

## หลักสูตร Digital Marketing Online สำหรับพัฒนาทักษะด้านการตลาดออนไลน์ในยุค 5G

### เรื่อง การสร้างบัญชีโฆษณาด้วย Google Ads / Google AdWords



#### ทำความรู้จัก Google Ads / Google AdWords

หากลองเสิร์ชคำหรือวลีบางอย่างใน Google เรามักพบว่าผลลัพธ์แรกๆ ที่ขึ้นมาจะมีเครื่องหมาย Ad กำกับอยู่ บางคนอาจเจอแบนเนอร์โฆษณาของสินค้าหรือบริการที่เราเคยเข้าไปในเว็บไซต์เหล่านั้นตามไปปรากฏทุกที่ที่เราเล่นอินเทอร์เน็ตและเข้าเว็บไซต์อื่นๆ หรือแม้แต่วิดีโอโฆษณาที่แสดงขึ้นมาทุกครั้งใน YouTube ทั้งหมดนี้ต่างเป็นโฆษณาที่มาจาก Google Ads จะเห็นได้ว่าเครื่องมือการตลาดออนไลน์ชิ้นนี้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ได้ทุกที่ ทุกเวลา

Google Ads เป็นเครื่องมือการตลาดออนไลน์อย่างหนึ่ง ซึ่งช่วยลงโฆษณาสินค้าและบริการให้แสดงผลใน Search Engine เว็บไซต์ และเครือข่ายต่าง ๆ ที่เป็นของ Google ทำให้มีแนวโน้มได้รับการเสิร์ชและถูกคลิกเข้าดูเว็บไซต์ของผู้ลงโฆษณามากกว่าการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ โดยพื้นที่โฆษณาใน Google นั้น เรียกว่า Ad Rank ซึ่งข้อความโฆษณาจะแสดงอยู่ข้างๆ ผลการค้นหา Google Ads เป็นเครื่องมือที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในระดับโลก เพราะนอกจากลงโฆษณาได้ในราคาถูกแล้วยังให้ผลลัพธ์ที่ดีเยี่ยมอีกด้วย



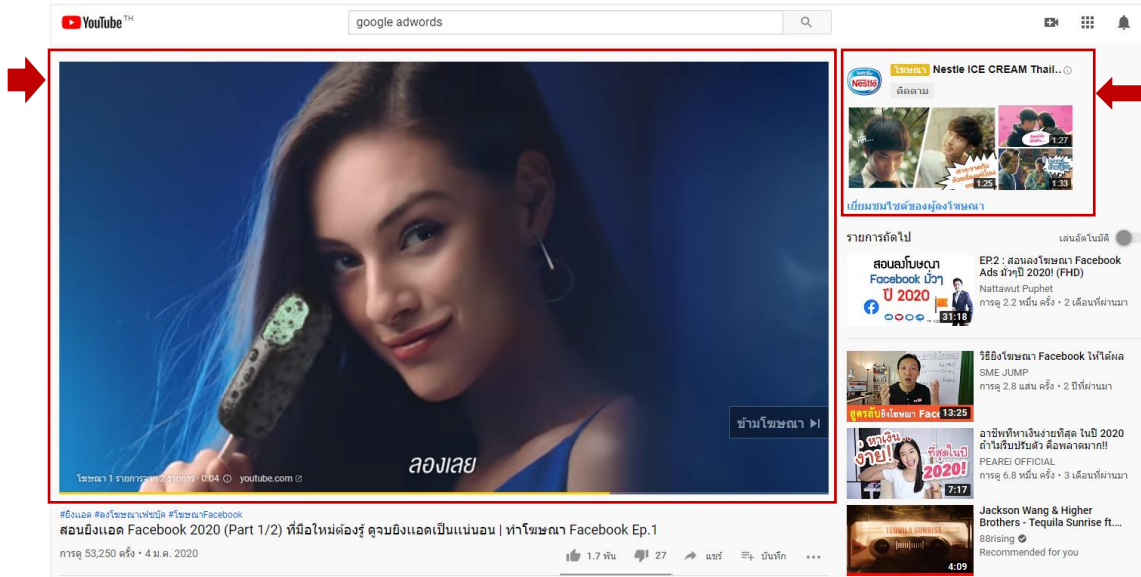
#### ประเภทของ Google Ads

ประเภทแคมเปญ Google Ads ประกอบไปด้วย 5 ประเภทหลักๆ โดยเครื่องมือที่นิยมที่สุดของ Google Ads คือ เครื่องมือประเภทการค้นหา ซึ่ง Google เป็น Search Engine อันดับ 1 ของโลก ซึ่งเป็นช่องทางที่แทบทุกคนในไทยใช้งาน ทั้งเวลาต้องการหาสินค้า หรือไม่ว่าจะมีปัญหาหรือต้องการคำตอบเรื่องอะไร ก็ต้องมาที่ Google Search Engine ทำให้ไม่ว่าธุรกิจไหน ๆ ก็ต้องใช้โฆษณา Google Ads เกือบทั้งสิ้น ซึ่งโฆษณาแต่ละประเภทก็มีลักษณะการใช้งาน, จุดประสงค์ของการโฆษณาและการแสดงผลที่แตกต่างกัน ทั้งแสดงผลในหน้า Search Engine ของ Google, แสดงผลในเว็บไซต์พาร์ทเนอร์และเว็บไซต์ YouTube



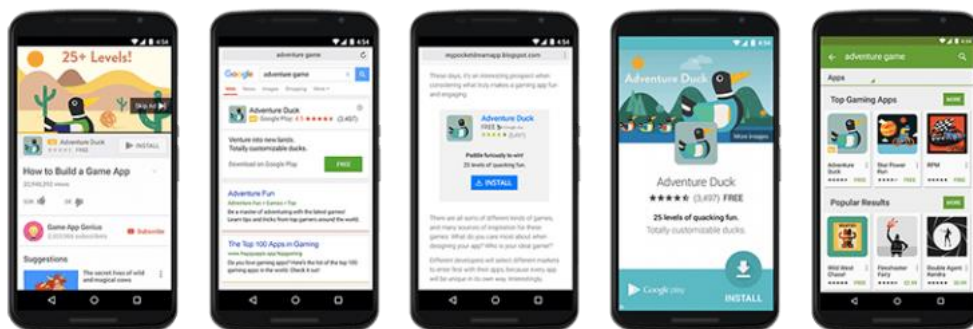
### 3. ประเภทวิดีโอ (Video Ads)

Video Ads คือ โฆษณาในรูปแบบวิดีโอที่มีการแสดงผลในเว็บไซต์ youtube.com และเว็บไซต์เครือข่ายพาร์ทเนอร์ต่างๆ โดย Video Ads ก็จะแบ่งเป็นโฆษณาย่อย ๆ อีกหลายรูปแบบ ทั้งรูปแบบกดข้ามโฆษณาได้ และกดข้ามโฆษณาไม่ได้



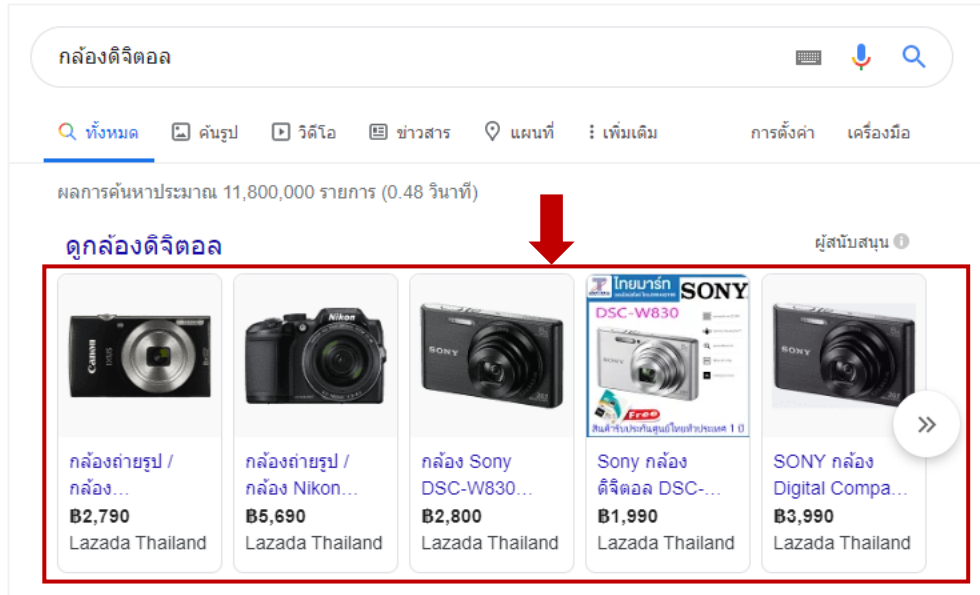
### 4. ประเภทแอปพลิเคชัน (App Ads)

ถือเป็น Google AdWs ประเภทใหม่ที่น่าจับตามองมากๆ เป็นการโฆษณาเพื่อให้คนมาติดตั้งแอปพลิเคชัน หรือโฆษณาหาคนเพื่อสร้างยอดขายในแอป ถือเป็นกาเปิดโอกาสให้ผู้ผลิต Application บนโทรศัพท์มือถือทั้งระบบปฏิบัติการ IOS และ Android มีช่องทางในการขยายตลาดมากขึ้น โดยสามารถแสดงผลได้ทั้งแบบรูปภาพธรรมดา และวิดีโอสำหรับทำ App Ads เมื่อเราลงโฆษณาไปแล้วก็จะปรากฏตาม Google Search, YouTube, Gmail และ Website ที่เป็น Partner กับ Google ด้วย



## 5. Shopping Ads

Shopping Ads คือ โฆษณาที่แสดงผลในหน้าการค้นหา Search engine เช่นกัน โดยจะมีลักษณะแสดงเป็นรายการสินค้าพร้อมรายละเอียด ราคา เว็บไซต์ คำอธิบาย โดยจะแบ่งเป็น Showcase Shopping ads และ Product Shopping ads ซึ่งในไทยของเราตอนนี้จะมีแค่ Product Shopping ads



### ข้อดีของการสร้างพื้นที่โฆษณาด้วย Google Ads

- ระบุกลุ่มลูกค้าชัดเจน สามารถเลือกยิงโฆษณา Ads ให้แสดงผลกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมทั่วโลก โดยระบุพื้นที่ อายุ เพศ ความสนใจ และเป็นตัวเชื่อมธุรกิจของเราไปสู่ผู้บริโภค ได้ทั้งในและนอกประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- เลือกกลุ่มเป้าหมายตาม Keywords
- เลือกกลุ่มเป้าหมายตามทำเล Location
- เลือกกลุ่มเป้าหมายตามช่วง วัน/เวลา

- รองรับการแสดงผลโฆษณารูปแบบต่าง ๆ ในอุปกรณ์การสื่อสารทุกรุ่น ทุกประเภท ทั้งคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก และ โทรศัพท์มือถือ ครอบคลุมทั้งเว็บไซต์และแอปพลิเคชันทั่วโลก

- ควบคุมงบประมาณได้ ค่าโฆษณาสามารถเลือกจ่ายได้ ทำให้คุ้มกับเงินที่จ่ายออกไป ระบบของ Google Ads จะเก็บค่าบริการก็ต่อเมื่อมีคนคลิกโฆษณาของท่านั้น

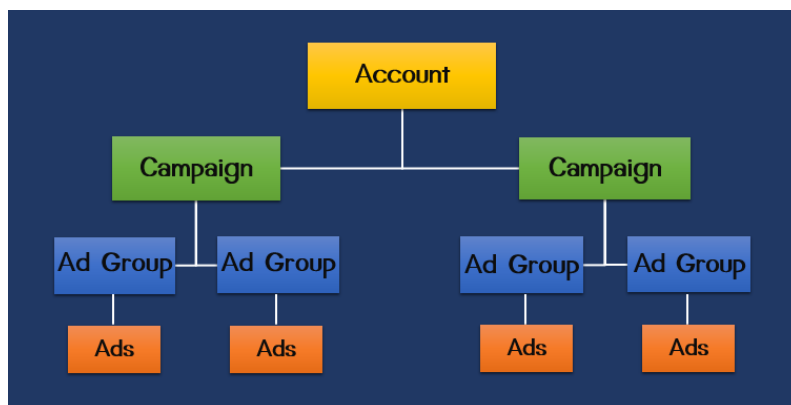
การลงโฆษณากับ Google สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายเป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน หรือรายปีได้ บางวันใช้ไม่หมด เก็บไว้ใช้วันถัดไปได้อีกด้วย และไม่มีข้อกำหนดการใช้จ่ายขั้นต่ำ ใช้เท่าไรจ่ายเท่านั้น

- สามารถวัดผลและปรับปรุง คุณสามารถติดตั้งระบบ Tracking สำหรับควบคุมและวัดผลแคมเปญได้เสมอ ทำให้ไม่พลาดการจัดการและปรับเปลี่ยนแผนการตลาดที่สำคัญ สามารถนำมาวิเคราะห์การตลาดควบคุมค่าใช้จ่ายในธุรกิจได้

- ในวันหนึ่งมีคนเห็น โฆษณาของท่านกี่คน
- มีคนคลิกเข้ามายังหน้าเว็บไซต์ของท่านกี่คน
- ในวันหนึ่งโฆษณาของท่าน ถูกคลิกในช่วงเวลาใดมากที่สุด

### โครงสร้างโฆษณาบน Google Ads

เพื่อให้สามารถสร้างโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้ตรวจสอบผลลัพธ์ได้อย่างง่าย เราควรมาทำความรู้จักโครงสร้างโฆษณาบน Google Ads เสียก่อน ซึ่งจะประกอบไปด้วย 4 ระดับชั้น ดังนี้



1. Account หรือบัญชี Google ซึ่งเราจำเป็นจะต้องไปลงทะเบียน กับทาง Google ก่อน โดยการสมัครใช้ Gmail ทั้งนี้ เพื่อสามารถรับส่งข้อความระหว่างเรากับ Google ได้สะดวก

2. Campaign เป็นตัวคอยควบคุมประเภทของการโฆษณา ว่าเราจะทำการโฆษณาอะไร ตัวอย่างเช่น บริษัทของเรา มีสินค้าหลายประเภทเช่น Computer / Printer เป็นต้น เราสามารถสร้าง Campaign ของ Computer แยกจาก Campaign ของ Printer ได้ด้วย

Campaign ของ Google Ads คอยควบคุมค่าใช้จ่าย สามารถกำหนดได้ว่าจะให้กำหนดค่าใช้จ่ายเป็นต่อวันหรือสัปดาห์ รวมไปถึง Campaign ของ Google Ads คอยควบคุมวันเวลาที่แสดงโฆษณาตั้งวันที่กำหนดเริ่มและสิ้นสุดได้ รวมไปถึงระยะเวลาด้วย

3. Ad Group ใช้สำหรับการแยกย่อยของ Campaign ออกมา สร้างก็รู๊ปก็ได้ จากตัวอย่างข้างต้นในส่วนของ Computer อาจแยก Ad Group เป็น Desktop Computer / Notebook Computer เป็นต้น

4. Ads + Keywords คือ รายละเอียดที่จะแสดงบนป้ายโฆษณา อาจเป็นรูปแบบของตัวอักษร รูปภาพ หรือวิดีโอ



## การสมัครบัญชี Google Ads

อย่างแรกคือต้องมี Gmail ก่อน จึงจะสมัครใช้งาน Google Ads ได้ ให้ทำการล็อกอิน Gmail

**วิธีที่ 1** พิมพ์ค้นหาคำว่า Google Ads เลือกคลิกที่เว็บไซต์ <https://ads.google.com/>

google.com/search?rlz=1C1NHXL\_enTH806TH806&xsrf=ALeKk01AukUYaDldx8nDrupeVkuorgRS3Q%3A158

Google

google adwords

ทั้งหมด ค้นรูป วิดีโอ ข่าวสาร แผนที่ เพิ่มเติม การตั้งค่า เครื่องมือ

ผลการค้นหาประมาณ 58,500,000 รายการ (0.35 วินาที)

โฆษณา · ads.google.com/เป็นทางการ ▾

**2** → [Google Ads | ประเทศไทย](#)

ลูกค้าใหม่กำลังเสิร์จหาสินค้าและบริการแบบคุณอยู่ แสดงโฆษณาของคุณให้เค้าเห็นด้วย Google Ads สำหรับงบประมาณได้เอง เพิ่มยอดขายด้วย Google จ่ายจริงตามผลลัพธ์ที่ได้

**Google Ads ทำงานอย่างไร**  
อยู่บนโลกออนไลน์  
ทั้งในประเทศและทั่วโลก

**เรียนรู้การโฆษณาวิดีโอ**  
แชร์เรื่องราวธุรกิจของคุณและ  
เพิ่มการรับรู้เข้าถึงแบรนด์

**ค่าใช้จ่ายเท่าไร?**  
ตั้งงบประมาณการโฆษณาของคุณเอง  
จ่ายต่อเมื่อโฆษณาของคุณถูกคลิก

**โปรโมตแอปของคุณวันนี้**  
เข้าถึงผู้ใช้ iOS และ Android  
เพิ่มการดาวน์โหลดแอปของคุณ

เมื่อเข้าสู่หน้าเว็บไซต์ ให้คลิก 'เริ่มเลย'

ลงชื่อเข้าใช้ **เริ่มเลย** **3**

**วิธีที่ 2** พิมพ์ URL โดยตรงเข้าไปที่ <http://ads.google.com> แล้วคลิกที่ 'เริ่มเลย'

← → ↻ <http://ads.google.com/> **1**

Google Ads ภาพรวม วิธีการทำงาน การกำหนดราคา คำถามที่พบบ่อย แหล่งข้อมูล ติดต่อ ลงชื่อเข้าใช้ **เริ่มเลย**

ขยายธุรกิจด้วย  
Google Ads

แสดงตัวเลขที่ลูกค้าค้นหาธุรกิจเช่นคุณใน Google Search และ Maps จ่ายต่อเมื่อเห็นผลลัพธ์ เช่น มีผู้คลิกไปที่เว็บไซต์หรือโทรหาธุรกิจของคุณ

**เริ่มเลย** **2**

คลาสสอนเดิร์นรา

โฆษณา · ascendancestudio.com

Ascendance - คลาสเดิร์นราสำหรับเด็ก

มีทุกสไลด์สำหรับทบทวน ลองเข้าร่วมคลาสฟรีวันนี้

เข้าสู่หน้าจอตามภาพด้านล่างนี้ ทำการคลิก ‘เปลี่ยนเป็น โหมดผู้เชี่ยวชาญ’

ปรากฏหน้าจอการสร้างแคมเปญใหม่ คลิกที่ ‘เปลี่ยนเป็นโหมดผู้เชี่ยวชาญ’

ทำการล็อกอิน Gmail ให้เรียบร้อย

Google Ads | แคมเปญใหม่

เป้าหมายหลักในการโฆษณา

โฆษณาที่เน้นเป้าหมายนี้จะช่วยให้คุณได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ

รับการโทรเพิ่มขึ้น ✓

เพิ่มยอดขายในเว็บไซต์หรือการลงชื่อสมัครใช้

ให้ลูกค้าเข้าชมสถานที่ตั้งจริงกันมากขึ้น

ถัดไป

หากคุณเป็นนักการตลาดมืออาชีพ เปลี่ยนเป็นโหมดผู้เชี่ยวชาญ

จากนั้นจะปรากฏหน้าจอเป้าหมายการสร้างแคมเปญโฆษณา เพื่อทำการสร้างบัญชีก่อน ให้คลิกที่ ‘สร้างบัญชีโดยไม่สร้างแคมเปญ’

Google Ads | แคมเปญใหม่

เลือกเป้าหมายที่คุณคิดว่าจะทำให้แคมเปญประสบความสำเร็จ

ยอดขาย

โอกาสในการขาย

การเข้าชมเว็บไซต์

การพิจารณาผลิตภัณฑ์และแบรนด์

การรับรู้ถึงแบรนด์และการเข้าถึง

การโปรโมตแอป

สร้างแคมเปญโดยไม่มีสำเนาของเป้าหมาย

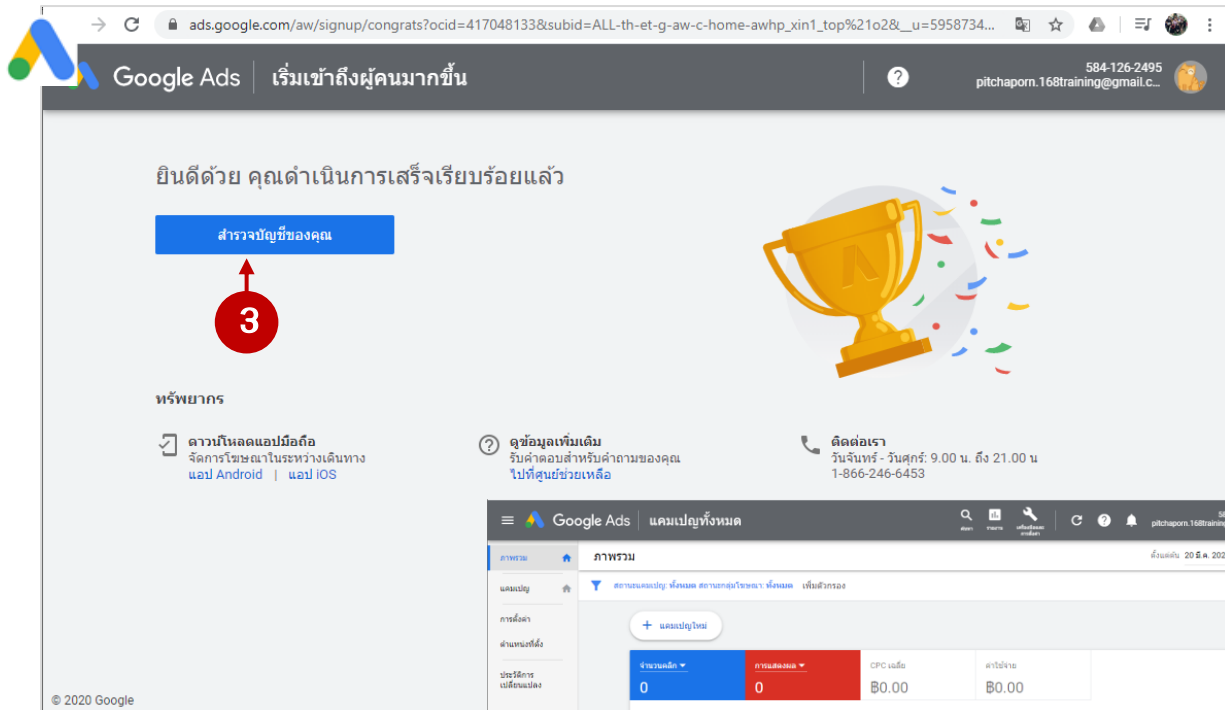
สร้างบัญชีโดยไม่สร้างแคมเปญ

กลับ | ดำเนินการต่อ

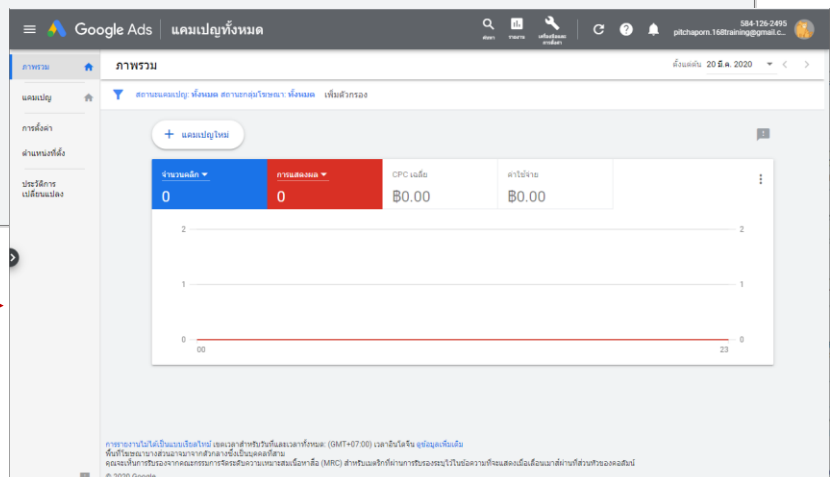
ปรากฏหน้าจอยืนยันข้อมูลธุรกิจ ทำการเลือกและตรวจสอบข้อมูลให้ถูกต้อง เพราะขั้นตอนนี้ไม่สามารถเปลี่ยนการตั้งค่าในภายหลังได้ ดังนั้นโปรดเลือกอย่างระมัดระวัง



เป็นอันเสร็จสิ้นสำหรับขั้นตอนการสมัคร เข้าสู่หน้าหลักโดยการคลิก 'สำรวจบัญชีของคุณ'



หน้าหลักของ Google Ads →





## หลักสูตร Digital Marketing Online สำหรับพัฒนาทักษะด้านการตลาดออนไลน์ในยุค 5G

### เรื่อง การกำหนดคีย์เวิร์ด (keywords) เพื่อการค้นหาที่มีประสิทธิภาพ



#### การกำหนด Keywords

ในการทำโฆษณาด้วย Google Ads การกำหนด Keyword คือสิ่งสำคัญ เพราะคือคำค้นหาที่จะแสดงให้ลูกค้าเห็นว่าโฆษณาของเรานั้นมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือไม่ และการเลือก Keyword ดีจะนำมาซึ่งอัตราการคลิกเข้าชมสูง ดังนั้นวิธีการเลือก Keyword ที่เรานำมาแนะนำให้การทำ Google AdWords ของคุณประสบความสำเร็จ

#### การใช้เครื่องมือ Keyword Planner และ Google Trend

- **Keyword Planner** เป็นเครื่องมือที่ Google สร้างขึ้นมาเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจ Google Ads ทุกแขนงนำไปเป็นตัวช่วยในการวางแผนโฆษณาของตัวเองแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งระบบของ Keyword Planner นี้จะทำการประมวลผลให้ว่ามี Keyword ตัวไหนบ้างที่สอดคล้องกับเนื้อหาในเว็บไซต์ของคุณ แล้ว Keyword ตัวนั้นหากนำไปใช้จะมีราคาประมูลอยู่ที่ประมาณเท่าไร รวมถึงยังช่วยประเมินจำนวนคู่แข่ง และราคาประมูลคู่แข่งเสนอมาอีกด้วย

- **Google Trend** คือ อีกหนึ่งเว็บไซต์ที่ Google สร้างขึ้นมาให้นักการตลาด Google Ads สามารถศึกษาพฤติกรรมการค้นหา “คำ” หรือ “ความสนใจ” ของคนในโลกออนไลน์ได้ เนื่องจากในการใช้งาน Search Engine ของ Google ระบบจะทำการจัดเก็บข้อมูลการค้นหาไว้หมดและจากนั้นจึงนำมาประมวลเป็นสถิติส่งกลับมาให้ผู้ประกอบการธุรกิจเข้าไปตรวจสอบดูได้ว่าความนิยมของคำค้นหาหรือเว็บไซต์ในช่วงเวลาขณะนั้นคืออะไร เพื่อนำไปปรับประยุกต์ใช้กับการทำโฆษณา

## ทำความเข้าใจ Keyword 5 ประเภท เพื่อเลือกตั้งให้ตรงกลุ่ม Package

**1. แบบกว้าง (Broad Keyword)** คือ คีย์เวิร์ดที่ทำงานแบบกว้างๆ เมื่อมีคนเสิร์ชคีย์เวิร์ดจำพวกนี้ ระบบ Search Engine จะไม่เพียงแต่แสดงผลลัพธ์ที่ตรงกับคำค้นหาเท่านั้น แต่จะวิเคราะห์หาคำที่คล้าย หรือ คำที่มีความหมายเกี่ยวข้องมาแสดงเพิ่มเติม เหมาะกับธุรกิจที่เพิ่งเริ่มเพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ กว้างและเป็นจำนวนมาก

ตัวอย่าง : หมวกผู้หญิง: คำคล้ายที่จะแสดงผล > หมวกสตรี

**2. แบบทั่วไป (Broad Match Keyword)** คือ คีย์เวิร์ดที่ทำงานแคบกว่า Broad Keyword มีเครื่องหมาย (+) นำหน้า สามารถมีคำอื่นๆ หรือ รูปประโยคอื่นๆ มาแทรกระหว่างได้ และการแสดงผลลัพธ์จะแสดงแต่ ผลลัพธ์ที่ตรงกับคำค้นหาเท่านั้น ไม่แสดงคำคล้ายเหมือนประเภทแบบกว้าง Broad Keyword

ตัวอย่าง : +หมวก, +ผู้หญิง

**3. แบบวลี (Phrase Keyword)** คือ คีย์เวิร์ดที่มีเครื่องหมาย “ ” ปิดหัวท้าย การทำงานแบบวลีห้ามมีคำ โดมาแทรกระหว่างกลาง โดยผลลัพธ์ที่แสดงจะขึ้นเฉพาะ เว็บไซต์/โฆษณา ที่มีคีย์เวิร์ดดังกล่าวประกอบอยู่ ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจงมากกว่าแบบ Board Match

ตัวอย่าง : “หมวกผู้หญิง”

**4. แบบตรงทั้งหมด (Exact Keyword)** คือ คีย์เวิร์ดที่มีราคา Bid ต่ำที่สุดในบรรดา Keyword ทั้ง 4 ตัวที่กล่าวมา เพราะ Keyword รูปแบบนี้เป็นคำที่คนจะค้นหาแบบไม่มีคำอื่นมาปะปนหรือมีประโยคอื่นมา ต่อท้าย เว็บไซต์/โฆษณาที่จะแสดงผลจะตรงกับคีย์เวิร์ดเท่านั้น ส่งผลให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้แม่นยำที่สุด

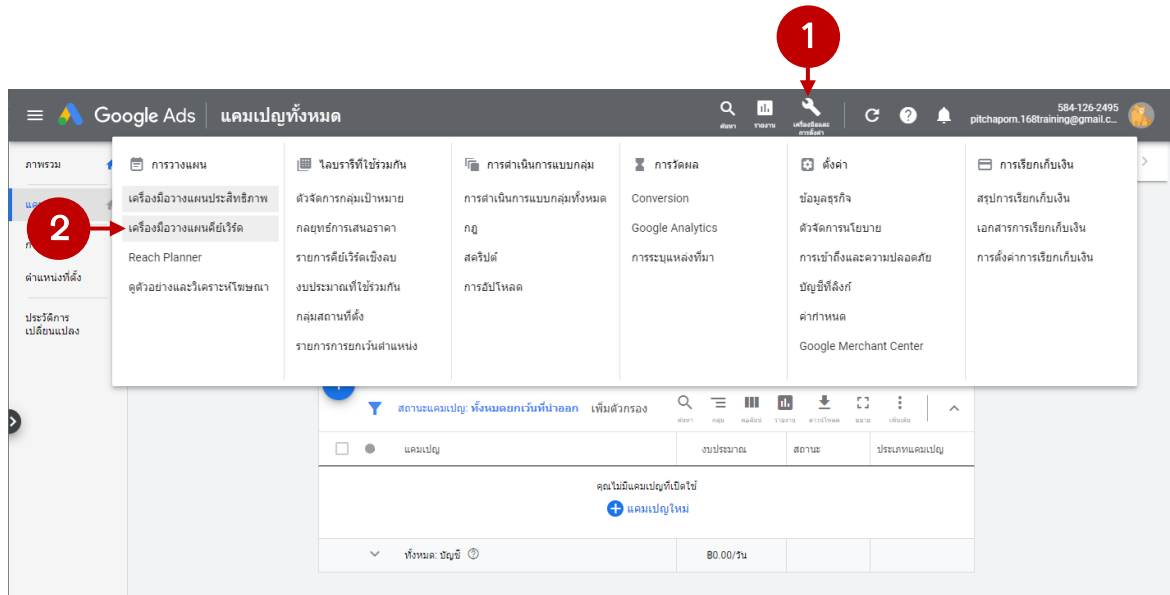
ตัวอย่าง : [หมวกผู้หญิง]

**5. แบบเชิงลบ (Negative Keyword)** คือ คีย์เวิร์ดที่ถูกระบุนำหน้าไว้ด้วยเครื่องหมายลบ เพื่อให้เราลบ คีย์เวิร์ดที่ไม่เกี่ยวข้องกับเราออกและช่วยกีดกันกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่ลูกค้าเราออกไป เพราะ Negative Keyword จะช่วยป้องกันลูกค้าที่เคยค้นหาคีย์เวิร์ดเราแล้วไม่สนใจ เมื่อกลับมาค้นหาใหม่จะไม่เห็น โฆษณาเว็บไซต์ ของเรานอีก

ตัวอย่าง : -หมวกผู้หญิง

## ขั้นตอนในการกำหนด Keywords ด้วยเครื่องมือวางแผนคีย์เวิร์ด ( Keyword Planner)

จากหน้าหลัก Google Ads คลิกที่ 'เครื่องมือและการตั้งค่า' จากนั้นคลิก 'เครื่องมือวางแผนคีย์เวิร์ด'

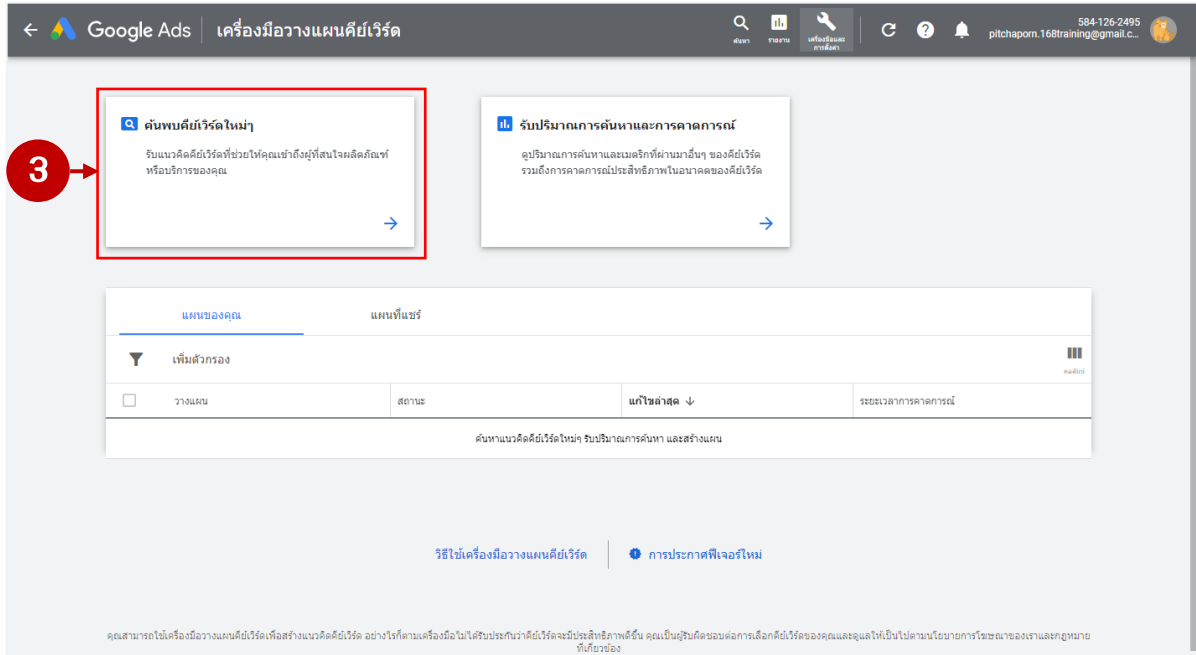


จะปรากฏหน้าจอเครื่องมือวางแผนคีย์เวิร์ด (Keyword Planner) จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

**1. ค้นพบคีย์เวิร์ดใหม่ๆ (Discover new keywords)** เป็นเครื่องมือหาคีย์เวิร์ดใหม่ๆ ที่ผู้คนน่าจะสนใจตามแต่ละสินค้าและบริการนั้นๆ ของคุณ หากคุณยังมีไอเดียการใช้คีย์เวิร์ดไม่มากพอ ลองกดเข้าไปที่เมนูนี้ แล้วลองพิมพ์คีย์เวิร์ดที่พอจะคิดออก สัก 2-3 คำ ระบบ ก็จะเสนอ ไอเดียคีย์เวิร์ดอีกมากมาย ที่ผู้คนมักจะค้นหาเกี่ยวกับคำนั้นๆ นั้นเอง

**2. รับปริมาณการค้นหาและการคาดการณ์ (Get search volume and forecast)** เป็นเครื่องมือที่สามารถดูข้อมูล Search Volume หรือปริมาณการค้นหาต่อเดือนของในแต่ละคีย์เวิร์ด และตัวชี้วัดอื่นๆ เช่น อัตราการแข่งขัน ราคาคลิกสูงสุด ต่ำสุด และแผนภาพรวมคร่าวๆ ว่าหากใช้คีย์เวิร์ดชุดนี้ ควรจ่ายต่อเดือนเท่าไรแล้วจะได้คลิกกลับมาเท่าไร ซึ่งมีประโยชน์มากสำหรับคนที่มิลิสต์คีย์เวิร์ดอยู่ในใจอยู่แล้ว ทำให้สามารถวางแผนได้ว่าควรใช้งบค่าคลิกต่อเดือน เท่าไรดี

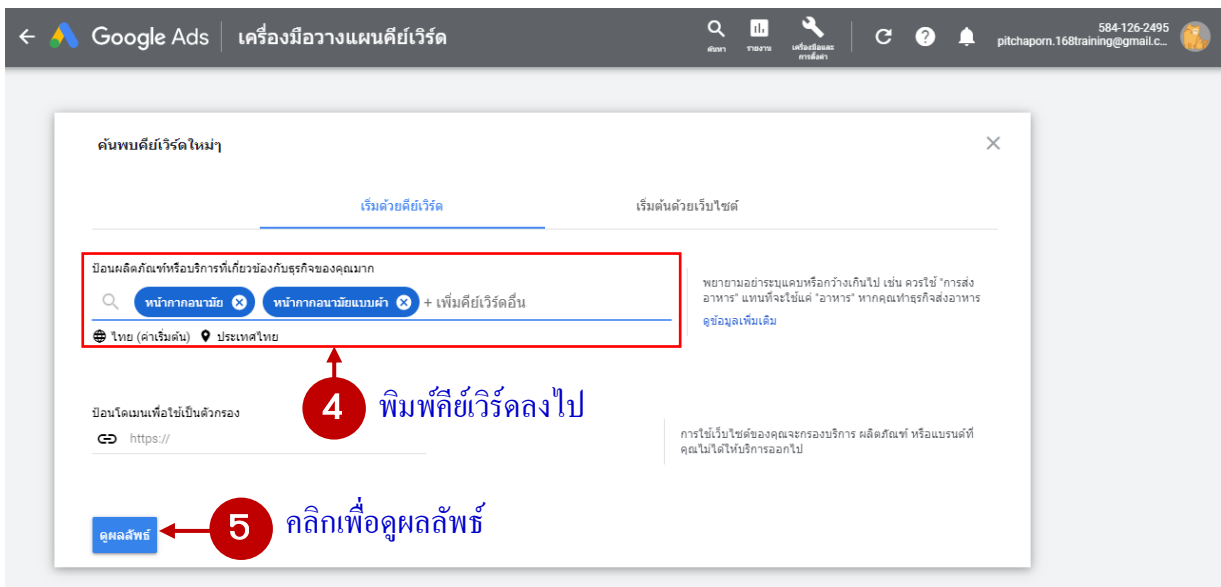
### ในกรณีเริ่มต้นให้คลิกที่ ‘ค้นพบคีย์เวิร์ดใหม่ๆ’



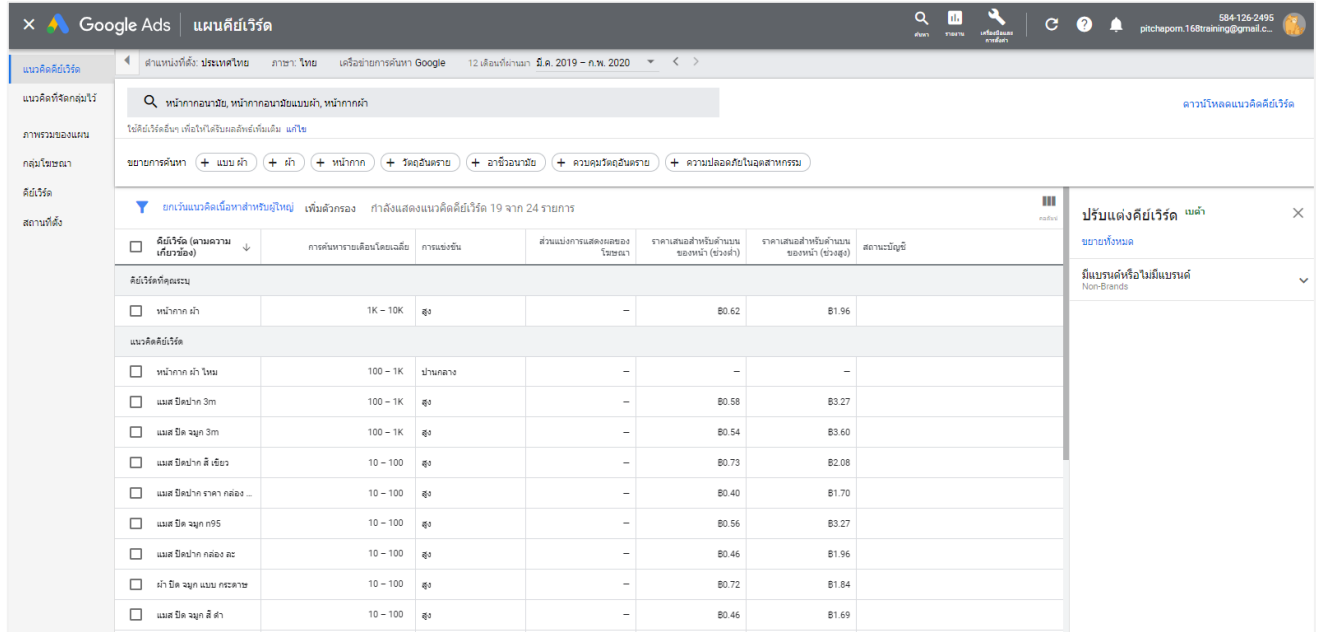
หน้าจอกันหาคีย์เวิร์ดใหม่ๆ จะแบ่งออกเป็น 2 เมนู คือ

เริ่มต้นด้วยคีย์เวิร์ด (Start with keyword) คือการเลือกใส่คีย์เวิร์ดที่เป็นคำใกล้เคียงกับสินค้าและบริการที่เราขายมากที่สุด หรือต้องการให้ลูกค้าค้นหาว่าอะไรถึงเข้ามาเจอร้านของเรา โดยในช่องการค้นหาคีย์เวิร์ดใหม่ๆ นั้นสามารถใส่คีย์เวิร์ดได้สูงสุด 10 คำ

วิธีการคือทำการพิมพ์คีย์เวิร์ดลงไป หากต้องการเพิ่มคีย์เวิร์ดให้คลิก '+เพิ่มคีย์เวิร์ดอื่น' ไปเรื่อยๆ



ผลลัพธ์ของการค้นหาคีย์เวิร์ดใหม่ๆ ที่น่าจะสามารถนำมาใช้ในการโฆษณาได้ เป็นการแสดงภาพรวมของคีย์เวิร์ดที่เราเสิร์ช ว่ามีคีย์เวิร์ดอะไรที่เกี่ยวข้องบ้าง มีการเสิร์ชโดยเฉลี่ยต่อเดือนในจำนวนประมาณเท่าไร รวมไปถึงข้อมูลอัตราการแข่งขัน และราคาเสนอสูงสุดที่ธุรกิจนี้ยอมจ่าย และราคาเสนอต่ำสุด ที่นักโฆษณาสามารถทำได้นั่นเอง

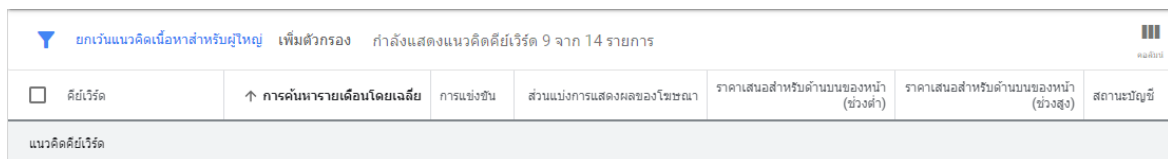


ตารางแสดงคีย์เวิร์ดมีประกอบด้วยอะไรบ้าง

โดยแถบด้านบนของหน้าจอแผนคีย์เวิร์ดนั้น เราจะพบว่าเราสามารถกำหนด พื้นที่การค้นหา ภาษาที่ใช้ค้นหา รวมถึง Search Network ที่ใช้ และช่วงเวลาของข้อมูลที่ต้องการทราบได้อีกด้วย



ในส่วนของตารางแสดงคีย์เวิร์ดนั้นจะแสดง ข้อมูลของคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้อง, ไอเดียคีย์เวิร์ดที่แนะนำ, จำนวนผู้ค้นหาต่อเดือนโดยเฉลี่ย, อัตราการแข่งขัน, ราคาเสนอต่ำสุด, ราคาเสนอสูงสุด และส่วนแบ่งของการแสดงผลโฆษณา มีรายละเอียดแต่ละคอลัมน์ดังนี้



- คีย์เวิร์ดตามความเกี่ยวข้อง Keyword (by relevance) คือส่วนของคีย์เวิร์ดที่เราคิดขึ้นมา โดยอ้างอิงจากความเกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการให้มากที่สุด

- แนวคิดคีย์เวิร์ด (Keyword idea) คือ ไอเดียคีย์เวิร์ดอื่นๆ เมื่อคุณกดค้นหา ระบบจะแสดงผลในส่วน ของ Keyword ideas ขึ้นมา ยกตัวอย่าง เมื่อคุณค้นหาว่า “หน้ากากอนามัย” ระบบก็จะหาคำอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ขายน้ํากากอนามัย, แมสปิดปาก, แมสปิดจมูก, หน้ากากผ้า เป็นต้น

- การค้นหารายเดือนโดยเฉลี่ย (monthly searches) จะแสดงจำนวนเฉลี่ยของการค้นหาคีย์เวิร์ดที่ ค้นหาและรูปแบบใกล้เคียง โดยพิจารณาตามการตั้งค่าการกำหนดเป้าหมายและช่วงวันที่คุณเลือกไว้ โดยคุณ สามารถใช้ข้อมูลนี้เพื่อดูความนิยมของคีย์เวิร์ดในช่วงเวลาต่างๆ ได้

- การแข่งขัน (Competition) คู่แข่งที่ใช้คีย์เวิร์ดเดียวกับคุณ เป็นการแสดงความสามารถในการแข่งขัน สำหรับคีย์เวิร์ด ซึ่งเป็นข้อมูลเฉพาะตามตัวเลือกการกำหนดเป้าหมายสถานที่และเครือข่ายการค้นหาที่คุณ เลือกไว้ โดยระดับการแข่งขันต่ำ ปานกลาง หรือว่า สูง จะพิจารณาจากจำนวนผู้ลงโฆษณาสำหรับคีย์เวิร์ดแต่ ละรายการ โดยเทียบกับคีย์เวิร์ดทั้งหมด

- ราคาเสนอต่ำสุด – แสดงช่วงราคาเสนอสำหรับด้านบนของหน้าของคีย์เวิร์ดที่ต่ำกว่าที่ผู้ลงโฆษณา เคยจ่ายไป โดยอิงจากสถานที่ตั้งและการตั้งค่าเครือข่ายการค้นหา CPC เฉลี่ยของคีย์เวิร์ดอาจแตกต่างกัน ออกไป

- ราคาเสนอสูงสุด – แสดงช่วงราคาเสนอสำหรับด้านบนของหน้าของคีย์เวิร์ดที่สูงกว่าที่ผู้ลงโฆษณา เคยจ่ายไป โดยอิงจากสถานที่ตั้งและการตั้งค่าเครือข่ายการค้นหา CPC เฉลี่ยของคีย์เวิร์ดอาจแตกต่างกัน ออกไป



## ปัญหาในโฆษณาบน Google Ads ที่ไม่คุ้มค่าใช้จ่าย

### 1. การเลือกคำค้นหา หรือ Keyword

- เลือกคีย์เวิร์ด (Keywords) โดยไม่ได้ตรวจสอบราคาต่อคลิก จึงทำให้ราคาต่อคลิกแพง
- ไม่ตรวจสอบยอดการค้นหาคีย์เวิร์ด (Keywords) ทำให้อาจเลือกคำค้นหาที่กว้างไปและคู่แข่งสูง
- ควรเลือกคีย์เวิร์ด (Keywords) ที่เฉพาะเจาะจงกับสินค้าหรือบริการ โดยไม่ควรกว้างเกินไป หรือ แลบจนเกินไป
- คีย์เวิร์ด (Keywords) ที่เลือกไม่สัมพันธ์กับสินค้าหรือบริการ ไม่มีไอเดียในการคิด Keyword เนื่องจากไม่ได้ใช้ Keyword Planner มาตรวจสอบ
- ไม่ได้ใส่ Negative keywords หรือคำค้นหาที่ยกเว้น

คำหลัก	สถานะ	จำนวนคลิก	จำนวนการแสดงผล	CTR	ราคาต่อคลิก	อันดับเฉลี่ย
คำหลัก 1	เปิด	100	1000	10%	100	1
คำหลัก 2	เปิด	50	500	10%	500	2
คำหลัก 3	เปิด	20	200	10%	2000	3
คำหลัก 4	เปิด	10	100	10%	1000	4
คำหลัก 5	เปิด	5	50	10%	5000	5

## 2. การใส่รูปแบบคำค้นหา หรือ Match Type

หลังจากเลือกคีย์เวิร์ด (Keywords) แล้ว สิ่งที่ต้องทำต่อทุกครั้งคือใส่ประเภทรูปแบบคำค้นหา เพราะแต่ละรูปแบบคำค้นหา เราจะได้ผลลัพธ์ และราคาต่อคลิกที่แตกต่างกัน หากไม่ใส่รูปแบบคำค้นหาเลย จะทำให้การค้นหาว้างเกินไป และราคาต่อคลิกแพงเกินความจำเป็น

### การทำงานของคำหลัก 5 ประเภท

รูปแบบ	สัญลักษณ์	ตัวอย่างคำหลัก
Broad Match	-	รองเท้าผู้หญิง
Broad Match Modifier	+ คำหลัก	+ รองเท้า + ผู้หญิง
Phrase Match	" คำหลัก "	" รองเท้าผู้หญิง "
Exact Match	[ คำหลัก ]	[ รองเท้าผู้หญิง ]
Negative Match	- คำหลัก	- รองเท้าผู้หญิง

3. หน้าเว็บที่ใช้โฆษณา ไม่สัมพันธ์กับคีย์เวิร์ด (Keywords) เมื่อคนเสิร์ชคำค้นหาจาก Keyword หลังจากคลิกเข้าเว็บไซต์แล้ว หน้าเพจควรมีสินค้าหรือบริการที่ตรงกับคีย์เวิร์ดโดยเฉพาะ เพื่อช่วยในเรื่องของการตัดสินใจซื้อ

ดูแลผู้สูงอายุ

โฆษณา · [www.sumonwannursinghome.com/](http://www.sumonwannursinghome.com/) ▾  
**ศูนย์จัดส่งคนดูแลประจำที่บ้าน | ดูแลผู้สูงอายุ อยู่เป็นเพื่อน**  
 การทดแทนบุญคุณ ผู้มีพระคุณคือหน้าที่ของเรา ทางเราพร้อมดูแลอย่างมีอาชีพ  
 ความคิดเห็น · ข้อเสนอพิเศษ

โฆษณา · [www.เมตตาเนอร์สซิงค์แคร์.com/จัดส่งพนักงาน/ดูแลผู้สูงอายุ](http://www.เมตตาเนอร์สซิงค์แคร์.com/จัดส่งพนักงาน/ดูแลผู้สูงอายุ) ▾  
**จัดส่งคนดูแลผู้สูงอายุ แม่บ้าน | จัดส่งพนักงานเฝ้าไข้ผู้ป่วย**  
 ศูนย์จัดส่งพนักงานเฝ้าไข้ดูแลผู้สูงอายุ ผู้ป่วยพักฟื้น พนักงานผ่านการอบรม มีประสบการณ์ อบรมก่อนส่ง  
 ออกอย่างถูกต้อง จัดส่งพนักงานทั่วประเทศ ยินดีให้คำแนะนำก่อนการตัดสินใจ

#### 4. คำโฆษณาไม่ดึงดูด ทำให้อัตราส่วนในการคลิกโฆษณา (CTR) ต่ำ

หนึ่งในปัจจัยที่ทำให้คนคลิกโฆษณา คือ “ข้อความโฆษณา” ซึ่งข้อความโฆษณาที่ดีจะต้องมีคีย์เวิร์ด (Keywords) นั้นๆ อยู่ในโฆษณาด้วย เพราะจะได้ทำได้อันดับโฆษณาที่สูง เกิดการคลิกเข้าเว็บไซต์ จนเกิดความสนใจแบรนด์และซื้อสินค้าของเรา ทำให้ CTR หรือ Click through rate เพิ่มขึ้น



# หลักสูตร Digital Marketing Online สำหรับพัฒนาทักษะด้านการตลาดออนไลน์ในยุค 5G

## เรื่อง การสร้างแคมเปญและการลงโฆษณาสินค้าด้วย Google AdWords



### การสร้างแคมเปญโฆษณา

เริ่มสร้างแคมเปญโฆษณาด้วยการคลิกที่แถบ “ภาพรวม” และคลิกเลือกเมนู “แคมเปญใหม่”

The screenshot shows the Google Ads interface. The top navigation bar includes the Google Ads logo, the text 'แคมเปญทั้งหมด' (All Campaigns), and utility icons for search, reports, settings, and help. The left sidebar has a menu with 'ภาพรวม' (Overview) selected, indicated by a red circle with the number '1'. The main content area shows a table with columns for 'จำนวนคลิก' (Clicks), 'การแสดงผล' (Impressions), 'CPC เฉลี่ย' (Average CPC), and 'ค่าใช้จ่าย' (Cost). The current values are 0 for clicks and impressions, and ฿0.00 for both CPC and cost. A red circle with the number '2' points to the '+ แคมเปญใหม่' (New Campaign) button.

หน้าจอการสร้างแคมเปญใหม่ขึ้นมา เป็นเลือกเป้าหมายของการขายหรือโอกาสในการขาย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

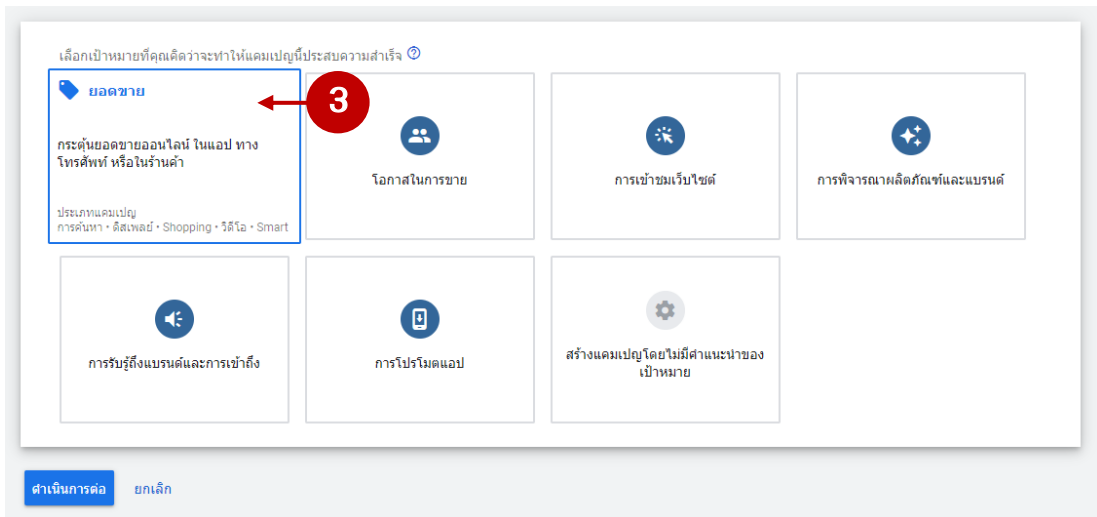
The screenshot shows the 'แคมเปญใหม่' (New Campaign) setup screen. At the top, it says 'เลือกเป้าหมายที่คุณคิดว่าจะทำให้แคมเปญประสบความสำเร็จ' (Select a goal you think will help your campaign succeed). Below this is a grid of seven goal options, each with an icon and a label:
 

- ยอดขาย (Sales)
- โอกาสในการขาย (Sales Opportunities)
- การเข้าชมเว็บไซต์ (Website Visits)
- การพิจารณาผลิตภัณฑ์และแบรนด์ (Product and Brand Consideration)
- การรับรู้แบรนด์และการเข้าถึง (Brand Awareness and Reach)
- การโปรโมตแอป (App Promotion)
- สร้างแคมเปญโดยไม่มีค่าแนะนำของเป้าหมาย (Create a campaign without a goal recommendation)

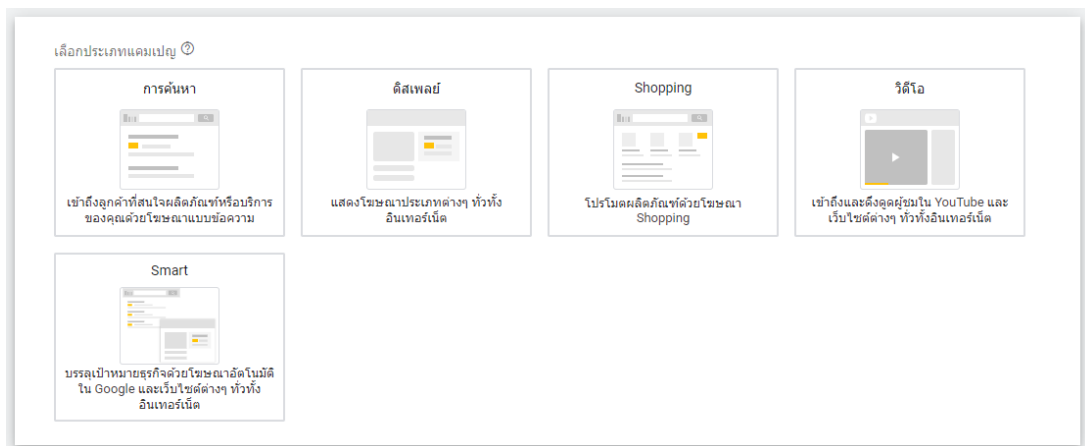
 At the bottom left, there are buttons for 'ดำเนินการต่อ' (Next) and 'ยกเลิก' (Cancel). The footer shows '© 2020 Google'.

- ยอดขาย - จะแนะนำการตั้งค่าและพีเจอร์ที่จะช่วยให้คุณเข้าถึงลูกค้าที่พร้อมดำเนินการ
- โอกาสในการขาย - จะแนะนำการตั้งค่าและพีเจอร์ที่จะช่วยให้คุณดึงดูดผู้คนที่ธุรกิจ
- การเข้าชมเว็บไซต์ - จะแนะนำการตั้งค่าและพีเจอร์ที่จะช่วยให้คุณดึงดูดลูกค้าที่เกี่ยวข้องมาที่เว็บไซต์
- สร้างแคมเปญโดยไม่มีเป้าหมาย - คุณสามารถเพิ่มเป้าหมายได้หลังจากที่ตั้งค่าแคมเปญแล้ว

สามารถกำหนดได้เพียงเป้าหมายเดียวจาก 4 ทางเลือก จากตัวอย่างคือการเปิดเว็บไซต์ขายของ โดยมีเป้าหมายคือยอดขาย ให้คลิกเลือก “ยอดขาย”



ปรากฏหน้าจอเลือกประเภทแคมเปญ AdWords มีรูปแบบโฆษณาถึง 5 รูปแบบแคมเปญหลักๆ ดังนี้



**1. การค้นหา (Search Campaign)** แคมเปญโฆษณาบนโปรแกรมค้นหาอย่าง Google เพื่อให้ผู้ใช้งานพบเว็บไซต์ รูปภาพ วิดีโอ หรือสินค้าของคุณเป็นอันดับแรกๆ ในการแสดงผลการค้นหาภายใต้ 키워ด์ที่กำหนดไว้

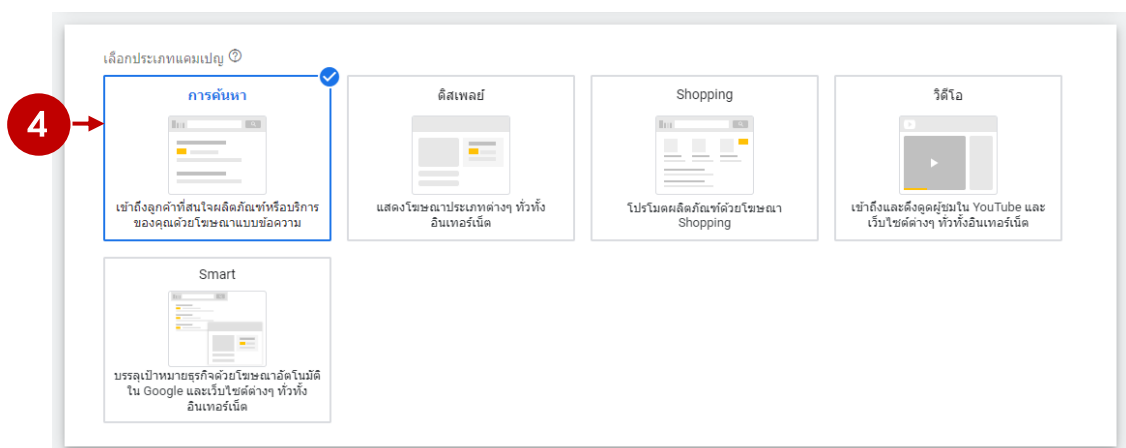
**2. ดิสเพลย์ (Display Network Campaign)** แคมเปญโฆษณาบนพื้นที่ของ Google และเครือข่ายพันธมิตร ซึ่งประกอบไปด้วย เว็บไซต์ วิดีโอ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของ และส่วนเฉพาะอื่นๆ เมื่อคุณใช้งานบนอุปกรณ์พกพาหรือแอปพลิเคชัน ซึ่งสามารถใช้งานสื่อในการโฆษณาได้หลากหลายรูปแบบ เช่น รูปภาพ วิดีโอ รูปภาพที่สามารถโต้ตอบได้ หรือแม้แต่ข้อความ

**3. Shopping Campaign** แคมเปญโฆษณาขายสินค้า โดยจะแสดงผลเป็นรายการสินค้า ประกอบด้วยรูปภาพสินค้า ชื่อสินค้า ราคา และลิงก์เว็บไซต์ โดยจะแสดงผลเมื่อมีผู้ค้นหาที่เกี่ยวข้องใน Google หรือ YouTube ผู้ค้นหาสามารถเลือกดูรายการสินค้าที่แสดงผลขึ้นมาได้ทันที ทั้งนี้คุณต้องสมัคร Google Merchant Center ก่อนถึงจะลงโฆษณาประเภทนี้ได้

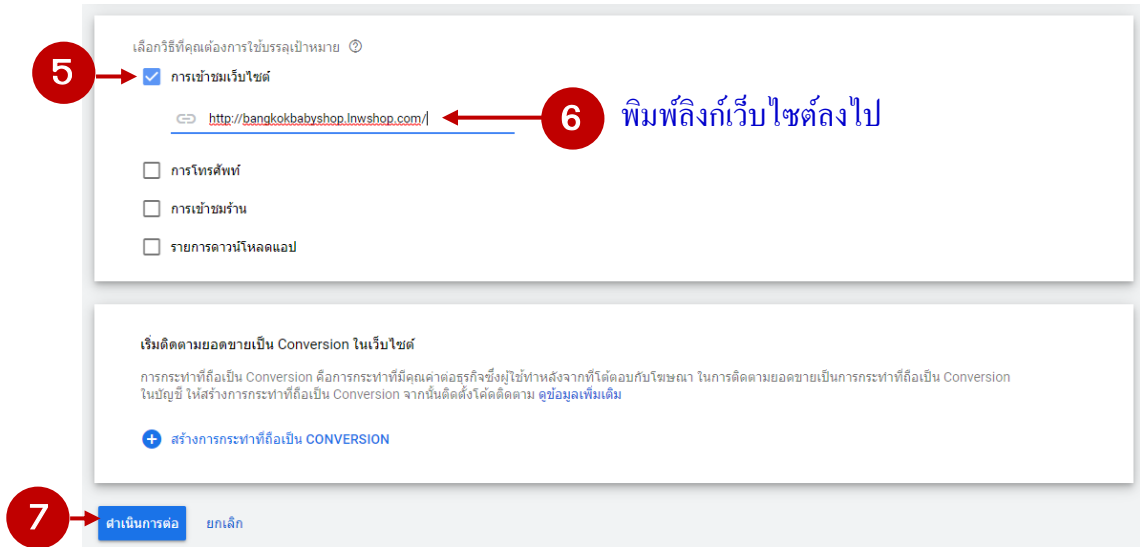
**4. วิดีโอ (Video Campaign)** แคมเปญโฆษณาบน YouTube เว็บไซต์ฝากไฟล์วิดีโอยอดนิยมที่อยู่ภายใต้บริษัทแม่อย่าง Google ซึ่งจะมุ่งเน้นไปที่การโฆษณาด้วยสื่อประเภทวิดีโอเป็นหลัก

**5. Universal Campaign** แคมเปญโฆษณาที่ช่วยโปรโมต Application ของคุณ เพื่อเพิ่มจำนวนการติดตั้ง โดยระบบจะทำการกระจายโฆษณาออกไปยังเครือข่ายต่างๆ ของ Google และเมื่อผู้ใช้เห็นโฆษณานั้นแล้วสามารถคลิกที่โฆษณาเพื่อเข้าสู่หน้าการติดตั้ง Application ได้ทันที

แต่ถ้าคุณเพิ่งลงโฆษณาเป็นครั้งแรก เราแนะนำให้เลือก “แคมเปญการค้นหา” ที่จะส่งโฆษณาไปยังผู้คนที่ใช้ Google เพื่อค้นหาสินค้าหรือบริการโดยตรง



ปรากฏหน้าจอการเลือกวิธีการที่ต้องการใช้ ซึ่งระบบมีให้ 4 วิธี ให้คลิกที่ “การเข้าชมเว็บไซต์” แล้วรอกลิงก์เว็บไซต์หรือลิงก์หน้าเพจร้านค้าของคุณลงไป



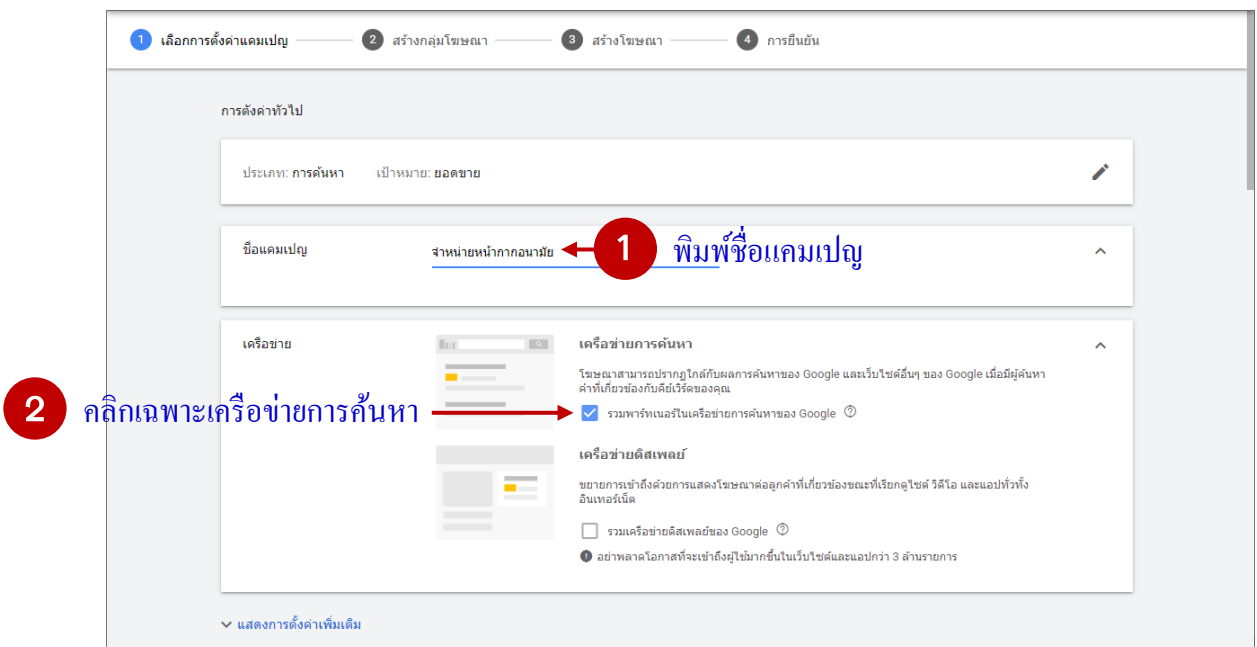
### ตัวเลือกการตั้งค่าแคมเปญ

#### การตั้งค่าทั่วไป

หลังจากเลือกประเภทแคมเปญ จะปรากฏหน้าจอการตั้งค่าแคมเปญ มีรายละเอียดดังนี้

**ตั้งชื่อแคมเปญ :** ควรสอดคล้องกับสินค้าที่ต้องการจะนำเสนอและประเภทของแคมเปญ เช่น ถ้าคุณต้องการโปรโมทร้านขายหน้ากากอนามัย ชื่อแคมเปญที่ดีควรเป็น “จำหน่ายหน้ากากอนามัย” เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายและป้องกันไม่ให้สับสนกับแคมเปญอื่นๆ

**เครือข่าย :** ถัดมาให้กดเลือกเอาเครือข่ายดิสเพลย์ออก (Display) ให้เหลือเพียงเครือข่ายการค้นหา (Paid Search) เท่านั้น เพราะในบทความนี้จะกล่าวถึงเฉพาะการโฆษณาเฉพาะคีย์เวิร์ด



## การกำหนดเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมาย

### การเลือกสถานที่ตั้ง

ให้เลือกสถานที่ตั้งของกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจของคุณ จากตัวอย่างเป็นร้านขายหน้ากากอนามัยที่มีบริการส่งสินค้าทั่วประเทศ การกำหนดสถานที่ตั้งเป็น “ประเทศไทย” จะช่วยให้ได้รับประโยชน์จากโฆษณาสูงสุด ในทางกลับกันถ้าคุณให้บริการลูกค้าในท้องถิ่นเท่านั้น การลดขอบเขตของสถานที่ตั้งให้อยู่ในระดับจังหวัดอาจให้ผลลัพธ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

การกำหนดเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมาย  
เลือกผู้ที่คุณต้องการเข้าถึง

สถานที่ตั้ง

เลือกสถานที่ตั้งเป้าหมาย ②

- ทุกประเทศและทุกภูมิภาค
- ประเทศไทย
- ป้อนสถานที่ตั้งอื่น

^ ตัวเลือกสถานที่ตั้ง

เป้าหมาย ②

- ผู้ที่อยู่ในสถานที่ตั้งเป้าหมายของคุณหรือแสดงความสนใจในสถานที่ตั้งเหล่านั้น (แนะนำ)
- ผู้ที่อยู่ในหรือมีกไปที่สถานที่เป้าหมาย
- ผู้คนที่ค้นหาสถานที่เป้าหมายของคุณ

ไม่รวม ②

- ผู้ที่อยู่ในสถานที่ที่คุณยกเว้น (แนะนำ)
- ผู้ที่อยู่ในสถานที่ที่คุณยกเว้นหรือแสดงความสนใจในสถานที่ตั้งเหล่านั้น

### การเลือกภาษา

พิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายใช้ภาษาอะไรในการลิ้นชัก การกำหนดภาษาเป้าหมายทำให้สามารถจำกัดว่าโฆษณาจะแสดงที่ใดได้บ้าง โดยพิจารณาจากการตั้งค่าภาษาของผู้ใช้และภาษาของเว็บไซต์ หากทำโฆษณาให้กับคนไทยจะแนะนำเลือกภาษาอังกฤษและไทย จะตรงกลุ่มเป้าหมายมากกว่า

คลิกเลือกภาษา 2

- อังกฤษ
- อาหรับ
- อิตาลี
- อินโดนีเซีย
- ฮิบรู
- ฮังการี

ในสถานที่ตั้งเหล่านั้น

ภาษา

เริ่มพิมพ์หรือเลือกภาษา 1

คลิกเพื่อค้นหาภาษา

ไทย × อังกฤษ ×

## งบประมาณและการเสนอราคา

### งบประมาณ

สามารถตั้งงบประมาณสำหรับแต่ละแคมเปญได้ โดยใส่จำนวนเงินที่คุณต้องการจ่ายในแต่ละวัน ข้อดีของ AdWords คือคุณสามารถกลับมาเปลี่ยนแปลงงบประมาณได้ตลอดเวลา

การมีงบประมาณสูงจะทำให้คุณมีโอกาสทดลองแคมเปญโฆษณาหลากหลายเพื่อค้นหารูปแบบที่ดีที่สุดได้ ในทางกลับกันถ้าคุณมีงบประมาณจำกัด คุณอาจต้องเสนอราคาต่ำลง เพื่อประหยัดค่าคลิกให้ได้มากที่สุดซึ่งอาจทำให้คุณเสียเปรียบคู่แข่งที่เสนอราคาสูงกว่าสำหรับคีย์เวิร์ดเดียวกัน

### การเสนอราคา

การเสนอราคาที่คุณต้องจ่ายต่อการคลิก 1 ครั้ง แนะนำให้เลือกกำหนดราคาเสนอด้วยตนเอง การเสนอราคาวิธีนี้ให้คุณกำหนดราคาต่อหนึ่งคลิกสูงสุดสำหรับโฆษณาของคุณเองได้ ซึ่งแตกต่างจากกลยุทธ์การเสนอราคาแบบอัตโนมัติที่อาจทำให้งบบานปลาย

งบประมาณและการเสนอราคา  
กำหนดจำนวนเงินที่คุณต้องการจ่ายและลักษณะการใช้จ่าย

งบประมาณ

ป้อนงบประมาณเฉลี่ยที่คุณต้องการใช้จ่ายแต่ละวัน

B 100.00

**1** พิมพ์งบประมาณ

ในเดือนหนึ่งๆ ค่าใช้จ่ายของคุณจะไม่เกินผลคูณระหว่างงบประมาณรายวันกับจำนวนวันโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน โดยบางวันอาจใช้จ่ายน้อยกว่างบประมาณรายวัน และบางวันอาจใช้จ่ายมากกว่างบประมาณรายวันสูงสุดไม่เกิน 2 เท่า ดูข้อมูลเพิ่มเติม

การเสนอราคา

คุณต้องการมุ่งเน้นที่วัตถุประสงค์ใด

จำนวนคลิก **1** คลิกเลือก “จำนวนคลิก”

คลิกเลือก **3**  ตั้งค่าขีดจำกัดการเสนอราคาต่อคลิกสูงสุด

ขีดจำกัดราคาเสนอ CPC สูงสุด **4** พิมพ์ราคาที่ต้องการจ่ายต่อการคลิก ครั้ง

B 1.00

✓ แคมเปญนี้จะใช้กลยุทธ์การเสนอราคาเพิ่มจำนวนคลิกสูงสุดเพื่อช่วยให้คุณได้รับคลิกมากที่สุดที่ราคาต่อหนึ่งคลิกเท่ากับหรือต่ำกว่าขีดจำกัดราคาเสนอ

หรือเลือกกลยุทธ์การเสนอราคาโดยตรง (ไม่แนะนำ)

**5** บันทึกและดำเนินการต่อ ยกเลิก

## การสร้างกลุ่มโฆษณา

กลุ่มโฆษณาช่วยให้คุณจัดระเบียบแคมเปญให้เป็นระบบ ควรตั้งชื่อกลุ่มโฆษณาตามชนิดของสินค้าที่คุณหรือบริการที่ต้องการโปรโมท เช่น กลุ่มโฆษณาที่ 1 ชื่อ “หน้ากากอนามัย” กลุ่มโฆษณาที่ 2 ชื่อ “เจลล้างมือแอลกอฮอล์” และกลุ่มโฆษณาที่ 3 ชื่อ “สเปรย์แอลกอฮอล์” เป็นต้น หากต้องการเพิ่มกลุ่มโฆษณาให้คลิกไปที่ “+กลุ่มโฆษณาใหม่”

ซึ่งกลุ่มโฆษณาหนึ่งรายการสามารถมีคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องได้หลายคำ และควรมีความหมายที่สอดคล้องเป็นประเภทเดียวกัน (ดูรายละเอียดได้ที่หัวข้อการกำหนด Keywords)

สร้างกลุ่มโฆษณา

ประเภทกลุ่มโฆษณา : มาตรฐาน ▼

กลุ่มโฆษณาประกอบด้วยโฆษณาอย่างน้อยหนึ่งรายการและชุดของคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้อง พยายามมุ่งเน้นโฆษณาและเป้าหมายโฆษณาทั้งหมดในกลุ่มโฆษณาไปที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการเดียว เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

ชื่อกลุ่มโฆษณา  
จำหน้ากอกอนามัย ← **1** ตั้งชื่อกลุ่มโฆษณา

หน้ากอกอนามัย  
"หน้ากอกอนามัย"  
[หน้ากอกอนามัย]  
+หน้ากอกอนามัย ← **2** ใส่คีย์เวิร์ด บรรทัดละ 1 คำ

ประเภทการทำงานของคีย์เวิร์ดช่วยควบคุมว่าคำค้นหาใดจะเรียกโฆษณาของคุณแสดง  
คีย์เวิร์ด = คำทำงานแบบกว้าง "คีย์เวิร์ด" = คำทำงานแบบวลี [คีย์เวิร์ด] = คำทำงานแบบตรงทั้งหมด  
ดูข้อมูลเพิ่มเติม

เป้าหมายคีย์เวิร์ด  
**3** ใส่ลิงก์เว็บไซต์ร้านค้า  
http://bangkokbabyshop.inwshop.com/  
มีอนผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณ

เราจะแสดงเฉพาะแนวคิดคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของคุณเท่านั้น หากต้องการรับแนวคิด ให้ป้อนหน้า Landing Page เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง หรือคำหรือวลีที่อธิบายผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณในช่องด้านบน

+ กลุ่มโฆษณาใหม่ ← **4** คลิกเมื่อต้องการเพิ่มกลุ่มโฆษณา ▼

บันทึกและดำเนินการต่อ ยกเลิก

**4** คลิกเพื่อบันทึกและดำเนินการต่อ

## การสร้างโฆษณา

โครงสร้างของปกติ AdWords ที่แสดงในหน้าผลลัพธ์การค้นหาบน Google จะประกอบด้วย

- หัวเรื่องที่ 1 (Headline 1) 30 ตัวอักษร
- หัวเรื่องที่ 2 (Headline 2) 30 ตัวอักษร
- ลิงก์ของหน้าเว็บ (URL)
- รายละเอียด (Description) 80 ตัวอักษร

โฆษณาแบบข้อความใหม่

URL สดท้าย  
bangkokbabyshop.lnwshop.com/

บรรทัดแรก 1

บรรทัดแรก 2

บรรทัดแรก 3

เส้นทางที่แสดง  
bangkokbabyshop.lnwshop.com / เส้นทาง 1 / เส้นทาง 2

คำอธิบาย 1

คำอธิบาย 2

▼ ตัวเลือก URL โฆษณา

เสร็จแล้วสร้างโฆษณาถัดไป ยกเลิก

ตัวอย่างหน้า 1 จากทั้งหมด 2 หน้า < >

มือถือ

บรรทัดแรก 1 | บรรทัดแรก 2  
[โฆษณา] bangkokbabyshop.lnwshop.com

คำอธิบาย 1

โฆษณาอาจไม่ได้แสดงข้อความทั้งหมดเสมอไปเนื่องจากบางรูปแบบจะใช้การย่อ แต่ทั้งนี้คุณจะทำให้งานข้อความปรากฏในโฆษณาเสมอได้ ดูข้อมูลเพิ่มเติม

ทำการกรอกข้อมูลที่ต้องการให้แสดงผล โฆษณา ก็จะ ไปปรากฏบน Search Engine ตามที่เรากำหนด

โฆษณาแบบข้อความใหม่

URL สดท้าย  
bangkokbabyshop.lnwshop.com/

บรรทัดแรก 1  
หน้ากากกันฝุ่นเพื่อสุขภาพ

บรรทัดแรก 2  
เคียงข้างฝ่าวิกฤตโควิด19

บรรทัดแรก 3  
ราคาส่ง - ปลีก ส่งฟรีทั่วประเทศ!!

เส้นทางที่แสดง  
bangkokbabyshop.lnwshop.com / เส้นทาง 1 / เส้นทาง 2

คำอธิบาย 1  
นวัตกรรมหน้ากากผ่านในกันโรฝุ่นและเชื้อไวรัส ผลิตโดยผู้เชี่ยวชาญ

คำอธิบาย 2  
มีคุณสมบัติยับยั้งแบคทีเรียและป้องกันฝุ่นพีเอ็ม 2.5

▼ ตัวเลือก URL โฆษณา

เสร็จแล้วสร้างโฆษณาถัดไป ยกเลิก

ตัวอย่างหน้า 1 จากทั้งหมด 2 หน้า < >

มือถือ

หน้ากากกันฝุ่นเพื่อสุขภาพ | เคียงข้างฝ่าวิกฤตโควิด19  
| ราคาส่ง - ปลีก ส่งฟรีทั่วประเทศ!!  
[โฆษณา] bangkokbabyshop.lnwshop.com

นวัตกรรมหน้ากากผ่านในกันโรฝุ่นและเชื้อไวรัส ผลิตโดยผู้เชี่ยวชาญ. มีคุณสมบัติยับยั้งแบคทีเรียและป้องกันฝุ่นพีเอ็ม 2.5

โฆษณาอาจไม่ได้แสดงข้อความทั้งหมดเสมอไปเนื่องจากบางรูปแบบจะใช้การย่อ แต่ทั้งนี้คุณจะทำให้งานข้อความปรากฏในโฆษณาเสมอได้ ดูข้อมูลเพิ่มเติม