的过程还是支付给你佣金都是由谷歌来完成的。

这样我们就应该明白让广告主更愿意在自己的网站上投放广告以及让高质量关键词广告更青睐自己网站的重要性了吧？

注重网站的内容质量！

这是获得访问者关注并且获得高质量关键词广告的基础。

这是我的经验和体会。

当然实现网络赚钱需要一个不断努力的过程，没有付出就没有收获，任何投机取巧的行为都可能被识破并失去通过AdSense赚钱的资格。

我之所以很乐意向各位读者推荐《用谷歌关键词广告赚大钱》这本书，原因就在于很多网站站长所关心的和经常遇到的问题，书中都做了介绍，并且非常系统，这是目前互联网上一些网站的分散内容所不具备的。

最后，我给大家的一点建议是：**立即行动，体验网络赚钱！**
希望您通过自己的亲身体会来证明确实可以做到“用谷歌关键词广告赚大钱”！

冯英健 电子商务博士 新竞争力网络营销管理顾问创始人

<<用谷歌关键词广告赚大钱>>

内容概要

本书是世界上最畅销的谷歌关键词广告工具书经过修订和扩充的全新的第四版。

本书为你提供了大量关于谷歌关键词广告的信息，无论你的技术水平如何，你都能从本书中获得大量有价值的技术和方法。

作品背景 从2004年开始，乔·科姆在自己的多个网站上使用谷歌的AdSense广告程序。

在经历了最初的失败后，他开始测试不同的方法，并分析得出了多种广告单元投放、关键词选择和广告样式等方面的策略，这些策略帮助他提高了广告收入。

2005年，他出版了一本名为《谷歌没有告诉你的AdSense赚钱诀窍》的电子书。

次年，Morgan Jame出版社出版了他所著的《AdSense密码》一书。

该书成为了亚马逊网上书店畅销榜的第三名、《纽约时报》商业图书畅销榜的第六名和《商业周刊》商业图书畅销榜的第八名。

<<用谷歌关键词广告赚大钱>>

作者简介

乔.科姆是一位美国企业家、作家、演说家和网络营销专家。

2006年，他出版了《AdSense密码：谷歌没有告诉你的AdSense赚钱诀窍》一书，该书成为《纽约时报》和《商业周刊》最畅销图书之一。

他还著有《点击：世界上最成功的互联网创业故事》和《Twitter力量：如果通过Twitter来

<<用谷歌关键词广告赚大钱>>

书籍目录

推荐序作者序本书导读第1章 谷歌关键词广告·基础篇 1.1 建立网站 1.1.1 选择网站的域名 1.1.2 选择一家主机服务商 1.1.3 创建内容 1.1.4 利用www-blogger.com等建立网站 1.1.5 利用谷歌网页生成器建立网站 1.1.6 搜索引擎优化 1.1.7 网站链接 1.2 谷歌关键词广告 1.2.1 什么是关键词广告 1.2.2 申请关键词广告简单之至 1.2.3 不可不知的谷歌政策 1.2.4 提高广告收入很容易 1.3 至关重要的广告显示格式 1.3.1 必须对广告显示格式重视起来 1.3.2 让广告看起来不像广告 1.3.3 关键词广告显示格式多种多样 1.3.4 文字链接广告——谷歌的法宝 1.3.5 图片广告 1.3.6 视频广告 1.3.7 链接广告 1.3.8 扩展文字链接广告——失去控制还是增加收入 1.3.9 节日主题广告 1.4 使用小技巧以获得更多点击 1.4.1 让网站中的关键词广告更突出 1.4.2 去掉广告边框 1.4.3 文字也是设计元素之一 1.4.4 蓝色是最好的I 1.4.5 如何处理广告链接 1.4.6 故意突显广告 1.5 如何让广告更加引人注目 1.5.1 什么是最佳的广告位置 1.5.2 良好的页面布局 1.5.3 做好第一屏 1.5.4 使用表格 1.5.5 为你的广告“添魅力” 1.6 掌控好你的广告 1.6.1 获得网站内容相关性的广告 1.6.2 保证页面标题、导航和关键词的相关性 1.6.3 寻找关键词 1.6.4 关键词密度 1.6.5 关键词位置 1.6.6 关键词框架 1.6.7 区域定位 1.6.8 不要作弊 1.6.9 修改Meta标签 1.6.10 邀请“爬虫” 1.6.11 谷歌广告预览 1.6.12 公益广告 1.6.13 过滤广告 1.6.14 广告位置对按展示付费广告的影响 1.7 谷歌关键词广告快速入门第2章 谷歌关键词广告·进阶篇 2.1 通过谷歌搜索广告留住随机访问者I 2.1.1 通过搜索赚钱 2.1.2 如何把谷歌搜索广告添加到你的页面上 2.1.3 在你的网站中显示搜索结果 2.1.4 根据站点内容定制搜索结果 2.1.5 是否要放置搜索广告 2.1.6 主页搜索 2.1.7 自定义你的搜索 2.1.8 谷歌的自定义搜索引擎 2.2 使用多个广告单元 2.2.1 多少广告算多 2.2.2 如何放置3个广告单元 2.2.3 把搜索广告放在哪里 2.2.4 谷歌推崇的链接单元 2.2.5 合理放置所有广告 2.2.6 如何在文章中放置广告 2.2.7 如何在博客中放置广告 2.2.8 如何在电子商务网站中放置广告 2.2.9 广告的合理排列 2.3 为网站创建内容 2.3.1 撰写内容 2.3.2 写博客能够带来关键词广告 2.3.3 在博客里添加关键词广告 2.3.4 旧文章,新商机 2.3.5 获取志愿作者 2.3.6 用他人的免费内容建立成千上万的页面 2.3.7 RSS种子中的关键词广告 2.3.8 使用推送邮件获取流量 2.3.9 购买内容雇用作者 2.3.10 采集内容的利与弊第3章 谷歌关键词广告·监测效果篇 3.1 监测效果:挖掘隐藏的金矿 3.1.1 通过广告渠道监测广告效果 3.1.2 建立地址渠道 3.1.3 建立自定义渠道 3.1.4 建立自定义渠道的4个标准 3.1.5 建立混合广告渠道 3.1.6 设置广告渠道名称的秘密 3.1.7 分析你的服务器日志 3.1.8 一种帮助你快速决定的广告效果监测方法 3.1.9 几种常用的监测工具 3.2 智能定价 3.2.1 谷歌官方对智能定价的解释 3.2.2 非谷歌官方对智能定价的说明 3.2.3 从智能定价中获益的策略 3.3 谷歌关键词广告在网络社区中的应用 3.3.1 通过网络社区来提高你的关键词广告收入 3.3.2 谷歌的网络社区热点图 3.4 如何了解你的网站访问者I 3.4.1 关注数据、日志和报告 3.4.2 抓住最重要的数据 3.4.3 决定网站点击率的几个因素 3.4.4 利用关键词广告套利3.5 申请谷歌关键词广告之前的七大注意事项 3.5.1 不要为了吸引“爬虫”而建立一个没有独特内容、不能吸引真正访问者的网站 3.5.2 不要纯粹为了通过关键词广告获得收入而建立网站 3.5.3 提供一个紧密围绕主题的网站内容将帮助广告主衡量你的网站价值 3.5.4 高质量的内容永远是建立高价值关键词广告网站的基础 3.5.5 在谷歌搜索引擎结果中排名越靠前的网站单次点击的价格要高于排名靠后的网站 3.5.6 增加“准备购买”的访问者 3.5.7 不要“偷工减料”第4章 谷歌关键词广告·高级工具和相关技术篇 4.1 使你的关键词广告之旅更加轻松的关键词广告工具 4.1.1 关键词广告测试器 4.1.2 关键词广告预览工具 4.1.3 Overture BidTool 4.1.4 Overture关键词建议工具 4.1.5 终极SEO工具 4.1.6 谷歌Adwords流量估计和竞价工具 4.1.7 关键词排名工具 4.1.8 关键词搜索工具 4.1.9 面向谷歌的设计指导工具 4.2 一种有效的监测方法 4.2.1 给关键词广告写日记 4.2.2 关键词广告日记举例分析 4.3 增加网站流量的八个途径 4.3.1 购买广告 4.3.2 互换网站链接 4.3.3 “发给朋友”——利用口碑传播 4.3.4 发布RSS种子 4.3.5 线下推广 4.3.6 推广你的博客 4.3.7 公关宣传 4.3.8 向专家学习 4.4 详解搜索引擎优化 4.4.1 设置Robot.txt文件 4.4.2 改善页面标题和页面地址 4.4.3 增加网站链接 4.4.4 创建访问通路 4.4.5 提交网站 4.4.6 使用搜索引擎优化工具 4.4.7 正确认识“隐形网站” 4.4.8 介绍一个有关搜索引擎优化的好网站第5章 谷歌关键词广告·快速技巧篇 5.1 使用关键词广告时的注意事项 5.1.1 谷歌关键词广告用户最易犯的13个大错误 5.1.2 关键词广告账户被封禁时的应对之道 5.2 谷歌

<<用谷歌关键词广告赚大钱>>

关键词广告使用中的七个常见问题II 5.2.1 收入太低 5.2.2 访问流量太低 5.2.3 广告点击率太低
5.2.4 广告单次点击价格太低 5.2.5 广告相关性太低 5.2.6 公益广告太多 5.2.7 一个广告单元中的广告数量太少 5.3 最新的广告关键词技巧 5.3.1 登陆有关谷歌关键词广告的网站 5.3.2 在AdSense Chat上交流关键词广告的相关问题 5.4 典型案例分析 5.4.1 JourneyAustralia.com, 来自地球另一面的广告 5.4.2 来自FreeAfterRebate.com的整合方法 5.4.3 Gifts-911.com, 从混合广告中获利 5.4.4 火狐浏览器插件评论, 更快地获得点击 5.4.5 OffshoreBankingCentral.com, 给你带来美味佳肴 5.4.6 SudokuLinks.com上聪明的广告链接 5.4.7 Go4th.org, 遇见关键词广告的光明 5.4.8 巧妙放置广告的DogToysMart.com 5.4.9 让文章适应广告的GetACellPhone.com 5.4.10 味道香浓的TeaHerbal Tea 5.4.11 让广告单元“消失”的Whispy结语相关词汇表

<<用谷歌关键词广告赚大钱>>

章节摘录

3.1.4 建立自定义渠道的4个标准 因为你可以任意创建你想要的自定义渠道，所以选择一个合适的渠道并不容易。

我建议你基于以下几个标准来建立渠道： 位置 顶部的广告效果更好还是侧边栏的广告效果更好？

你放在文章中间的广告得到的点击更多还是页面下端的广告得到的点击更多？

尝试为每个不同位置的广告建立不同的广告渠道，这样你就可以分析哪个位置的广告效果更好一些。

广告单元 不同的广告单元其效果也是不同的。

你可能在你的网站中使用四种或五种不同的广告单元。

为每种广告单元建立一个广告渠道可以帮助你分析哪种广告单元更加吸引人。

当然，位置和广告单元是相关的，但是如果没有数据，你就无从分析。

颜色 我一直在说广告的颜色应该和你网站的颜色相一致，但是你所有的网站不一定是同一个颜色。

你可能会发现有些颜色能够得到更多的点击数——这个事实可以对你的收入产生巨大的影响。

为每种颜色创建一个自定义广告渠道，你会发现如何设计网站能让你的收入更多。

链接单元 为你的链接单元单独创建一个广告渠道是值得的。

这种广告形式是非常特殊的，你需要知道这种形式的广告和其他的广告在效果上有什么不同。

虽然谷歌可以监测特定域名下的广告效果，但是不要奢望通过地址渠道或者自定义渠道可以监测到你的访问者信息，例如他们从哪里来，他们使用的是什么浏览器等。

这些细节信息你需要通过分析你的服务器日志来获得。

3.1.5 建立混合广告渠道 过去，网站站长所面临的一个重要的问题是应该监测广告单元的什么属性。

是广告单元的颜色、位置还是大小呢？

现在这个问题变得容易很多了。

你可以在一个广告单元上附加最多五个广告渠道的代码，这样就可以监测同一个广告单元的不同信息。

当查看你的广告渠道信息时，你可以看到你所有的页首横幅广告的效果，这些页首横幅是以主题和颜色来分类的。

这可以在很大程度上帮助你了解网站的状况。

3.1.6 设置广告渠道名称的秘密 广告渠道是非常有用的工具。

如果你没有使用广告渠道来监测你网站上的广告效果——并根据效果进行相应的调整，你就无法让你的网站创造最大的价值。

但是在使用广告渠道的时候还需要注意一个小问题：你的源代码中显示的渠道名称。

这不会给你带来什么麻烦，但你的确需要了解，原因有两个。

首先，你希望对广告渠道的信息进行保密并使其看起来更加专业。

如果你的网站对公众开放——这是用网站赚钱的先决条件之一——你肯定不会希望别人知道你不让他们知道的一些信息，包括你的自定义渠道设置。

而第二个原因是，当你建立了自定义渠道，你会看到一个带有确认框的提示：“对广告主公开此广告渠道的信息。

”如果你勾选了这个确认框——你也应该勾选——广告主就可以针对该渠道定向投放广告了。

(他们依然会按照竞价的方式来获取投放的机会，但是如果一个广告主愿意按照渠道来投放广告，也就意味着他们愿意付更高的价钱。

) 所以如果你建立了一个包括所有页面顶部的广告单元的渠道，然后一个广告主选择通过该渠道来定向投放广告，这样就能够保证他的广告全部显示在页面的顶部了。

这就需要你将广告渠道的名字设置得清晰一些，因为不仅你能看到这个广告渠道的名字，所有人

<<用谷歌关键词广告赚大钱>>

都可以看到。

如果一个广告渠道监测的是所有嵌入丰田汽车文章的广告单元，你给这个广告渠道命名为“Toy_art”，这样广告主就很可能误解这个广告渠道的意思——如果他有意投放的话。

如果你给这个广告渠道命名为“Toyota_articles”就会清晰得多，广告主也能清楚地知道他的广告将显示在什么位置。

但是正确的命名还不能保证广告主会通过竞价来按照渠道定向投放广告。

你还应该为每个渠道添加一个说明，让广告主更加清楚地了解这个渠道所监测的广告单元的性质，这样他们就更有可能会按照该渠道来定向投放广告。

你可以给某个广告渠道添加这样的说明：“这些广告显示在我们网站的最好位置：在文章内部，且较为靠上。”

这将有助于让广告主对你定向投放广告。

当然，你也需要广告主选择广告渠道所监测的广告单元。

广告主不会对页面底端的页首横幅广告有多大的兴趣。

让他们有机会对你的页面的最佳位置投放广告-并提高你的总体点击价格。

你需要将你最好的广告位置放在一个广告渠道中。

最后，你还应该在针对不同主题建立的广告渠道上添加邀请。

这将让广告主明白他们的广告将只显示在内容相关的页面上。

3.1.7 分析你的服务器日志 现在网上可以买到很多关键词广告监测程序。

这些软件都运行在你的服务器上并记录访问者的信息。

扩展监测程序可以告诉你许多广告渠道监测不到的信息，例如：你的访问者来自哪里；

点击广告的访问者来自哪里；访问者通过搜索什么关键词来到你的网站。

你的监测程序需要读取并分析你的服务器日志。

它会告诉你有多少人访问过你的页面，他们停留了多长时间，访问者最多的页面是哪个，访问者来自哪些国家和地区，有多少人将你的网站加入了收藏夹等。

你能找到你需要的所有信息。

只有一件事是这些扩展监测程序无法告诉你的，就是你的某一条广告(或者某一组广告)具体赚了多少钱。

只有谷歌的广告渠道才能告诉你这个问题。

扩展监测程序还能告诉你你的广告点击率，但是你的关键词广告收入还取决于每次点击的价格、内容的相关性、你在搜索引擎中的排名结果等诸多因素。

我建议使用这些扩展监测程序作为谷歌广告渠道的有效补充。

为什么？

因为如果你只用广告渠道，这些数据会让你很迷惑。

看看这个例子：吉姆有一个关于汽车的网站，在这里他写了很多关于汽车的文章并与几千名读者讨论和分享。

他想看看哪种广告的效果更好一些。

他把所有带蓝色边框的广告都放在一个广告渠道里，称之为“蓝边”。

他发现蓝边广告的点击率是5%，而其他的广告却只有2%。

<<用谷歌关键词广告赚大钱>>

媒体关注与评论

谷歌AdSense（即谷歌关键词广告，也叫谷歌广告联盟）是目前国内站长最主要的收入来源，同样的网站不同的做法收入差别很大，本书收集了国外一些优秀的AdSense创收经验，希望能给读者带来新的思路和做法上的突破。

——站长网（admin5.com）创始人 图王 国内个人站长数量庞大，但是大部分站长却不能通过网站有效盈利。

谷歌AdSense是最简单稳定的网站盈利方式，不过只有很少人能把谷歌AdSense的赚钱潜能充分发挥出来。

这本书的翻译出版可谓正是时候，所有想赚钱的站长不可不读。

——新加坡中新网络科技CEO 点石互动联合创始人 咎辉（Zac） 搜索引擎关键词广告模式虽然不是由谷歌首创，但是谷歌AdSense把它发挥到了极致，同时，尽管谷歌也发现过点击欺诈现象，但更重要的是，它创造并强化出了一个互联网产业生态链，并以这个实例强有力地说明：开放合作的确能做到共赢。

——TechWeb网站 大度咨询执行董事 祝志军 这是一本经典的网络广告著作，适合谷歌AdSense初级和高级发布者，同时它也给站长提供了其他网络广告的经营思路。

——广告街（adjie.com）站长 小龙

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>