

## تبلیغات کلیکی PPC چیست < مزایا + ابزار ها + معرفی 5 استراتژی

**کسب درآمد** از تبلیغات کلیکی چیست؟ تبلیغات کلیکی **ppc** که مخفف کلمه **Pay-Per-Click**، به معنای پرداخت به ازای کلیک، یکی از بهترین روش‌های تبلیغ برای معرفی برند، محصول و افزایش فروش است. در این مدل از تبلیغات آنلاین، هر بار که کسی بر روی تبلیغ شما کلیک می‌کند، شما به ازای آن کلیک هزینه‌ای پرداخت خواهید کرد. در نتیجه در جواب تبلیغات کلیکی **PPC** چیست باید گفت که یک مدل از انواع مدل‌های **بازاریابی عملگرا** است.

بنابراین زمانی که از این نوع تبلیغات استفاده می‌کنید، برای یک رشد تخمینی، پول پرداخت نکرده؛ بلکه برای بازده واقعی که به دست آورده‌اید هزینه پرداخت می‌کنید. پس اگر می‌خواهید روی بازده تبلیغات و بودجه‌تان کنترل کامل داشته باشید، **تبلیغات PPC** گزینه‌ای عالی برای شما خواهد بود!

برای دانستن این که **تبلیغات کلیکی** چیست، چه مزایایی برای شما دارد، استراتژی تبلیغات کلیکی چیست، ابزارهای تبلیغات کلیکی و بسیاری نکات مهم دیگر، در این مقاله همراه ما باشید تا با جدیدترین تغییرات تبلیغات کلیکی آشنا شوید!

### تبلیغات کلیکی ppc چیست؟



## تبلیغات PPC چیست؟

«تبلیغات **ppc** یا همان کلیکی»، یکی از **انواع تبلیغات اینترنتی** است که در آن هزینه تبلیغات به ازای هر بار کلیک کردن کاربران بر روی بنر یا لینک‌های تبلیغاتی پرداخت می‌شود.

در این شیوه بیزینس درخواست کننده، یک تبلیغ را به شرکت تبلیغ کننده ارائه می‌کند تا در معرض دید کاربران فضای اینترنت قرار بگیرد و در ازای هر بار کلیک کردن کاربران بر روی این تبلیغ مبلغی را به عنوان هزینه، به شرکت تبلیغ کننده پرداخت می‌کند. این شیوه از جمله پرکاربردترین روش‌های تبلیغ

در فضای **دیجیتال مارکتینگ** است و از نمونه های اصلی آن می توان به «تبلیغات کلیکی» گوگل اشاره کرد.

### مزایای تبلیغات کلیکی ppc چیست؟



## مزایای تبلیغات کلیکی چیست؟



طبیعی است که مایل باشید بدانید مزایای تبلیغات کلیکی چیست! تبلیغات کلیکی ppc ، فواید زیادی برای شما به ارمغان خواهند آورد. از جمله:

### 1. بر بودجهتان تسلط خواهید داشت

این تبلیغات به شما اجازه می دهند که به طور کامل بر بودجهتان کنترل داشته باشید. با استفاده از این نوع تبلیغات، شما فقط برای هر کلیکی که دریافت می کنید هزینه می پردازید. بنابراین کاملاً بر روی هزینه های خود، کنترل خواهید داشت.

### 2. می توانید مخاطبان تان را خودتان انتخاب کنید

در بسیاری از دیگر مدل های تبلیغات، شما کنترل زیادی بر این که چه قشری از افراد تبلیغ شما را می بینند ندارید. اما زمانی که از این روش استفاده می کنید، تبلیغ شما دقیقاً برای همان افرادی که به نمایش در می آید که در مورد محصول شما جستجو می کنند و در واقع به آن علاقه مند هستند!

### 3. به الگوریتم های موتور جستجو وابسته نیست

بازاریابی محتوا و سئو، به آپدیت های الگوریتم موتور جستجو بستگی دارند و به همین علت ممکن است مرتباً دچار تغییراتی شوند. اما الگوریتم تبلیغات کلیکی به ندرت دچار تغییر می شوند.

### 4. مخاطبان هدف را شخصی سازی کنید

تبلیغات کلیکی به شما اجازه می‌دهند که در مورد عواملی مثل محل زندگی افرادی که تبلیغ شما را می‌بینند، سن آن‌ها و علایق شان حق انتخاب داشته باشید.

خبر بهتر این است که در حین استفاده از این تبلیغات، شما می‌توانید ببینید که چه قشری از کاربران برای کمپین‌های تبلیغاتی شما مناسب‌تر هستند! همچنین، می‌توانید ببینید که آنها از چه پلتفرم‌هایی استفاده می‌کنند. بنابراین می‌توانید به کاربران مورد نظرتان به بهترین شکل دسترسی داشته باشید!

برای مثال، فرض کنید که شما یک فروشنده محصولات باغبانی هستید. ممکن است از طریق تبلیغات PPC متوجه شوید که بسیاری از کاربرانی که بر روی تبلیغ شما کلیک می‌کنند افرادی هستند که به گیاهان خانگی علاقه دارند. همچنین ممکن است متوجه شوید که این افراد از طریق تبلیغات یوتیوب با خدمات شما آشنا می‌شوند. بنابراین، نتیجه خواهید گرفت که تبلیغات ویدیویی یوتیوب، بهترین پلتفرم برای تبلیغ محصولات شما است.

### 5. مجدداً با مخاطبان هدف خود ارتباط بگیرید

تصور کنید که یک کاربر بر روی تبلیغ شما کلیک کرده، اما محصولی خریداری نکرده است. این موضوع نشان می‌دهد که او احتمالاً به خدمات شما علاقه مند بوده اما احتمالاً به زمان بیشتری برای تصمیم‌گیری نیاز داشته است.

بنابراین تبلیغات کلیکی به شما اجازه می‌دهند که به طور هوشمند دوباره به آن کاربر دسترسی داشته و دوباره تبلیغات خود را برای او به نمایش در بیاورید. بنابراین او خدمات یا فروشگاه شما را از یاد نخواهد برد. با این استراتژی، شما آگاهی عمومی را نیز در مورد برندتان بالا خواهید برد.

### 5 استراتژی تبلیغات کلیکی

در این قسمت می‌خواهیم 5 استراتژی تبلیغات کلیکی ثابت شده را به شما معرفی کنیم تا با تغییرات تبلیغات کلیکی و تاثیر تبلیغات کلیکی در افزایش مشتری بیشتر آشنا شوید. پس با ما همراه باشید.

#### 1. تبلیغات آنلاین به کمک شبکه‌ها و رسانه‌ها

تبلیغات آنلاین یکی از روش‌های مناسب برای جذب مشتری برای کسب و کارهای مختلف است؛ اما قبل شروع تبلیغ باید بدانید شبکه یا رسانه مناسب برای شما کدامیک از موارد زیر است:

- تلگرام
- اینستاگرام
- توئیتر
- یوتیوب
- لینکدین
- واتس‌اپ

• فیس بوک

لیست بالا نام پر کاربر ترین رسانه های عصر حاضر است. بنابراین انتخاب معقولانه آنها برای شما بسیار سودمند خواهد بود.

### 2. دسته بندی مخاطبان

شما هم از تاثیر تبلیغات کلیکی در افزایش مشتری باخبر هستید؛ بنابراین اگر بتوانید دسته بندی بین مخاطبان از نظر تعداد دفعات ورودشان انجام دهید، آنگاه می توانید استراتژی مناسبی برای تبدیل کاربر به مشتری طرح کنید.

همانطور که می دانید، بین مخاطبی که 20 روز پیش به سایت شما مراجعه کرده با مخاطبی که دیروز به سایتتان سر زده تفاوت است. برای هر یک استراتژی متفاوتی باید چیده شود تا به مشتری تبدیل شوند. پس دسته بندی مخاطبان خود را جدی بگیرید و این کار را با دقت و حوصله انجام دهید.

### 3. دانستن ابزار اتوماسیون و استفاده از آنها

اگر مایل هستید تا بیشترین پیشرفت را در استراتژی تبلیغات کلیکی در کوتاه ترین زمان داشته باشید، باید دانش خود را در علم هایی نظیر ماشین لرنینگ، کامپیوتر، نرم افزار و... افزایش دهید؛ چراکه الگوریتم گوگل با سرعت هرچه تمام تر در حال پیشرفت است تا به نیاز کاربران به بهترین شکل ممکن پاسخ دهد.

### 4. دانستن روش های سفر مشتری

علم به نیاز هر کاربری که به سایت ما رجوع می کند و دسته بندی آنها، می تواند در استراتژی تبلیغات کلیکی نقش تعیین کننده ای داشته باشد. هر کاربر با هدفی وارد سایت شما می شود، یکی بای کسب اطلاعات، یکی به چشم خریدار و یکی صرفا برای مقایسه به سایت شما سر میزند.

اگر نیاز هر یک را بخوبی بشناسید و بتوانید آن را برآورده کنید، نرخ تبدیل شما افزایش چشم گیری خواهد داشت و ورودی سایت شما را چند برابر می کند. پس برای افزایش نرخ تبدیل تبلیغات کلیکی ppc از این مورد غافل نشوید.

### 5. اطلاع از نیاز کاربران

تاثیر تبلیغات کلیکی در افزایش مشتری بر کسی پوشیده نیست. مهم ترین عامل در تبلیغات کلیکی، این است که نیاز مشتری خود را کامل بشناسید و راه حل را در کمترین زمان در جلو او قرار دهید. مهم ترین و اولین عامل در موفقیت کسب و کار تحقیق کلمه کلیدی مناسب و انتخاب کلمه کلیدی مناسب است.

### 9. تا ابزارهای تبلیغات کلیکی

برای تحلیل استراتژی تبلیغات کلیکی ppc رقبایتان می توانید از ابزار های قدرتمند زیر استفاده کنید تا دز زمانی کوتاه، بیشترین بازده را داشته باشید.

Google Ads Editor, SpyFu, Bing Ads Editor, SEMrush, WordStream, SE Ranking, Finteza, Unbounce, Bannersnack

و موارد بسیار دیگر که در این مقاله نمیگنجد.

## بهترین نوع تبلیغات کلیکی چیست؟

در دنیای **کسب درآمد کلیکی** شما به ازای کلیک پول دریافت می کنید و در تبلیغات کلیکی کاملاً برعکس! یعنی بابت هر کلیک پول پرداخت می کنید. خب پس به خاطر اینکه به ازای هر کلیک شما دارید پول خرج می کنید باید بدانید که بهترین نوع تبلیغات کلیکی کدام است تا بتوانید تبلیغات بهینه تری هم داشته باشید.

تبلیغات کلیکی **ppc** به طور کلی شامل 8 نوع تبلیغات می شوند. از جمله تبلیغات موتور جستجو، نمایشی، بازاریابی مجدد، شبکه های اجتماعی، تبلیغات ویدیویی، تبلیغات اسپانسر شده توسط جیمیل، و تبلیغات فروش گوگل. اگر مایل هستید بدانید که انواع تبلیغات کلیکی چیست، در ادامه، 6 نوع از این مدل تبلیغ که در ایران بسیار کاربردی و محبوب هستند را به شما معرفی خواهیم کرد:

### 1. تبلیغات موتور جستجو (Search Adds)

در این روش، که محبوب ترین روش این تبلیغات است، شما مشخص می کنید که هنگامی که کاربران کلمه یا عبارت کلیدی خاصی را جستجو می کنند، تبلیغ شما برای آن ها به نمایش دربیاید. بنابراین شما تبلیغ مورد نظر خود را به گوگل می دهید، کلمه کلیدی را مشخص می کنید و تعیین می کنید که بالاترین بودجه ی پرداختی شما، چه مبلغی است.

به هزینه پرداختی شما به ازای کلیک، **CPC** می گویند که این موضوع تفاوت **CPC** و **PCP** را نشان می دهد. حتی می توانید با علم به مزایای تبلیغات کلیکی بینگ، بینگ را برای تبلیغات انتخاب کنید.

در این روش، که محبوب ترین روش این تبلیغات است، شما مشخص می کنید که هنگامی که کاربران کلمه یا عبارت کلیدی خاصی را جستجو می کنند، تبلیغ شما برای آن ها به نمایش دربیاید. بنابراین شما تبلیغ مورد نظر خود را به گوگل می دهید، کلمه کلیدی را مشخص می کنید و تعیین می کنید که بالاترین بودجه ی پرداختی شما، چه مبلغی است.

به هزینه پرداختی شما به ازای کلیک، **CPC** می گویند که این موضوع تفاوت **CPC** و **PCP** را نشان می دهد. برای دریافت اطلاعات بیشتر در این مورد می توانید مقاله **بهترین سایت های تبلیغات کلیکی خارجی** را از دایان افیلیت مطالعه کنید.

### 2. تبلیغات بنری یا نمایشی (Display Ads)

معمولاً نرخ این تبلیغات از تبلیغات موتور جستجو کمتر است. تبلیغات نمایشی برای بالا بردن آگاهی عمومی در مورد برند شما به کار می رود. بنابراین اگر محصولی جدید و ناشناخته را ارائه می دهید و مایل هستید که آگاهی عمومی در مورد آن بالاتر برود، این نوع تبلیغات برای شما گزینه مناسبی هستند.

## 3. بازاریابی مجدد (Remarketing Ads)

تبلیغات ریمارکتینگ یا همان **remarketing ads**، تبلیغ شما را به افرادی که قبلا از سایت تان بازدید کرده‌اند نمایش می‌دهند. این نوع تبلیغ بسیار سودآور است چرا که برای افرادی به نمایش در می‌آید که از پیش نسبت به کسب و کار شما علاقه نشان داده اند.

## 4. تبلیغات ویدیویی (Video Ads)

از طریق تبلیغات ویدیویی می‌توانید محصول خود را برای افرادی به نمایش در آورید که در حال حاضر کسب و کار شما را دنبال نمی‌کنند. برای این نوع تبلیغات، یوتیوب گزینه بسیار خوبی است.

## 5. تبلیغات شبکه اجتماعی (Social Media Ads)

بسیاری از شبکه‌های اجتماعی، امکان استفاده از این مدل تبلیغات را ارائه می‌دهند. از جمله فیسبوک، اینستاگرام، توئیتر، و اسنپ‌چت. در این نوع تبلیغات اغلب می‌توانید هم از تبلیغات تصویری و هم از تبلیغات ویدیویی استفاده کنید.

**اشتباهات وحشتناکی در زمینه تبلیغات PPC که نباید انجام دهید!**



توجه کنید که تبلیغات کلیکی شما تنها در صورتی موثر خواهند بود، که به نحو صحیح انجام شوند. بنابراین سعی کنید از این اشتباهات دوری کنید:

## 1. جستجو کردن تبلیغ خودتان

گاهی اوقات افراد به این هدف که متوجه شوند تبلیغات PPC آن‌ها به نمایش در آمده است یا نه، کلمه کلیدی خود را جستجو می‌کنند. این کار اشتباه محض است! چرا که اگر روی تبلیغ خودتان کلیک کنید، باعث هزینه اضافی برای خودتان می‌شوید. از سوی دیگر اگر تبلیغ برای شما به نمایش در بیاید اما روی آن کلیک نکنید، این کار نیز تاثیر منفی برای شما خواهد داشت.

### 2. زیاده روی در استفاده کلمات کلیدی تبلیغات

برخی تازه کاران ممکن است فکر کنند که هرچه تبلیغ آن‌ها طیف جستجوهای بیشتری را در بر بگیرد، موفق‌تر خواهد بود. این موضوع اشتباه است. بنابراین سعی کنید تنها جستجوهای را هدف تبلیغ خود قرار دهید که به طور خاص مربوط به زمینه محصول یا خدماتی که شما ارائه می‌دهید باشند.

### 3. عدم بررسی و رصد نتیجه تبلیغات

برعکس تبلیغاتی مثل بلیورد یا تبلیغات چاپی، تبلیغات کلیدی را نباید پس از ایجاد کردن به حال خود رها کرد. همیشه می‌توانید با تغییر دادن تنظیمات و بهینه سازی، عملکرد کمپین تبلیغاتی خود را بهبود بخشید. بنابراین به طور مستمر بازخورد کلمات کلیدی را چک کنید و انواع استراتژی تبلیغات کلیدی را امتحان کنید. دائما عملکرد کمپین تبلیغاتی خود و همچنین بودجه‌تان را چک کنید و تغییرات لازم را به وجود بیاورید.

### 4. مشخص نکردن محدوده جغرافیایی

شما می‌توانید محدوده جغرافیایی جامعه‌ی هدف خود را مشخص کنید. این قابلیت، به خصوص برای کسب و کارهای کوچک که مایل هستند مشتریانی از یک شهر خاص را جذب کنند، بسیار کاربردی است! البته این قابلیت برای کسب و کارهای جهانی، که مایل هستند بودجه خود را بر روی یک کشور خاص متمرکز کنند نیز کارآمد است.

اگر محدوده جغرافیایی مورد نظر خود را مشخص نکنید، ضرر مالی بسیاری خواهید کرد! چرا که تبلیغ شما برای مردم آن طرف جهان نیز به نمایش در خواهد آمد در حالی که آن‌ها نمی‌توانند از خدمات یا محصولات شما استفاده کنند. بنابراین شما پول کلیک‌هایی را پرداخت می‌کنید که در واقع سودی به حالتان ندارند!

### 5. هدف گذاری اشتباه

حتما قبل از ارائه دادن تبلیغ، به سوالات زیر فکر کنید و بر اساس این پاسخ‌ها، هدف گذاری کنید.

- به چه افرادی می‌خواهید دست پیدا کنید؟
- آن افراد به دنبال چه چیزی هستند؟ در واقع چه نیازی دارند که شما می‌توانید برآورده کنید؟
- آنها در چه موقعیت جغرافیایی زندگی میکنند؟
- فرهنگ و نحوه ی رفتار آنها به چه صورت است؟
- ...

اگر تبلیغ شما بر اساس پاسخ این سوالات طراحی نشود، به دردرس خواهید افتاد. بنابراین از این اشتباه دوری کنید و به دقت هدف گذاری کنید.

### تبلیغات کلیکی ایران؛ چرا و چگونه؟

با توجه به اثربخشی تبلیغات کلیکی، هم برای بیزینس و هم برای تبلیغ کننده، این شیوه از بازاریابی جای خود را در مارکت ایرانی نیز باز کرده است و کسب و کارهای بسیاری در این زمینه شروع به کار کرده اند. تبلیغات کلیکی ایرانی به دلیل سهولت در روند انجام کار و کمتر بودن معضلات تحریم و فیلتر و ... به سرعت به انتخاب اول بسیاری از فعالان بازاریابی در اینترنت، تبدیل شدند.

هزینه انجام این نوع تبلیغ نیز بسته به نوع تبلیغ و شرکت پذیرنده متفاوت است؛ این مقدار می تواند بین 100 تومان برای هر کلیک تا صدها هزار تومان متغیر باشد. برای دریافت جزئیات بیشتر و برآوردهای دقیق از انجام هزینه تبلیغات ppc توصیه می کنم مقاله **هزینه تبلیغات کلیکی** را مطالعه کنید.

یکتانت، صبا ویژن، مדיاد، کاپریلا، کلیک یاب، آی نتورک، اندگاه، افراک، برتینا و شبکه تبلیغاتی وطن کلیک، از جمله ارائه دهندگان تبلیغات کلیکی ایرانی هستند.

### تبلیغات کلیکی ppc در چه صورتی تاثیرگذار خواهد بود؟

در قسمت پیش اشتباهات رایج در زمینه تبلیغات کلیکی ppc را مطرح کردیم. دوری کردن از این اشتباهات باعث خواهند شد که تبلیغ شما موثر و موفق شود. برای تاثیرگذاری بیشتر تبلیغتان، این نکات را نیز در نظر بگیرید:

#### کلمات کلیدی را آگاهانه انتخاب کنید

انتخاب کلمات کلیدی به طور قطع یکی از مهم ترین عواملی است که باعث موفقیت تبلیغ شما خواهد شد. بدون وجود یک کلمه کلیدی، موتور جستجو نمی تواند بفهمد که چه زمانی باید تبلیغ شما را نمایش بدهد. انتخاب یک کلمه کلیدی خوب می تواند موفقیت شما را تضمین کند و بیشترین بازدید را برایتان به ارمغان بیاورد.

برای انتخاب کلمه کلیدی خوب، به این نکات توجه کنید:

- بررسی کنید که رقبای شما از چه کلمات کلیدی استفاده میکنند.
- از خودتان بپرسید که " اگر شما به جای یک مشتری بودید که به دنبال محصول یا خدمات شما می گشت، چه کلماتی را در اینترنت جستجو می کردید؟"
- از **ابزارهای تحقیق کلمات کلیدی** مانند keyword planner که در داخل خود پنل ادوردز وجود دارد استفاده کنید.

بودجهتان را با دقت در نظر بگیرید



انتخاب کلمات کلیدی مناسب بسیار مهم است. اما نکته بسیار مهم دیگر، این است که بودجه شما به کلمات کلیدی تان بخورد. کلمات کلیدی که شما انتخاب می‌کنید بر هزینه نهایی تاثیر دارد. بنابراین زمانی که کلمات کلیدی را انتخاب می‌کنید، از خودتان بپرسید که: "آیا می‌توانم هزینه این کلمه کلیدی را بردارم؟"

### به این صورت یک تبلیغ فوق العاده ارائه بدهید!

نکته مهم در طراحی تبلیغ، این است که تبلیغ شما باید کوتاه و دقیق باشد. به یاد داشته باشید که فضا یا زمان زیادی در دست ندارید. بنابراین تبلیغ شما باید به سرعت بتواند پیام مهم شما را به خواننده انتقال دهد.

نکته مهم دیگر، این است که شما باید هدفی در ذهن داشته باشید و تبلیغتان را بر اساس آن هدف طراحی کنید. برای مثال، اگر مایل هستید که برای روز پدر فروشتان را بالا ببرید، تبلیغ شما باید نشان دهد که یک حراج روز پدر در راه دارید. نیازی نیست که بیش از حد خلاقیت به خرج بدهید. اما باید بتوانید توجه مخاطب را جلب کنید، علایق آن‌ها را برانگیزید، و کنجکاوی‌شان را تحریک کنید!

### چطور باید توجه مخاطب را جالب کنید؟

شما باید چیزی به آن‌ها ارائه دهید که پیشنهاد شما را از دیگر پیشنهادات متمایز می‌کند. سپس باید برای مخاطب‌تان توضیح دهید که چرا پذیرفتن این پیشنهاد، به سود او خواهد بود. برگردیم به همان مثال روز پدر! در این موقعیت، شاید شما بتوانید محصول یا خدماتی را ارائه دهید که پدرها به آن علاقه‌مند باشند، و جای دیگری نیز پیدا نشود. (حتما باید در تبلیغتان به این موضوع اشاره کنید.)

### نتیجه گیری

به پایان مقاله «تبلیغات کلیدی (ppc) چیست» رسیدیم، همانطور که متوجه شدید طراحی تبلیغ‌های کلیدی دشوار و پیچیده نیست، اما نیازمند دانش و آگاهی است. بنابراین اگر می‌خواهید تبلیغ شما موفق باشد، باید به خوبی برنامه‌ریزی و تحقیق کنید. در این مقاله به طور جامع و کامل، آنچه برای موفقیت در کمپین‌های تبلیغات کلیدی ppc لازم است بدانید را در اختیار شما خوانندگان عزیز قرار دادیم.

انواع تبلیغات کلیدی که در این مقاله توضیح داده شده است را به خوبی مطالعه کنید و تصمیم بگیرید که کدام یک از آن‌ها برای شما مناسب است. اگر استراتژی مناسب را انتخاب کنید، به نکات ذکر شده که باعث موفقیت شما می‌شوند توجه کنید و از اشتباهاتی که بر روی آنها تاکید کرده‌ایم دوری کنید، موفقیت شما نزدیک خواهد بود!