



第 4 章

应用辅助工具，促进网站提升

要想让 Google AdSense 收入不断提高，除了改善自己的网站和研究 AdSense 本身以外，还要多借鉴其他工具来帮忙。本章主要介绍 Google 公司提供的其他工具和服务，其中包含以下几节，每节又分若干小节。

- Google Analytics
- Google API
- Google Ad Manager
- Google Ad Planner
- Google AdWords
- Google 网站管理员工具
- 其他辅助工具

本章详细介绍各项服务的内容、功能，以及如何用来提高 AdSense 收入，这些辅助工具的运用会使您的网站提高到一个新的层次。



4.1 Google Analytics

4.1.1 Google Analytics 介绍

Google Analytics 是 Google 公司收购 Urchin 公司后推出的 Web 分析产品，可以对网站的访问情况进行全面记录、统计和分析。

这是一个免费的产品，并且不在网页上显示任何图标，安全方面也值得信赖，所以受到很多网站管理员的青睐。

该服务刚开始推出的时候，因为太多的网站进行申请还必须通过邀请的方式来获得，本书作者当时都等待了几个月，后来经过扩容后才可以自由申请。

使用的时候只需要在网页的 HTML 代码底部添加如下一段 JavaScript 代码就可以，例如：

```
<script type="text/javascript">
var gaJsHost = (("http:" == document.location.protocol) ? "http://ssl." :
"http://www.");
document.write(unescape("%3Cscript src='" + gaJsHost +
"google-analytics.com/ga.js' type='text/javascript'%3E%3C/script%3E"));
</script>
<script type="text/javascript">
try {
var pageTracker = _gat._getTracker("UA-用户代码-网站代码");
pageTracker._trackPageview();
} catch(err) {}</script>
```

登录 Google Analytics 后台看到的控制台如图 4-1 所示。



图 4-1 Google Analytics 后台中查看网站统计数据的截图

4.1.2 Google Analytics 功能

1. 普通统计功能

和其他许多 Web 分析软件一样,Google Analytics 提供基本的统计功能,例如流量统计、访问者浏览器设置、各种流量来源细节、搜索关键词、热门访问内容等。

2. 高级统计功能

Analytics 还提供了很多其他普通 Web 分析软件没有的功能,例如 AdWords 广告投资回报率分析、与 AdSense 的整合功能、跨渠道和多媒体跟踪、自定义的报告功能、通过邮件和账号分享统计数据、以图形化让数据变得更直观等。

另外 Google 的服务器基础架构确保了数据的完整性和私密性,并且与



多数 Google 提供的服务一样 Analytics 也是全免费的，这都是网站管理员选用 Analytics 的原因。

Analytics 官方说明：如果每月统计超过 500 万 PV，需要有一个激活的 AdWords 账号，每日预算至少是 1 美元，但本书作者的 Analytics 账号中统计已经超过每月 500 万 PV，没有预算至少 1 美元的 AdWords 投放广告，也没有见到任何限制或者提示。

4.1.3 Google Analytics 与 AdSense 的结合

Google Analytics 在 2008 年下半年推出了与 AdSense 结合的功能，这使得网站管理员可以更细致观察流量和收入的变化情况，从而有针对性地优化网站，让广告收入得到提升。

关联的 Analytics 与 AdSense 应该使用相同的 Google 账号。如果 Analytics 中只有一个域的话，则不需要修改网站的跟踪代码；如果 Analytics 中有多个域需要跟踪的话，可以设置其中一个为主域，不用修改该网站的跟踪代码，对其他的非主域则需要修改网页中的代码来实现跟踪。

非主域网站的页面需要在页面的顶部添加一段代码，示例如下所示。

```
<html>
<head>
.....
页面 Head 代码
.....
</head>
<body>
<script type="text/javascript">
window.google_analytics_uacct = "UA-用户代码-网站代码";
</script>
.....
```

页面主体代码

.....

```
<script type="text/javascript">
var gaJsHost = (("http:" == document.location.protocol) ? "http://ssl." :
"http://www.");
document.write(unescape("%3Cscript src='" + gaJsHost +
"google-analytics.com/ga.js' type='text/javascript'%3E%3C/script%3E"));
</script>
<script type="text/javascript">
try {
var pageTracker = _gat._getTracker("UA-用户代码-网站代码");
pageTracker._trackPageview();
} catch(err) {}</script>
</body>
</html>
```

具体的实现办法和代码请看 Analytics 的官方帮助中心。

前面说到，在 AdSense 中的 URL 渠道跟踪功能很有用，可以让发布商看到来自各个 URL 的不同收入。不过其设置的数量上限是 200 个 URL，如果您需要跟踪的 URL 众多，例如需要对各个网站、子网站、目录、重点网页进行跟踪的话，200 个 URL 很可能不够用。我曾经请 AdSense 客户经理帮忙将该数量增加到 500 个。现在有了 Analytics 结合的功能后，这个问题就迎刃而解了，现在的 URL 渠道数量是无限的，网站有多少个可访问页面，就可以看到每个 URL 的流量和收入情况。这对于网站和页面数量很大的发布商来说非常有用，如图 4-2 所示。



诀窍

强烈建议还没有使用 Web 分析功能或者使用其他 Web 分析功能的发布商，马上添加或者更换成 Google Analytics，这对提高 AdSense 收入很有帮助！

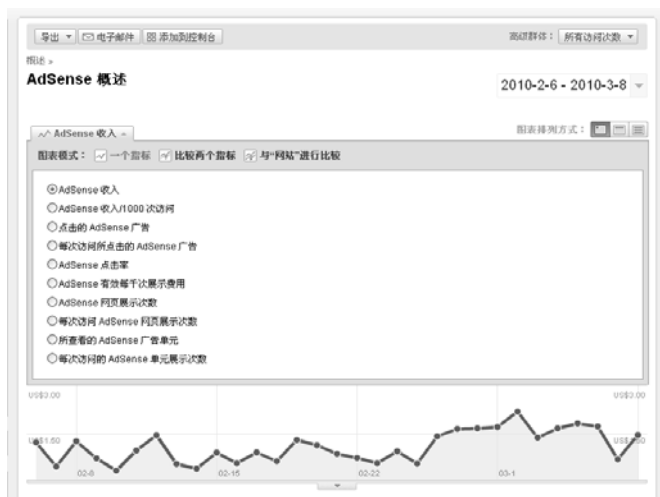


图 4-2 在 Google Analytics 中也可以看到 AdSense 的各种详细数据

4.1.4 应用 Analytics 提高 AdSense 收入

在设置好 Analytics 与 AdSense 的结合后，24 小时内就可以看到 Analytics 中出现的 AdSense 数据，这些数据比单纯从 AdSense 获得数据量要大很多倍，可以充分利用起来以提高 AdSense 收入，具体可以从下面几个方面着手。

- **热门 AdSense 内容：**可以看到网站内哪些页面产生的收入最多，然后有针对性完善和添加相关网页内容。
- **热门 AdSense 推介：**可以看到从哪些网站过来的流量产生的收入最多，然后定制适合浏览者访问的内容，吸引回头客。
- **地理位置：**可以看到用户所在地理位置，然后对网站进行更改以便更好吸引来自这些地方的浏览者。
- **浏览器功能：**可以观察到访问者的浏览器设置情况，然后检查网站中的屏幕尺寸、Flash、Java 等设置，确保目标受众可以查看网站。



诀窍

在 2008 年 Google 推出 Analytics 与 AdSense 结合的功能后，我马上应用到网站中，经过一段时间的数据积累和分析，再做相应的调整优化，AdSense 收入有了成倍的增长。

下面是我在一篇有关“用 Analytics 整合 AdSense 功能来提高网站收入”日志中写下的内容：

2008 年 12 月初，看到 Google AdSense 后台有了整合 Analytics 功能后，我们马上就进行了相关设置，然后等待数据的积累，这可是盼了好长时间的功能！

从 12 月、1 月、2 月积累下来的 3 个月数据来看，可以发现一些以前难以发现的问题，最明显的就是让你清晰了解 AdSense 收入到底是来自网站中的哪一些内容，可以精确定位到产生收入的具体页面以及搜索引擎来源对应的关键词，通过具体页面及关键词也就能知道网站中是哪些内容产生广告收入。

我们以前的网站数量比较多，网站中的栏目和页面就更多了，以前虽然能够通过大约 100 个 URL 渠道来判断大致收入来源，但最多是判断到栏目，远不如现在这样方便定位到页面。可以通过最多浏览页面和最多收入页面的对比，来分析哪些内容有人气却无收入，哪些人气少却收入多，最好是能找到“叫好又叫座”的内容。还可以发现在一些流量大的图片、分类以及内部搜索页面中我们没有安排广告位，而添加广告后，马上就有收入产生。甚至可以发现一些编辑时意想不到的收入点。

从 3 月份开始，我们有意识地通过跟踪 Analytics 中的 AdSense 报告来改进网站的编辑工作，到 3 月份的最后一天，可以看到起到了非常明显的效果，主要就体现在人工搜索这个网站上，这个网站已经积累一年多了，算是有了一些流量，但此前收入还是少得可怜，而 3 月份的编辑内容经调整后收入平均提高了一倍。



4.1.5 应用 Analytics 提高网站流量

网站的流量与广告收入基本上是成正比的，因此进行详细的 Web 分析来优化完善网站非常重要。在 AdSense 与 Analytics 结合之前，本书作者就一直在使用 Analytics 来统计网站访问情况。在应用 Analytics 中有以下一些办法可以提高网站流量。

- **访问流量：**观察网站整体流量变化、访问者趋势、访问者忠诚度，找出改进办法。
- **流量来源：**在各大搜索引擎中的流量来源及搜索关键词、推介网站，有意识进行针对性的搜索引擎优化和外部链接宣传。
- **网页内容：**查看热门内容、常见目标网页、常见退出网页，揣摩用户需要。
- **网站搜索：**看浏览者在站内搜索的输入框中输入什么关键词、搜索频率，有可能发现用户潜在需求。

我就是在以前的一个电话区号查询网站中添加 Analytics 统计后看到很多细节，然后有针对性改版后继续通过 Analytics 观察，又发现新增加的网站内部搜索功能中有很多浏览者直接输入需要的号码来查询，进而将网站升级改版为“查号吧”网站，使整个老网站有了更广阔的发展空间。

4.2 Google API

4.2.1 Google API 介绍

API 是 Application Programming Interface 的缩写，意思是“应用程序接口”，也就是软件系统衔接的约定，通过调用 API 可以不关注其内部细节，直接使用其预定的功能。

Google 是一家以搜索为核心技术的公司，也提供了丰富的 API 程序库，让其他网站很容易调用以获得相应功能。

Google API 中有一个 AdSense API，但目前在中国停止使用，其他的 API 与 AdSense 一般没有直接的关系，是通过向网站提供更多的服务功能来吸引更多用户的访问，浏览量增大的同时从而带来更多的广告收入。

需要说明的是，我并不是有经验的程序员，但了解简单的 HTML 代码知识就可以运用其中的很多 API 工具。

4.2.2 Google API 功能

目前 Google 提供的 API 已经非常丰富，下面是主要功能清单。

- Google 账户验证

获取对桌面或移动版应用程序的访问权限。

- Google AdSense API

在您的网站上投放广告，为您和您的用户带来收益。**(注：该功能在中国大陆地区暂停)**

- Google AdWords API

自动化和简化您的营销管理活动。

- Google AJAX API

使用 JavaScript 和 HTML 完整构建内容丰富的动态网站。**(注：可用于丰富网站内容)**

- Google AJAX 供稿 API



使用 JavaScript 轻松“混搭”公共供稿。**（注：可用于丰富网站内容）**

- Google AJAX 语言 API

使用 JavaScript 便可轻松翻译和检测多种语言。**（注：可用于丰富网站内容）**

- Google AJAX 搜索 API

将 Google 搜索框和搜索结果放到您自己的站点上。**（注：可用于丰富网站内容）**

- Google Analytics（分析）

跟踪您的网站访问量，并编写您自己的客户端应用程序，该客户端应用程序使用 Google 数据 API 供稿形式的 Google Analytics（分析）数据。

- Android

创建适用于 Android（用于移动设备的软件堆栈）的移动版应用程序。

- Google App Engine

基于 Google 的基础架构运行您的网络应用程序。

- Google 企业应用套件开发人员工具

扩展 Google 企业应用套件、与其他系统集成或构建新的应用程序。

- Google 企业应用套件 API

为 Google 企业应用专业版和教育版客户提供域管理。

- Google Base 数据 API（试验室）

通过程式化的方式管理 Google Base 内容。

- **Blogger 数据 API（试验室）**

使您的应用程序可以查看和更新 Blogger 内容。

- **Google 图书搜索 API（试验室）**

搜索图书搜索的完整索引，并与它的社交功能集成。

- **Google 日历 API 和工具**

创建和管理 Google 日历的活动、日历和小工具。

- **Google 图表 API**

在网页中动态嵌入图表。

- **Google Checkout API**

开始在您的网站上进行销售。

- **Chromium**

参与 Google 浏览器 (Google Chrome) 之后的开源项目。

- **Google 代码搜索（试验室）**

搜索公共源代码。

- **Google 代码搜索数据 API（试验室）**

让您的应用程序可以通过 Google 代码搜索查看数据。

- **Google 通讯录 API**

让您的应用程序可以查看和更新用户联系人。

- **Google Coupon 供稿（试验室）**



提供包含在 Google 搜索结果中的优惠券清单。

- Google 自定义搜索 API

为您的网站或网站集合创建自定义搜索引擎。**(注：可用于丰富网站功能)**

- Google 数据 API

一种简单的标准协议，用于在网络上读写数据。

- Google 桌面 API (试验室)

为 Google 桌面创建小工具和索引插件。

- Google 在线文档列表数据 API

使您的应用程序可以查看和更新您的 Google 文档列表。

- DoubleClick In-Stream (试验室)

通过使用 DoubleClick In-Stream，发布商可以在您的视频内容中发布视频插播广告。

- Google 地球 API

将 Google 地球嵌入到网页中。

- Eclipse Google 插件

简化了在 Eclipse IDE 中开发 GWT 和 App Engine 项目的过程。

- Feedburner API (试验室)

与 FeedBurner 的供稿管理和认知生成功能进行交互。

- Google 财经数据 API（试验室）

以 Google 数据 API 供稿的形式查看和更新财经内容。

- Google Friend Connect API（试验室）

供 Google 朋友群使用的 JS 和 REST/RPC API。

- 小工具 API

创建在多个站点（包括 iGoogle、Google 桌面）或任意网页上运行的迷你应用程序。

- Gears（试验室）

使网络应用程序可以在您的台式 PC 或您的移动设备上离线工作。

- Google Health API

使用 Google 管理您的个人健康信息。

- iGoogle 开发人员主页（试验室）

在 iGoogle 的新沙盒中构建和测试您的小工具。

- iGoogle 主题 API（试验室）

为 iGoogle 主页设计动态主题。

- KML

使用 Google 地球、Google 地图和手机地图来创建和共享内容。

- Google Mapplets

创建嵌入 Google 地图站点的迷你应用程序。



- Google 地图 API

将 Google 互动地图与您网站的数据集成。**(注：可用于丰富网站内容)**

- 适用于 Flash 的 Google 地图 API

将 Google 地图集成到 Flash 应用程序中。

- O3D API (试验室)

完全通过 HTML 和 JavaScript 创建丰富的交互式三维网络应用程序。

- OpenSocial

创建可以跨多个网站工作的社交应用程序。

- Orkut 开发人员主页

为全球数百万 Orkut 用户创建社交应用程序。

- Picasa API (试验室)

创建自定义按钮并将文件上传到第三方服务。

- Picasa 网络相册数据 API

将 Picasa 网络相册加入到您的应用程序或网站中。

- Google 安全浏览 API (试验室)

下载可疑网络欺诈和恶意软件网址的列表。

- Google 安全数据连接器

将数据从防火墙之后连接到 Google 企业应用套件。

- Google Sitemaps

使 Google 可以快速抓取您的网站。

- Google SketchUp Ruby API

使用 Ruby 扩展 Google SketchUp。

- Social Graph API（试验室）

使用户可以将公共社会关系快速添加到您的站点。

- Google 电子表格数据 API（试验室）

使您的应用程序可以查看和更新 Google 电子表格内容。

- Google Static Maps API

将 Google 地图图片嵌入到您自己的网页中，而不需使用 JavaScript 或加载任何动态页面。

- 面向开发人员的 Google Talk（试验室）

将您的客户端或网络连接到 Google Talk 网络、添加 Chatback 或自定义 Google Talk 小工具。

- Google 工具栏 API（试验室）

使您可以为 Google 工具栏创建自定义按钮。

- Google 公交搜索供稿规范

为 Google 地图及其他应用程序提供公交路线和调度信息。

- V8



Google 的高性能开源 JavaScript 引擎。

- Google 可视化 API

创建能够以通用格式访问结构化数据的可视化界面和报告生成应用程序。

- Google Wave API

为 Google Wave 构建扩展或将 Google Wave 嵌入您的网站。

- Google 网页元素

使用 Google 网页元素，您可以轻松地将喜爱的 Google 产品添加到自己的网站中。

- Google Web Toolkit

使用 Java 语言创建 AJAX 应用程序。

- Google 网站管理员工具数据 API（试验室）

以供稿的形式查看和更新站点信息和 Sitemap。

- YouTube API

将 YouTube 视频集成到您的网站或应用程序中。

以上是目前 Google 提供的所有 API，但有一部分因为各种原因并不适用，在适用的部分中可以根据自己网站的实际需要来选用。我主要用到其中的 AJAX Search API、地图 API 和自定义搜索 API。

4.2.3 Google AdSense API

在 Web 2.0 方式的网站中，有很多网页内容都是用户提供的，如果能将 Google AdSense 收入与提供内容的网友分成的话，相信是会得到网友欢迎的。Google AdSense API 就是一个专门提供这种功能的平台软件，其特点如下。

- **与用户共享收益：**可以设置网站与创建内容用户之间的分成比例。网站还可以获得推荐 AdSense 新用户的奖金。
- **关心网站的社区：**通过允许用户共享他们在网站上操作产生的收益，鼓励他们参与更多网站的计划，有动力创建更高质量的内容。
- **集成用户体验：**AdSense 可以通过 API 来与网站无缝衔接，整个 AdSense 新账号创建、投放广告、监控效果，都可以结合到网站中。

限制条件是“只有用户页面的每日综合浏览量超过 100,000 的网站能够参加 AdSense API 计划”，我们的网站中有达到这个要求的，填写申请表后，马上收到了邮件回复，测试账号和密码，可以用于先前熟悉的 SandBox（沙盒，试验区）。

Google AdSense API 的文档都是英文的，比起很容易嵌入页面的 Google AJAX Search API、Google Maps API 来说，AdSense API 的运用还是要麻烦一些，需要用 Java/PHP 或者 Python 等来编程，以便实现账号管理、广告选择、渠道添加、报表输出、网站过滤等。

这个 AdSense API 的核心是让参与内容编辑的用户也新建（或者使用自己原有）AdSense 账户，由网站管理方来设置分成比例。我在 2006 年去上海 Google AdSense 开会的时候曾经听 mofile.com 说过这种模式，不过目前在国内运用者还是很少，国外的例子还是有一些。如果这种方式与我们一直在做的 Wiki 结合起来，相信还是能形成一定的特色。可后来我发邮件询问过 Google 中国 AdSense 团队的 Sophie，她说目前 AdSense API 项目在世



界范围内还在运作，但在中国已经因故暂停了。估计 Google 受不了中国太多“聪明人”了，网站也没有办法控制自己的用户不作弊。

所以这个 API 在中国国内目前还没有办法使用。如果要想实现网站与少量贡献内容用户的分成，还是有其他变通办法的，例如：

- **使用 URL 渠道：**对部分域名或者目录下设置 URL 渠道，每天自动发送定制 AdSense 报告到合作伙伴的邮箱。
- **使用 Analytics 统计：**对部分合作网站设立 Analytics 与 AdSense 的结合功能，然后将 Analytics 数据共享给合作伙伴。
- **使用另外 AdSense 账号：**在合作伙伴创建的页面中嵌入另外一个 AdSense 账号广告代码，可以自行在 AdSense 后台查看数据，需要说明的是一个页面中允许有多个 AdSense 账号代码出现，只要总体广告单元数量不超过 AdSense 计划政策规定的“3 个内容广告+3 个链接单元+2 个搜索框”就可以。

4.2.4 应用 Google API 丰富网站内容

我自己的网站中使用了 Google AJAX Search API 和 Google Maps API 来丰富网站内容。

例如在图 4-3 中调用了 Google AJAX Search API 中的资讯搜索、图片搜索、博客搜索和视频搜索，为浏览该页面的用户提供了更丰富的相关信息。

实际调用 Google API 的时候并不需要懂得编程，只需要会编辑 HTML 代码就可以，当然自己不懂 HTML 也可以请别人来帮忙。

在 Google Code 网站中，每个 API 都有介绍、文档、常见问题解答、文章、博客、网上论坛、使用条款等详细信息，甚至有向导界面，只需要在页面中设置一些选项，就可以预览结果、获取代码，如图 4-4 所示。



图 4-3 使用 Google AJAX Search API 后网页中嵌入了 Google 搜索结果



图 4-4 调用 Google 资讯搜索结果的向导界面

在本书中就不讲述更多实施细节了，只要按照官方网站的文档仔细调试就可以。

4.2.5 应用 Google API 提高 AdSense 收入

Google 的各种 API 调用结果中目前基本上没有广告，但 Google 公司保



留了未来添加广告的权利，在 Google Maps API 目前已经可以加入 AdSense 广告。

目前来说，应用 Google API 提高 AdSense 收入的办法并不是直接的，而是通过丰富网站内容来吸引浏览者间接提高 AdSense 收入。

Google API 可以看做是网页中的一个功能模块，如果其提供的信息很重要、很吸引人的话，可以放在 AdSense 旁边，从而提高 AdSense 的点击率和收入，例如图 4-5 中所示 Google Maps API 就放置在 AdSense 的右侧。



图 4-5 将 Google 地图搜索结果放置在页面中增加直观性，并吸引浏览者关注旁边的广告



诀窍

很多网站站长都感慨难以找到合适的素材来丰富网站，其实 Google 提供的各种 API 都是网上的精华信息，充分利用好的话，它将是一个信息宝库。

4.3 Google Ad Manager

4.3.1 Google Ad Manager 介绍

Google 公司虽然有众多产品，但收入几乎都是来自广告，因此在广告方面也做了很多深入的研发工作。2008 年，Google 推出 Ad Manager 这个产品，这是一种托管型的全面广告管理解决方案，可以管理直接销售广告、网络联盟广告和网站内部广告，在广告的销售、计划、投放、报告等各方面都有很强的功能，而且有一些智能比价系统，实现 AdSense 与其他广告的对比，使网站的广告收入最大化。

Google Ad Manager 系统运作的原理图如图 4-6 所示。



图 4-6 Google Ad Manager 系统运作的原理图

可以看到该系统是一个广告管理枢纽，管理来自 AdSense、其他广告联盟以及直销团队带来的广告，然后找出收入最高的广告，投放到网站中。

按照 Google 公司的说法，如果您符合以下情况，可以考虑在业务中使用 Google 广告管理系统。

- 运营包含预留广告资源和富余广告资源的大型网站。
- 直接向广告客户销售广告（或计划未来向广告客户直接销售）。
- 希望提高销售流程的效率并提高预测的准确性。



- 需要持续投放可带来最大收益的广告。
- 发现由于无法准确预测广告资源的可用性，总是有一些广告资源未能售出。

而我所在的网站目前并没有直销广告团队，大多数中小网站目前也难以有专人进行广告直销，但我觉得 Google Ad Manager 依然有用，主要是因为以下几个原因。

- 广告代码可以一次性部署，以后不用修改网站页面代码就可以控制广告内容。
- 方便投放百度联盟、内部广告等内容。
- 用自定义定位功能实现不同页面的相同广告位投放不同的广告。

广告管理的功能是今后很多网站广告发布商无法离开的重要工具，因此百度也在 2009 年推出了自己的广告管理功能，与 Google 的产品功能近似。

在 2010 年 3 月，Google 宣布 Ad Manager 这个产品升级到 DFP 广告管理系统标准版，DFP 是 DoubleClick 公司针对中小网站发布商的广告管理系统。

4.3.2 Google Ad Manager 功能

Google Ad Manager 系统提供了丰富的功能，如下所示。

- **广告资源管理：**广告资源分为“广告位置”、“广告产品”进行分级管理，广告资源可用性跟踪，广告标记生成及管理，避免反复修改网页代码。
- **收益优化：**AdSense 集成进入，与其他直接销售广告和联盟广告进行智能比价。
- **广告定位：**通过内置定位选项和自定义定位标准来对广告进行定位投放。

- **广告投放管理、广告投放和下订单：**丰富、灵活的广告控制手段。
- **广告和富媒体管理：**富媒体支持、免费广告托管、支持重定向广告。
- **报告：**按照订单、广告资源、总体销售等各种情况提供报告，符合国际标准。
- **用户界面：**搜索功能、直观的工作流程、AdSense 渠道集成、浏览器会话支持。
- **账户管理：**访问权限控制、联系人管理、支持多国语言和货币。

Google Ad Manager 中的投放优先级是一个重要而又有些难以理解的概念，下面进行具体说明。

- **独占：**这是固定位置广告系列和以时间为基础的广告系列的首选订单项类型。
- **优先和标准：**适用于以展示为基础的广告系列。
- **补余和联网补余：**针对未售出的广告资源。联网补余每日的数量不受限制，也可不规定结束日期。
- **内部：**针对未售出的广告资源。

我在一开始也不是很理解这些概念，但接触多了，反复设置就能逐步清晰，再参加 Google 公司组织的网上培训课程后，就能全面理解，并在自己的网站中灵活运用。

4.3.3 Google Ad Manager 与 AdSense 的结合

在 Google Ad Manager 中的广告位置可以启用 AdSense，其好处如下。

- **最大限度地提高网站收入：**与 Google 广告管理系统集成后，Google AdSense 能自动使未售出和补余广告资源的收入实现最大化。



- **展示能吸引用户的广告：**AdSense 不光考虑了简单的关键字匹配，还考虑到了网页的内容和相关情况，能使 Google 广告与每个网页相匹配。
- **享受到最大的在线广告客户网络：**数十万个广告客户参与广告空间竞价，您将能享受到那些相关性最高、付费最高的可用广告。
- **选择多种广告格式：**AdSense 广告提供文字、图片、视频和富媒体格式。各种格式的广告都参与 AdSense 广告竞价，有助于您的网站获得尽可能高的收入。

如果启用 Google AdSense 有如下优点。

- 自动在您的网站上展示内容相关、不具侵扰性的广告。
- 填充未售出的广告资源。
- 避免提供免费展示、未投放广告或损失潜在收入。

AdSense 将在价格上针对您的补余和内部广告资源进行竞争。也就是说，AdSense 仅在与其它备选方案相比能让您得到更多回报时才投放广告。

4.3.4 应用 Ad Manager 提高 AdSense 收入

AdSense 广告出现的条件如下所示。

- 该广告位置已启用 AdSense。
- 所关联的订单项类型是“补余”或“内部”。
- 相应 AdSense 广告的每千次展示费用高于其他备选广告。

实际实施时需要先在 Google Ad Manager 中设定默认 AdSense 设置，如图 4-7 所示。

然后在相应的广告位置开启 AdSense 设置，如图 4-8 所示。



图 4-7 Google Ad Manager 中默认 AdSense 的设置



图 4-8 在设定的广告展示位置开启 AdSense 广告

如果不需要与其他广告竞争的话，直接从展示位置生成示例 HTML 复制代码到网页中就可以。

如果需要与其他广告竞争的话，可以创建“补余”或者“内部”订单，给出对应广告的每千次展示价格，当 AdSense 价格更高的时候才会出现。



另外，还可以在展示位置中对广告位进行详细说明，吸引广告主的定向投放，如图 4-9 所示。



图 4-9 填写广告位的说明，在 Google AdWords 和 Ad Planner 中向广告主宣传介绍



诀窍

凡是有可能促进 AdSense 收入提高的办法，都值得去尝试，Google Ad Manager 的理解、设置对于中小站长来说麻烦一些，但还是应该去使用。

4.3.5 应用 Ad Manager 发布其他广告内容

除了 AdSense 以外，其他直接销售的广告、其他网络联盟广告以及网站内部广告都可以通过 Ad Manager 来统一管理发布，具体流程如下所示。

- 在“订单”栏目中选择“新订单”或者“新广告联盟订单”。
- 设置该订单，并进入“新订单项”。
- 设置新订单项，并进入“上传广告”。
- 再选择广告类似为“多媒体”，将其他广告代码嵌入“代码段”并保存即可。

Ad Manager 的官方帮助中心有更详细的使用说明和视频教程可供参考。

4.4 Google Ad Planner

4.4.1 Google Ad Planner 介绍

Google 在推出 Ad Manager 以后不久,又推出了一项与广告有关的新服务 Ad Planner,也就是 Google 广告计划系统,这是一项免费的媒体计划工具,主要是供广告主(通过 Google 发布广告的客户)研究潜在用户喜欢访问的网站以便作出广告计划决策。

使用 Google Ad Planner,可以进行如下操作:

- 根据人口统计数据 and 兴趣分类来定义用户。
- 搜索与你的用户相关的网站。
- 查看超过 40 个国家的一百万个网站的统计数据。
- 创建愿意投放广告的网站列表并保存到媒体计划中。
- 为媒体计划生成网站统计。

目前 Google Ad Planner 还只有英文版,但可以查看中文网站,以及输入中文内容,登录后网站界面如图 4-10 所示。



图 4-10 Google Ad Planner 登录后看到的截图,目前是英文界面



4.4.2 Google Ad Planner 功能

目前 Google Ad Planner 的功能主要分为以下三个部分。

- **Search:** 对网站和用户进行研究。
- **Media Plan:** 保存和修改媒体计划。
- **Pulishers:** 广告发布商中心。

做 AdSense 的网站运营者一般都是做广告的发布商，而自己去投放广告的并不是很多。所以上面介绍的前两项 Google Ad Planner 功能用得不多（第一项可以用于研究竞争对手的网站），主要是用到发布商中心的功能。

4.4.3 Google Analytics 与 Google Ad Planner 的数据整合

Google Ad Planner 是在 2009 年新推出的 Publisher Center，是对各种数据进行整合的工具。可以从 Google Webmaster Tools（Google 网站管理员工具）中确定导入拥有的网站，然后对网站进行介绍说明、分类设置、广告格式设置，并可以让 Google Analytics 的数据（只有 Unique visitors (cookies) 和 Page Views 两项）共享出来，与 Ad Planner 提供的基础数据一起，供广告商准确了解真实情况，如图 4-11 所示。



图 4-11 网站所有者可以在这里查看自己网站的统计，还可以分享 Analytics 数据让潜在广告主充分了解

4.4.4 应用 Ad Planner 提高 AdSense 收入

如果您的网站有一定流量和名气，可以在 Ad Planner 中的发布商中心对网站进行进一步的宣传，将要宣传的各个网站都加入到发布商中心来（需要先使用 Google Webmastertools 来验证对域名的所有权），如图 4-12 所示。

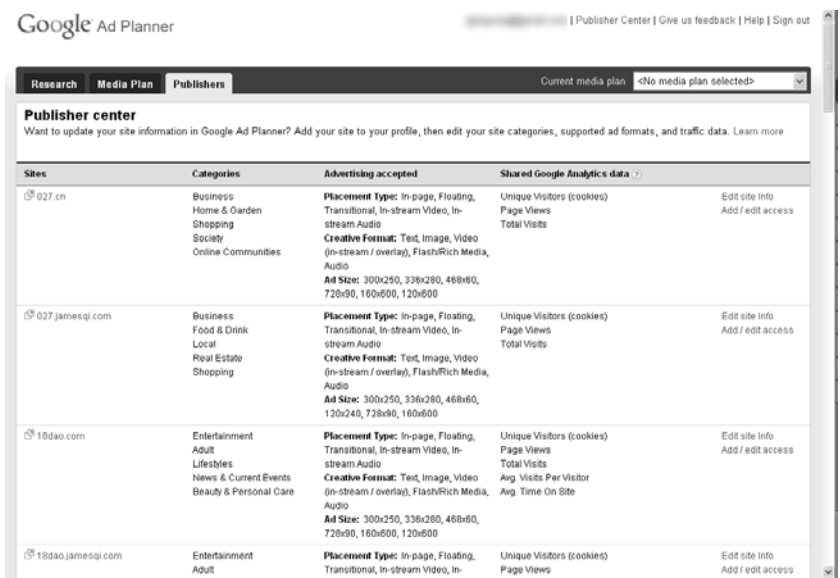


图 4-12 通过 Google Ad Planner 的发布商中心来管理自己网站的展示

然后在每个网站的信息中加入网站描述、广告服务介绍网址、所属分类、可接受的广告形式及尺寸、网站流量数据等，如图 4-13 所示。

这样使用 Ad Planner 的广告主就可能获得这些信息并将广告投放到您的网站中。

Google 的多项与广告有关的产品之间是有互相关联的，在 Google Ad Manager 中的展示位置也可以对位置进行说明，并选择将说明发布到 Google Ad Planner 中去。

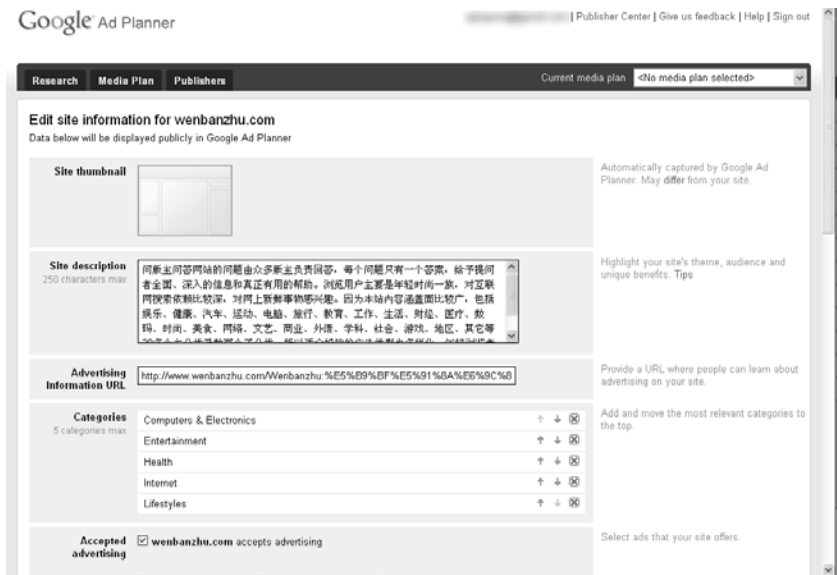


图 4-13 填写网站描述、分类、可接受的广告格式等信息，吸引广告主关注

4.5 Google AdWords

4.5.1 Google AdWords 介绍

AdSense 发布商应该都知道其网站上发布的广告一般都是广告主通过 AdWords 发布而来。因此了解、试用 AdWords 对于 AdSense 发布商来说很有必要，对 AdWords 越了解，对 AdSense 收入的提高也越有帮助。

AdWords 目前几乎是 Google 公司收入的全部，所以 Google 公司非常重视，不断地在将 AdWords 做得更好。

广告主可以在其中方便快捷地制作和投放广告，广告可以在以下位置出现。

- **Google 搜索网站：**一般是在 Google 搜索结果页面的右侧或者少量

在顶部、底部，与 AdSense 发布商无关。

- **AdSense 联盟网站：**这就是广告主将广告投放在加入 AdSense 计划的网站中，又有以下两种投放方式可以选择。
 - **定向投放到某个网站：**广告主指定投放在某些加入 AdSense 计划的网站中。
 - **按关键词匹配投放：**由 Google 自动匹配投放在计入 AdSense 计划的网站中。

广告主投放到“Google 搜索网站”中的广告与 AdSense 发布商无关，只有广告主投放到“AdSense 联盟网站”中的广告 AdSense 发布商参与分成。一般联盟网站上出现的广告多是广告主“按关键词匹配投放”的，这类广告的单价不是太高，要想获得更高的收入，联盟网站有必要设法吸引广告主以“定向投放到某个网站”的形式投放广告到自己的网站上来，这样在有更多的广告主竞价的情况，广告收入自然会更高。

4.5.2 Google AdWords 功能

只要有 Google 账号，就可以马上申请加入 AdWords，而不需要预存费用，因此都可以去加入试用。

登录后可以看到网站界面和主要的菜单如图 4-14 所示。

可以看出主要包括广告制作及修改、优化、报告、结算等部分。

在优化部分有 3 个工具对于 AdSense 发布商来说特别有用，分别介绍如下。

- **关键字工具：**输入相关的字词或者网址，系统会给出可选的关键字推荐。



图 4-14 Google AdWords 登录后看到的界面截图

- **基于搜索的关键字工具：**生成与网站高度相关并且非常具体的关键字和目标网页建议，此工具有助于发现 AdWords 广告系列目前尚未发掘的其他广告机会。
- **搜索分析：**查看关键字的搜索趋势，并可以根据分类来排列热门关键字。

4.5.3 Google AdWords 关键字工具

下面以关键字工具为例来说明如何发掘新的内容。

可以在关键字工具中先输入自己的网站网址，得到系统默认给出的推荐关键字，如图 4-15 所示。

系统给出了上百个相关关键字，网站管理员可以查看每个关键字每次点击费用、广告竞争程度、搜索量等信息，将其中值得深入挖掘广告收入潜力的部分关键字，来制作专门的页面进行介绍或者完善原有的页面。例如在图 4-16 中可以看到“长途电话”等关键字很热门。



图 4-15 Google AdWords 的关键字工具界面截图

与 国际 长途 有关的关键词 - 按相关性排序 ②							添加所有 10 个关键词了		
国际 长途 电话	1-3	¥2.99		5,400	5,400		三月	添加	✕
国际 长途	1-3	¥2.69		49,500	49,500		九月	添加	✕
台湾 国际 长途	1-3	¥0.34		数据不足	110	无数据	无数据	添加	✕
国际 长途 电话卡	1-3	¥4.80		1,300	1,600		三月	添加	✕
国际 长途 ip	1-3	¥2.69		1,300	1,300		八月	添加	✕
与 电话 有关的关键词 - 按相关性排序 ②							添加所有 5 个关键词了		
免费打 电话	1-3	¥4.30		60,500	49,500		十月	添加	✕
国际 电话	1-3	¥3.67		74,000	60,500		四月	添加	✕
电话 交换机	1-3	¥6.71		49,500	60,500		九月	添加	✕
北京 电话	1-3	¥0.34		数据不足	201,000	无数据	无数据	添加	✕
国龙 电话	1-3	¥3.45		165,000	165,000		八月	添加	✕
原分 电话	1-3	¥3.91		301,000	246,000		八月	添加	✕
国威 电话 交换机	1-3	¥5.37		2,900	2,900		六月	添加	✕
电话 包月	1-3	¥2.65		135,000	40,500		十一月	添加	✕
ip 电话 申请	1-3	¥0.34		58	170		二月	添加	✕
北京 ip 电话	1-3	¥4.34		880	880		十一月	添加	✕
国威 集团 电话	1-3	¥3.97		4,400	6,600		六月	添加	✕
查找 电话	1-3	¥0.34		数据不足	3,600	无数据	无数据	添加	✕
澳洲 电话	1-3	¥0.34		数据不足	2,400	无数据	无数据	添加	✕
电话 号 查询	1-3	¥0.34		27,100	22,200		九月	添加	✕
电话 总机	1-3	¥3.75		8,100	6,600		十二月	添加	✕
电话 查询	1-3	¥0.34		数据不足	5,400	无数据	无数据	添加	✕
网通 ip 电话	1-3	¥5.11		16	880		四月	添加	✕
苏州 电话	1-3	¥0.34		数据不足	27,100	无数据	无数据	添加	✕
马来西亚 电话	1-3	¥0.34		数据不足	1,900	无数据	无数据	添加	✕
17909 电话	1-3	¥0.34		数据不足	320	无数据	无数据	添加	✕
nec 电话 交换机	1-3	¥3.66		1,300	1,600		七月	添加	✕

图 4-16 Google AdWords 后台中根据网站列出的关键字相关信息

另外，可以将上面得到的关键字输入到按照“说明性字词或者短语”



来生成关键字提示，这样又可以得到更多的可用关键字。

例如，输入“长途电话”可以获得更多的相关关键字，如图 4-17 所示。



图 4-17 Google AdWords 后台中根据关键字扩展出来的相关字词信息



诀窍

通过以上获得的这些关键字，可以对网站内容进行优化和补充，增强网站吸引高价广告的能力。

4.5.4 基于搜索的关键字工具

与上面的关键字工具类似，基于搜索的关键字工具也可以为网站提供更多的关键词可供选择，如图 4-18 所示。



图 4-18 Google 基于搜索的关键词工具提供的详细数据，都是改进网站的有用信息

4.5.5 应用 AdWords 提高 AdSense 收入

使用 AdWords 中有以下几个办法可以用来提高 AdSense 收入。

- 了解 AdWords 运作机制，在 AdSense 中做自定义渠道吸引定向投放。
- 运用关键词工具，发掘更多合适关键字来完善网站。
- 运用基于搜索的关键词工具，发掘更多合适关键字来完善网站。
- 运用搜索分析，发掘更多适合关键字来完善网站。
- 在 AdWords 中投放广告，吸引用户来访问（要注意投入产出比）。

4.6 Google 网站管理员工具

4.6.1 Google 网站管理员工具介绍

Google Webmaster Tools 的前称是 Google Sitemaps，从一个只是提交网



站地图的功能逐步发展为比较全面的网站管理工具。

同样这也是一项免费的服务，拥有 Google 账号就可以直接申请，然后将自己的网站加入，登录后可以看到网站列表，如图 4-19 所示。

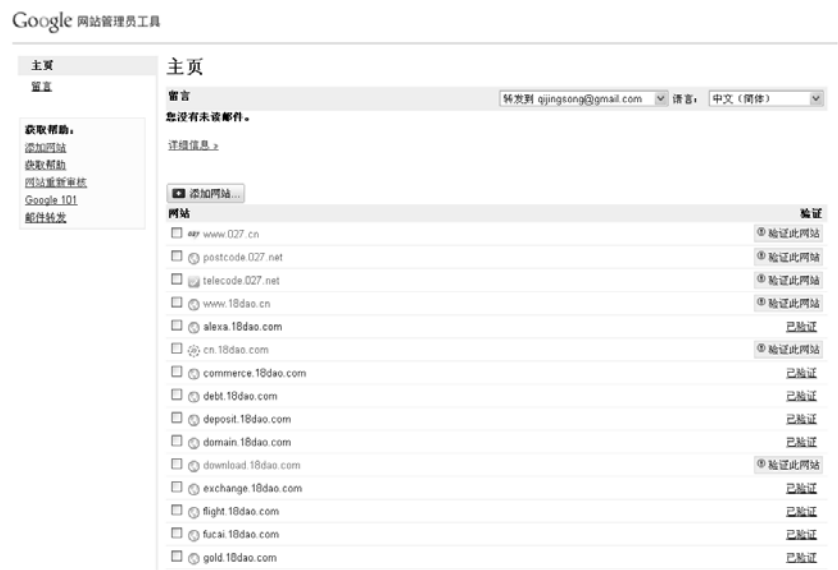


图 4-19 Google 网站管理工具登录后看到的网站列表界面截图

4.6.2 Google 网站管理工具功能

添加到 Google 网站管理工具中的每个网站都有如下的功能。

- **控制台：**集中主要信息的初始界面。
- **网站配置：**包括 Sitemaps、抓取工具访问、网站链接、地址更改和设置。
- **您的网站如何在网页搜索结果中：**包括热门搜索查询、指向您网站的链接、关键字、内部链接和订阅用户统计信息。
- **故障诊断：**包括抓取错误、抓取统计信息和 HTML 建议。
- **试验室：**包括像 Googlebot 一样抓取恶意软件详细信息、网站性能。

每个网站的菜单如图 4-20 所示。



图 4-20 Google 网站管理员工具中单个网站的管理功能菜单

4.6.3 应用 Google 网站管理员工具提高 AdSense 收入

Google 网站管理员工具与 AdSense 没有直接的关系，但可以用来设法提高网站的浏览器从而间接提高 AdSense 收入，可以采取的办法包括以下几种。

- **提交网站地图：**提交各种版本的网站地图，提高收录覆盖面和收录速度。
- **检查网站错误：**系统会提示 Googlebot 遇到的各种错误，可以对照排除故障。
- **关键字查询：**查看热门搜索、外部链接、内部链接、关键字等信息，有针对性修改完善网站。
- **排查恶意软件：**如果 Google 搜索中提示网站中包括恶意软件，可以在管理员工具中看到详细提示，排除恶意软件后重新向 Google



提出收录要求。

- **改变抓取速度：**可以看到 Googlebot 来访的频率，如果有必要可以人工设置要求 Googlebot 修改抓取速度。



诀窍

Google 网站管理员还在不断推出新功能，例如：查看模仿 Googlebot 抓取的结果、网站性能概况和提高速度建议等，即使不做 AdSense 的网站都有必要使用这个工具。

4.7 其他辅助工具

4.7.1 网站监控服务

网站对于网站运营者来说就像门面对于商店一样重要，如果网站无法访问的话，相当于商店关门，因此保持网站的正常运行是很重要也是很基础的工作。

而网站在运行时可能会遇到各种问题而导致无法访问，典型的情况如下所示。

- 网站所在服务器死机而导致网站无法打开。
 - 网站所在服务器负载过忙而导致网站速度非常慢。
 - 网站所在服务器上部分服务（例如程序、数据库）出故障而导致页面报错。
 - 网站所在服务器磁盘空间满，无法上传文件。
 - 网站被黑客入侵导致带有病毒代码。
 - 网站嵌入的外部服务链接变化导致网站内容出错。
-

上面每一种都可能成为网站运营的噩梦。网站管理员不可能 24 小时盯着网站看，因此很需要监控服务来代替人工巡查，具体有以下几种方式。

- **免费监控服务：**网上有一些提供免费网站监控服务的网站（例如：site24x7.com 提供的免费服务），在监控的网站数量、时间间隔、报警方式上有一定限制，可以满足业余网站的需要。
- **收费监控服务：**国外国内都有提供收费监控服务的网站（例如：site24x7.com 提供的收费服务），有各种收费套餐，能提供无限数量的网站监控，时间间隔可调，报警有邮件、短信等多种形式，可以满足专业网站的需要，不过价格有一些贵。
- **安装监控软件：**如果有现成的服务器，还可以安装一套监控软件（例如：Radar Website Monitor）来实现更多网站的监控，监控软件也有不少选择。



诀窍

短信方式通知是目前最方便的，不过监控服务提供商出售的短信通知服务都偏贵，可以选用一般都免费的邮件通知方式，然后发送到与手机绑定的邮箱，例如电信手机信箱、联通手机邮箱、移动手机邮箱，只需要每个月几元钱，就可以使邮件通过短信转发到手机上。

4.7.2 数据备份机制

即使网站加上了监控服务，只是保证了当时可以访问，而如果因为硬盘损坏等原因引起数据丢失并没有办法，因此对网站的数据备份非常重要。

对于不同的网站可以有不同的备份周期和手段。

- 不常更新的网站

如果网站以提供信息浏览为主的话，因为数据变化不频繁，也可以降低备份频率，以周或者月为备份间隔，甚至有些网站上线后很少变化，只



需要上线前在本地备份就可以。

- 经常更新的网站

如果网站还有网友互动部分，也就是用户可以留言、评论、提问等操作，这时必须缩短备份间隔，保证万一出现硬件故障也不至于丢失过多数据，一般可以以天或者小时为备份间隔。

- 不能中断的网站

而对于大型互动网站来说，需要采取冗余热备份的方式来保证每时每刻的数据安全，保障网站时时在线。

以我本人所在网站为例，有多台服务器、多种服务，我们的备份策略是每日备份，凌晨服务器自动启动备份脚本，将目录文件打包、将 MySQL 数据库导出备份到本地硬盘，然后上传到专门备份服务器或者备份硬盘中。而且每天白天还会有人工检查备份是否成功，每个季度从备份服务器或者备份硬盘中复制一份全备份数据。



提醒

数据备份的重要性怎么强调都不为过，一个网站因为硬盘损坏而丢失几年累积数据的故事时有发生，希望大家不要遇到这样的事情！