

第7章 相关资源列表,帮助信息索引

为了方便读者快速找到相关资源,以及今后继续学习提高,本书的最 后一章内容收集整理了相关信息,其中包含以下几节,每节中又分了若干 小节。

- 社区资源
- 帮助信息
- 优化资源
- 参考书

当读者遇到需要查找资料的时候,可以通过本章内容方便迅速地获得, 并且通过提供的本书以外扩展信息,得到更多的帮助和交流。

Google AdSense galage

——谷歌广告网上赚钱揭税

7.1 社区资源

7.1.1 AdSense 博客,来自官方的信息

AdSense 中文官方博客由 Google 公司 AdSense 团队维护,是最权威的 中文 AdSense 信息来源,包含了 AdSense 方面各种官方消息,该博客的内 容分类标签包括以下几项。

- AdSense 政策
- 发布商经验谈
- 付款
- AdSense 服务
- AdSense 产品
- AdSense 优化
- 关于 AdSense 博客
- 新发布商专题
- Google 广告管理系统

AdSense 中文官方博客网址为: http://adsense.googlechinablog.com/ (简体)

另外还有不是 AdSense 但与 AdSense 相关的 Google 官方博客:

Google 中文网站管理员博客: http://www.googlechinawebmaster.com/(简体)

🖌 诀窍

□ 该博客内容可以直接通过 Web 方式访问,也可以用邮件方式订阅新内容,习惯 使用 RSS 阅读器的用户还可以订阅 RSS Feed (例如通过 Google Reader)。



7.1.2 AdSense 论坛, 互相交流的场所

通过论坛与其他发布商进行交流是一个很好的途径,论坛有官方和非 官方的,通过官方论坛还可以与 Google AdSense 团队交流,讨论类别包括 以下几种。

- 收入与付款
- 政策咨询与账户申诉
- 技术疑难解答
- 站长交流区
- 身份证验证专区
- 电子转账测试专区
- 发布商见面会讨论专区

具体网址如下:

- AdSense 中文官方论坛:
 http://www.google.com/support/forum/p/adsense?hl=zh-CN
- AdSense 相关的中文非官方论坛:

广告街论坛 Google AdSense:

http://www.adjie.com/forumdisplay.php?fid=10

中文 Google 论坛 AdSense:

http://www.googlebbs.net/list.asp?boardid=52

落伍者站长交流平台 Google adsense:

http://www.im286.com/forumdisplay.php?fid=69

● 与 AdSense 相关的其他 Google 服务官方论坛有如下几项。

Google AdSense yakam

——谷歌广告网上赚钱揭秘

Google 网站管理员论坛:

http://www.google.com/support/forum/p/webmasters?hl=zh-CN

Google 广告管理系统论坛:

http://www.google.com/support/forum/p/admanager?hl=zh-CN

💙 诀窍

新加入 AdSense 计划的发布商可以多看一看各个论坛中其他人讨论的内容,这样便于快速了解,自己有问题也可以在论坛中求助。

7.1.3 在线研讨会,重要的学习机会

我曾经在上海、武汉、北京几个地方参加过 Google 组织的 AdSense 培 训、讲座和峰会,也有专门的 AdSense 客服经理负责沟通,但有时仍然觉 得联系不是太多,希望获得更多的培训学习机会。而普通的 AdSense 发布 商可能与 AdSense 团队联系的机会更少,主要都是靠自己摸索,其实还有 一个很好的学习、沟通方式,就是在线研讨会。

这是 Google AdSense 中国团队为发布商提供的免费学习培训机会,已 经举办过的在线研讨课程如下所示。

1. 2009年12月9日 (星期三)下午2:00

注意力效应,内容类网站优化攻略

内容类网站如何根据自身网站布局进行广告优化配置,通过区段代码进行广告匹配度的提升,国内外优质案例分享。

- 内容类网站最佳实施案例
- 区段定位实施及格式设置技巧
- 其他实战广告优化小贴士
- 2. 2009年12月23日 (星期三)下午2:00



Google广告管理系统助您全面提高网站赢利能力

如果您的网站在投放 AdSense 广告的同时也在投放直销广告,内部广告或者其他联盟的广告,那么现在您可以用 Google 广告管理系统来一站式销售、管理、投放和跟踪您所有的广告,此次培训我们将会由 Google 广告管理系统的专家来给大家介绍。

- 用 AdSense 广告来直接补充您的直销广告的空档或者未售出的广告资源
- 在广告管理系统中设置 AdSense
- 启用定位广告
- 运行 AdSense 报告

在线研讨会使用的步骤如下所示。

- 在 AdSense 在线培训网址上选择自己感兴趣的内容,进行预先注 册,稍后会收到来自 Google 的确认邮件。
- Google 公司在培训的前一天和当天都会通过邮件或者短信进行提 醒,并告诉参加的具体办法、网址、密码等。
- 预定时间提前 20 分钟以上进入相应的培训链接就可以接入会议, 注意下载好软件、调试好耳机和麦克风。
- 参与会议期间如果遇到网络效果不好,还可以拨打培训提供的免费 800 或者 400 电话号码来参与。
- 培训完毕事后,Google 一般都会把培训课程制作成可以下载查看 的资料,供已经参与者回顾或者没有参加者查看。

在线培训网址为:

http://www.google.com/adsense/support/bin/answer.py?answer=22045&sou rceid=aso&subid=ww-ww-et-resourcestab&medium=link

Google AdSense yakay

—谷歌广告网上赚钱揭秘

另外还有 Google AdManager 也有类似在线培训,网址为:

http://www.google.com/admanager/login/zh_CN/webinars.html

已经进行过的培训资料有以下几个。

- Google 广告管理系统 培训系列一:"挖掘网站广告价值"。
- Google 广告管理系统 培训系列二:"广告投放 ABC"。
- Google 广告管理系统 培训系列三:"闲置资源收益最大化"。
- Google 广告管理系统 培训系列四:"揭秘 Google 广告系统的智能大脑"。
- Google广告管理系统 培训系列五:"走近AdSense智能动态竞价"。

诀窍 强烈推荐发布商尽可能参加 Google 提供的在线培训课程,这是非常难得的学 习和沟通机会,非常直观和方便!

7.1.4 AdSense 日历

AdSense 日历是一个日程表服务,提示发布商周期性的付款计划、系统 维护和近期活动。可以将该服务加入到个人自己的日历服务(Google Calendar)中。

http://www.google.com/calendar/embed?src=adsense-calendar@google.com&hl =zh_CN

另外还有一个 AdSense Training Calendar 是用于培训日程提示, 网址如下。

http://www.google.com/calendar/embed?height=600&wkst=1&bgcolor=% 23FFFFF&src=7eq4cvd6goavvs5ae8btmo3aqs%40group.calendar.google.com &color=%23A32929&ctz=Asia%2FShanghai



7.2 查找帮助信息

7.2.1 帮助中心

Google AdSense 官方帮助中心是发布商得到支持的必看内容,网址为:

http://www.google.com/adsense/support/

包括以下几个部分。

- AdSense 基础知识
- 我的账户
- 将 AdSense 添加到我的网站
- 定制我的广告
- 产品与功能
- 报告与收入
- 付款

议 诀窍

帮助中心集中了几乎所有发布商需要的信息,新手应该全部认真查看一遍。

7.2.2 演示材料与指南

Google 公司为 AdSense 发布商准备了充分的在线演示材料及指南,具体请查看以下网址:

http://www.google.com/adsense/support/bin/answer.py?answer=34028

网页中包括以下一些内容。

Google AdSense galage

——谷歌广告网上赚钱揭秘

1. 使用入门

了解如何使用 Google AdSense。下列书面材料和多媒体教程介绍了如何建立并启动 AdSense 账户的基础知识。

- 新发布商在线教程(仅提供英文版,需要 Macromedia Flash):帮助您尽快掌握 AdSense 产品的使用流程和各项功能。
- Generating Ad Code Video
- Managing Ads Video
- 快速入门:介绍注册和快速启动账户的基础知识的书面指南。所
 涉及的主题包括登录账户、生成广告代码以及实施广告代码的技巧。
- **启动演示**(仅提供英文版,需要 Macromedia Flash):了解如何以及在何处粘贴广告代码,并在网站上发布广告。如何随后使用您自己的网络编辑器、免费注册 Blogger 或 Google Page Creator 网页,在几分钟内开始展示广告。
- 广告代码演示帮助(仅提供英文版,需要 Macromedia Flash):引导您逐步将广告代码添加到网站,包括如何使用两种常见的HTML编辑器来实施代码。另外,了解如何解决可能遇到的基本广告代码问题。
- 2. 付款

通过下列资源了解 Google 的付款系统,并查找关于一般付款问题的答案。

- 付款:熟悉付款系统的工作方式。包括有关付款时间、账户效果
 以及如何设置暂停付款等方面的信息。
- 付款演示简介(提供英语、法语、德语、意大利语、波兰语和西班牙语版本;需要 Macromedia Flash):了解可用的付款方式并学习从点击广告到账户进账的 AdSense 付款过程!

258



 付款计划演示(仅提供英文版,需要 Macromedia Flash):了解处 理付款、将付款送达或汇入银行账户的时间安排。此外,还概述 了重新发放已重新记入账户的收入的过程。

3. 疑难解答向导

使用以下自助教程可解决已实施广告代码或竞争性广告过滤器的新发布商所遇到的常见问题。

- 广告和搜索疑难解答:如果您的网站上没有显示广告或搜索框, 或者在显示不相关的广告或公益广告(PSA),本疑难解答工具可 助您一臂之力。通过一系列"是/否"快答问题,我们会找到症结 所在并帮助您解决问题。
- 4. 高级功能与优化

通过以下书面材料和多媒体教程,除了更详细地了解一些高级功能, 还可学习关于优化 Google 广告效果的实用建议。

- 优化演示(仅提供英文版,需要 Macromedia Flash):了解广告的 大小和展示位置能如何帮助您最大限度地提高 AdSense 的收入。
 此演示材料也对渠道做了说明,并考察了三个成功的 AdSense 发 布商及其运作方法。
- 成功案例:读一读最成功发布商的成功案例,看他们如何使用
 Google AdSense 实现网站和业务的增长。
- **优化建议:** 通过优化 Google 广告的效果来最大限度地提高收入的建议。
- 竞争性广告过滤器:有关如何在网站上阻止特定广告展示的信息。
 包括如何设置竞争性广告过滤器、使用预览工具以及有效拦截竞争对手网址的技巧。
- 替代广告:了解如何最有效地利用广告空间。内容涵盖指定颜色、
 图片、HTML页面或当 Google 广告无法使用时折叠广告单元。

Google AdSense galage

诀窍

——谷歌广告网上赚钱揭秘

 利用渠道进行优化:引导您逐步创建 URL 渠道和自定义渠道,着 重介绍如何最有效地利用渠道对网页进行跟踪并优化广告的效果。

Google 公司提供的演示材料能帮助发布商直观了解相关信息,值得在线观看或者下载保存。

7.2.3 疑难解答向导

Google 为解决已经实施代码的新发布商面临的常见问题,推出了 AdSense 问题排查工具,网址为:

http://www.google.com/adsense/support/bin/answer.py?answer=63485

这里主要涉及以下两种广告。

- AdSense 内容广告 (Google 广告)
- AdSense 搜索广告(搜索框)

通过一步步的回答系统的提示,系统会给出故障原因及解决办法。

7.3 优化资源

7.3.1 优化技巧

Google 官方支持中心包含了优化技巧方面的内容,网址为:

http://www.google.com/adsense/support/bin/static.py?page=tips.html

内容包含如下几项。

第7章 相关资源列表,帮助信息索引



1. 开始使用:优化要点

- 用渠道测试您的成功程度。
- 创建报告模板,简化程序并节省时间。

2. 设计成功的广告

- 我应该使用哪种广告格式?
- 哪些调色板最成功?
- 图片广告可增强多样性和竞争力。

3. 透析广告的位置

- 我应该将 Google 广告放在网页的何处?
- 用多个广告单元最大化广告空间。

4. 针对特殊网站的广告策略

- 使 AdSense 与论坛相称。
- "博"而广之——优化博客中的广告。

5. 广告单元之外的想法

- 链接单元有助于您最大限度地利用有限的空间。
- AdSense 搜索广告——为您的网站设置自定义搜索。
- 利用其他 Google 产品获得最大成功。

6. 巧妙地使用特色

- 保持较小的过滤列表。
- 通过区段定位突出重要内容。

~ 诀窍

Google 公司官方提供的 AdSense 优化办法很简单、清晰,关键是发布商在自己的网站上不断尝试、运用才能收到效果。

Google AdSense ydage

——谷歌广告网上赚钱揭秘

7.3.2 成功案例

AdSense 帮助中心提供了一些成功案例,网址为:

http://www.google.com/adsense/static/zh_CN/Success.html

目前网站上主要是几个国外网站运用 AdSense 提高广告收入的案例。

7.3.3 发布商工具

AdSense 帮助中心还提供了一系列发布商工具,让发布商将主要精力集中在内容制作方面,而 Google 公司提供网站分析、提高访问量等工具,网址为:

http://www.google.com/adsense/static/zh_CN/Publishertools.html

包括以下几项工具。

- 1. 提高网站的访问量
 - 通过 Google Sitemaps 帮助人们找到您更多的网页。Google Sitemaps 是帮助改善您的网站在 Google 索引中的覆盖面的一种便 捷方法。这是一个能够让您直接与 Google 交流的协助式抓取系统。 您可以向 Google 提供有关您所有网页的具体信息,如网页的最新 修改时间或网页的更改频率,从而获得更为智能的抓取。
 - 使用 Google Analytics Web 分析了解访问量趋势。您可以简便地 访问直观的图表,准确显示您的网站所发生的任何变化。您可以 精确地确定您的网站上的哪些链接和网页颇受读者青睐,以及哪 些链接和网页不受用户欢迎。或者,您可以精确地了解您网站的 读者来自哪个网站、国家/地区、州/省和城市。
 - 通过 Google AdWords 提高网站的访问量。通过 Google AdWords,



您可以自行制作广告,选择关键字,并帮助我们将您的广告与您 的受众匹配。收费原则是点击付费,不点击不付费。也就是说, 只有当您的广告产生效果后,您才需要付费。

- 使用"添加到 Google"按钮及时通知读者您的内容更新。Google 的个性化主页 iGoogle 拥有数百万的用户。使用"添加到 Google" 按钮,您的读者可以轻松将您的供稿或小工具添加到他们的 iGoogle页面,提醒他们每次访问 iGoogle 时都返回浏览您的网站。 您只需填写一些基本信息,然后将一小段 HTML 代码插入您的网 站就可以了。
- 2. 在网站上添加互动功能和社区
 - 通过 Blogger 与读者互动。使用博客轻松地向读者提供新闻、照片 和视频,并鼓励用户通过用户评论来进行反馈和互动。
 - 利用 Google 企业应用套件让您的组织更加有效地协作。使用 Google 企业应用套件,您和同事可以利用 Google 极富创新的沟通 和协作应用程序来节省 IT 成本和提高工作效率。Google 企业应用 套件包括自有品牌的 Gmail、Google 日历、Google 文档、Google Talk 以及初始页等,您可以使用自己的品牌和内容对其进行自定义。 而且,这些服务全部由 Google 托管,因此,您无需安装或维护任 何硬件或软件。
 - 使用 Google 文档共享文档和电子表格。即便位于不同的位置,您 和您的同事也可以展开实时协作,并且所有人始终都可以看到最 新的版本。AdSense 发布商可以使用 Google 文档创建和共享网站 内容、编辑 HTML 或文本格式的网页模型,或者管理营销计划、 合同、建议方案和预算。
 - 通过 Google 网上论坛与您的成员进行合作。创建可自定义的论坛 与您的成员共同制作网页,上传并共享文档(包括图片),建立电 子邮件列表,还能一起讨论。

Google AdSense yatam

——谷歌广告网上赚钱揭秘

- 3. 利用 AdSense 的其他功能获取更多收益
 - 透过推荐链接、宣传 AdSense 以及 Firefox 并获得更多收益。将推荐按钮加入您网站,您可以把实用的产品,例如 AdSense 和 Firefox 介绍给用户,同时您也可以为自己创造更多收益。您如果 不是 AdSense 发布商,您需要先申请才可使用推荐链接。
 - 利用 AdSense for search 结合 Google 搜索以及 AdSense。将 Google 搜索框加入您网站不但可以让您获利于更多网页,您同时也可为 您的用户提供更好的网站体验。访客因为可以直接从您的网站上 进行搜寻,会在您网站上逗留更长时间。而且,因为 AdSense 会 在搜索结果页面上显示相关的广告,您也可以透过 Google 搜索框 赚取更多利润。您如果不是 AdSense 发布商,您需要先申请才能 使用 AdSense for search。

● 提醒

部分 Google 提供的互动功能在中国大陆地区有可能无法访问。目前 AdSense、 Firefox 等推介广告在中国大陆地区暂停。

7.3.4 网站管理员中心

帮助发布商详细了解 Google 如何抓取网站并为其编制索引。

网址为:

http://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=zh-cn

这个工具本书在前面的章节中已经介绍过。



7.4 参考资料

7.4.1 合作规范

AdSense 发布商必须遵守 Google 公司的合作规范,在 AdSense 帮助中 心的网址为:

http://www.google.com/adsense/support/bin/answer.py?answer=48182

这个合作规范内容比较长,就不在本书中摘录了,但建议每位加入 AdSense 的网站负责人都详细查看并了解。

▲ 提醒

加入 AdSense 计划就必须严格遵守 Google 公司的相关规定,任何作弊都是短视、自杀性的行为。

7.4.2 网站管理员指南

AdSense 帮助中心有指向网站管理员中心帮助内容的链接,网址为:

http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35769

这其中包含以下几项主要内容。

- 设计与内容指南
- 技术指南
- 质量指南

这些内容对于网站管理员来说很有用、也很是基础的,即使不加入 AdSense 广告的网站也有必要了解、采用。

Google AdSense yakay

——谷歌广告网上赚钱揭秘

7.4.3 广告格式

查看所有的广告格式,包括文字、图片、视频、链接单元、推介按钮 及主题单元,网址为:

http://www.google.com/adsense/static/zh_CN/AdFormats.html

7.4.4 条款(即在线合同)

参与 Google AdSense Online(在线)计划即表示您接受这些条款,有 各种语言的条款版本,因为内容比较长就不在本书中摘录,请留意仔细查 看,网址为:

http://www.google.com/adsense/localized-terms

虽然这些内容看起来虽然比较烦琐,但对于希望严肃对待 Google AdSense 的发布商来说,都有必要全面仔细阅读,理解其中含义,在以后的 网站运作中注意符合要求。

7.4.5 隐私权政策

Google 公司的隐私权中心网址为:

http://www.google.com/intl/zh-CN/privacy.html

国外的公司相对来说比国内的公司更注重隐私权问题,Google 告诉网 民在使用其产品和服务中会有哪些信息会被收集、为什么要收集这些信息, 以及如何使用这些信息来改进服务体验。



7.4.6 词汇表

AdSense 帮助中心有一个词汇表, 网址为:

http://www.google.com/adsense/support/bin/topic.py?topic=8526

包含了以下内容,本书作者对其中部分内容进行了补充:

● AdSense 单元

AdSense 单元是一个保存的广告单元,其中包含您在账户中自定 义的一组特定广告设置。创建 AdSense 单元并将该单元的代码粘 贴到网页后,您可以在账户中更新 AdSense 单元设置,随后即可 看到显示该 AdSense 单元代码的所有网页都发生变化。

● AdWords 投放渠道首选项

AdWords 广告客户所选择的投放渠道首选项表示是否选择在 Google 联网中的搜索网站、内容网站或者 Google 相关产品上展 示自己的广告。并不是所有的 Google 广告都会出现在 AdSense 网页上。

• API

应用程序编程界面 (API) 是可供计算机应用程序或系统用来访问 一系列第三方功能或程序的界面。更具体地讲, AdSense API 是一 项免费服务 (测试版),可以让网站开发人员将 AdSense 集成到 自己的网站产品或服务中。

目前只能以英语提供 AdSense API 支持。有关详细信息,请访问 http://code.google.com/apis/adsense/。

• Blogger

Blogger 是一款网络工具,利用它,用户可以快速简单地在 Weblog 或"博客"中创建和发布内容。

• Cookie

Google AdSense gatage

——谷歌广告网上赚钱揭秘

对于互联网, Cookie 是下载到用户计算机中的小文本文件,可用 来存储用户信息和首选项。许多网站利用 Cookie 为对网站的重复 访问功能进行自定义和改进。

Google AdSense

网站发布商能够借助于 AdSense 计划,投放与读者在网页上所阅 读内容相关的 Google 广告,提高网站获得收入的潜力。

● Google AdSense 个人识别码申请过程

什么是个人识别码?

为了能够获得 AdSense 账户的付款,所有发布商都需要输入 个人识别码。该号码打印在 4.5 英寸×6 英寸(11.4 厘米×15.2 厘米)的白色明信片上,并通过平邮方式邮递。要查看个人 识别码邮件的外观,请访问"个人识别码邮件的外观如何"。

为什么需要个人识别码?

为了确认您的联系信息是否正确,并确保您能够收到付款, 个人识别码必不可少。

我何时会收到个人识别码?

在您的账户余额首次达到验证最低限额后的几天内,我们会 打印您的个人识别码,并通过平邮方式邮寄给您。该号码通 常在 2 周至 4 周内寄达,但根据您所在的位置也可能需要更 长时间。

我应在多长时间之内输入个人识别码?

从最初发放个人识别码之日算起,您有 6 个月的时间来输入 该号码。如果您在 4 个月内没有输入该号码,我们将用免费 的公益广告替代您网站的付费广告。如果 6 个月内您仍未输 入验证码,您的账户将被停用,未支付给您的收入也将退还 给相应的广告客户。

如果没有收到个人识别码该怎么办?

如果您没有收到第一个个人识别码,还可以再申请两个替代



号码。有关申请新号码的说明,请访问"如何申请新的个人 识别码"。

如果在 90 天内,您已经申请完了 3 个个人识别码,但一个 也没有收到,则请登录到您的账户。您会在报告概述页上看 到相应的说明,提示您接下来该怎么办。

● Google AdSense 捜索广告

AdSense 搜索广告是 Google AdSense 的功能之一,让您可以在自己的网站上直接为用户提供 Google 搜索。您可以查看用户利用您的搜索框执行的热门查询,并且,在用户点击搜索结果页上的广告时,您还会获得收入。

• Google AdWords

Google 推出的基于每次点击费用定价的广告计划。

● Google Analytics (分析)

Google Analytics (分析)是 Google 的网站分析产品,可以为网站所有者提供关于访问者如何找到其网站以及如何与网站进行交互的信息。要了解有关 Google Analytics (分析)的详情,请访问 Google Analytics (分析)帮助中心。

现在,发布商可以将自己的 AdSense 账户和 Google Analytics(分析)账户关联起来,以便获取更详细的报告。要了解有关整合账 户的详情,请访问帮助中心的 Google Analytics(分析)账户中的 AdSense 报告部分。

● Google 账户

Google 账户可以作为 Google 主登录账户,它是由单个电子邮件 地址和密码组成的。Google 账户支持中心提供了有关 Google 账户 的详细信息。

● Google 广告联盟网络

Google AdWords 广告可在 Google 以及 Google 广告联盟网络中展示。该联盟网络包括以下网站和产品。

Google AdSense galage

——谷歌广告网上赚钱揭秘

- 搜索网络网站: America Online、CompuServe、Netscape、AT&T Worldnet、EarthLink、Sympatico等。
- 内容联盟网络网站: New York Post Online Edition、Mac Publishing(包括 Macworld.com、JavaWorld、LinuxWorld)、 HowStuffWorks等。
- > 来自 DoubleClick Ad Exchange 发布商的广告资源。

• HTML

文本标记语言 (HTML) 是用来制作网页的编码语言。要参与 AdSense 计划, 您需要能够访问您网页的 HTML 代码。

• Iframe

Iframe 是网站设计中使用的一种 HTML 标记,可以将某个网页展 示在其他网页内的框架中。

● IP 地址

每一台接入互联网的计算机都分配有一个唯一编号,称作互联网协议 (IP) 地址。由于这些编号通常按国家/地区进行分配,因此, IP 地址常常用于识别接入互联网的计算机所在的国家/地区。

• JavaScript

JavaScript 是常用于网页中的脚本语言。用来向您的网站加入 Google 广告的广告代码即采用 JavaScript 编写,您需要在浏览器 中启用 JavaScript,才能查看网站上的 Google 广告。

• Orkut

Orkut 是 Google 运营的社交和讨论网站。有关 Orkut 的详情, 请访问 Orkut 帮助中心。

● URL 渠道

URL 渠道是一款工具,您可利用它查看特定域上的广告效果的更详细报告。Google 的利用渠道进行优化指南就如何有效地使用 URL 渠道提供了完善而详细的说明。

• AdSense for feeds



AdSense for feeds 可让网络发布商通过在其供稿中投放针对性较强的 Google 广告来获得收入。与其他 AdSense 计划一样, AdSense for feeds 通过提供与您的内容和读者相关的广告来为您 服务。

同时,与其他 AdSense 广告一样,供稿广告可以通过两种方式 获得收入:点击次数或展示次数。供稿广告的定位方式也有以下 两种。

- ▶ 针对您供稿的内容进行内容相关定位。
- ▶ 在您设置广告展示位置时,可由广告商定位于您的特定供稿。
- 您可对 Google 广告在您供稿中出现的频率、外观和位置加以 控制。广告的大小会根据您供稿的显示位置自动确定。
- 已经有供稿了吗?了解如何开始使用 AdSense for feeds。不熟 悉供稿?可以先了解什么是供稿。

● AdSense 域名广告

通过 AdSense 域名广告,拥有未使用域名的发布商可以在其域名 上显示内容,以便帮助用户获取相关信息。

用户经常会在地址栏中输入域名或访问过期链接,然后被带到没 有任何内容的网站。凭借 AdSense 域名广告,用户可以看到链接、 搜索结果、广告以及其他内容,而不再是"正在建设中"页面或 404 错误。为实现这个效果,Google 使用了专门针对域名进行定 位的语义技术。当用户与您网站上的广告进行互动时,您就会获 得收益。

如果您的网站已经包含有内容(如文章、评论、论坛、博客帖子 或其他文字),则 AdSense 内容广告更适合您的网站。如果是某 个网页还没有任何内容,则您可以使用 AdSense 域名广告来为您 的用户提供便利。要开始使用 AdSense 域名广告,请阅读 Google 的设置说明;您也可以在 Google 的 AdSense 帮助论坛中进行搜 索或浏览,以便了解相关详情。

Google AdSense galage

——谷歌广告网上赚钱揭秘

● AdSense 移动广告

凭借 AdSense 移动广告,发布商可以利用有针对性的 Google 广 告通过自己的移动服务网页获取收益。与 AdSense 内容广告一 样,使用 AdSense 移动广告时,Google 会根据发布商网站(在 此情况下即为您的移动服务网站)的内容来提供广告。每当访问 您的移动服务网站的用户点击广告时,您就会获得收入。 对于移动服务网站,AdSense 会自动检测对其进行浏览的手机类 型,然后投放与之相匹配的广告。例如,如果用户通过 iPhone 浏 览您的网站,Google 就会投放专门针对高端手机设计的广告。 如果您已经是 AdSense 发布商,并希望在自己的移动服务网站上 投放广告,请参阅获取移动广告代码的方法。如果您还不是 AdSense 发布商,请先注册。

● 广告查看中心

"广告查看中心"是您的账户中的一种工具。借助此工具,您可 以查看可能会在您网页上展示的展示位置定位广告。如果您想要 更好地了解和控制投放到自己网站上的展示位置定位广告,则该 工具正好可以满足您的需求。您可以允许或拒绝特定的广告组和 广告客户,也可以按类型(即文字广告或图片广告)过滤广告。 如果您选择在"广告查看中心"内拒登广告,则需要提供拒绝广 告组或广告客户的理由。

详细了解如何选择加入"广告查看中心",您可以选择哪些广告查 看选项,以及您在"广告查看中心"内所做的选择对您的收入有 何影响。

● 有效每千次展示费用

有效每千次展示费用也称为有效 CPM 或 eCPM, 是广告计划中 常用的数字。利用它, 您可以通过对比不同网页和网站的收入来 跟踪您的广告效果。从本质上讲, 有效 CPM 表示您收到的每一千 次展示的估算收入。然后,可以将此数字同其他广告形式的收入进 行比较,这类比较不能使用"每次点击费用"等直接可比数字。



有效 CPM 并不表示您的收入,而是您的收入除以网页展示次数 后乘以 1000 所得的数字。例如,您通过 25 次网页展示所获得 的收入为 \$0.15 美元,则您的 eCPM 为 (\$0.15/25)*1000,即 \$6.00 美元。如果您通过 45,000 次网页展示获得的收入为 \$180 美元,则您的有效 CPM 为 (\$180/45,000)*1000,即 \$4.00 美元。 该信息还可以用来比较各个渠道的收入——这些渠道的点击量差 异可能非常大,而计算出每千次展示的收入后,很容易就可看出 哪些渠道效果更好。在上例中,可以认为获得 25 次网页展示的网 站或渠道效果更好,因为其 eCPM 比较高。

付款

"付款历史"页上"付款"列中显示的金额代表 Google 通过支票 或电子转账方式向您发送的付款。您可以点击任意付款对应的"详 情"链接,了解有关相应付款的日期、金额等额外信息,以及跟 踪信息和汇率(如果适用)。

● 公益广告

公益广告是当服务器找不到有针对性的广告或者 Google 无法收 集网页内容时投放到网页的非赢利组织广告。发布商不能从公益 广告的点击次数中获得收入。

内容相关广告

Google 利用屡获殊荣的搜索技术在 Google 联网中(包括 AdSense 网站)网站的内容网页和产品上投放相关的广告。借助于 Google 对搜索索引中数十亿网页的内容的理解以及网页抓取能力, Google 的技术可以明确哪些关键字能够将用户引至相关网页。然 后,Google 根据这些关键字对广告与网页进行匹配。

区段定位

利用 Google 的区段定位功能,您可以突出特定区段的 HTML 和 文本内容,以让 Google 的抓取工具进行强调或忽略,从而改进您 的广告定位。

Google AdSense gatage

——谷歌广告网上赚钱揭秘

● 发布商

经过审核并被批准参加 AdSense 计划的参与者,在所运行网站的 一张或多张网页上添加了广告代码。

• 可通过电子邮件发送的报告

可通过电子邮件发送的报告是一种已保存报告模板,您可以使用 账户中的报告管理页设置日程,让报告通过电子邮件发送给您。

● 图片广告

图片广告即以 7 种广告格式提供的图形广告。您可以在广告格式 页查看图片广告的示例。

● 地理定位

AdWords 广告客户可以选择针对特定的地区和不同的语言投放自己的广告。由此,在 AdSense 网站上投放的 AdWords 广告将取 决于广告客户的地理定位和用户的设置。

● 多媒体广告

包括所有基于图片的广告,例如横幅广告、富媒体广告以及视频 广告。要想在网页上展示多媒体广告,您必须为自己的广告空间 选择显示图片广告。

● 客户端软件

客户端软件用于访问互联网或者更好地使用互联网并且安装在用 户机器上的任何软件应用程序,如浏览器、电子邮件客户端以及 互联网消息传递程序等。其中经常有隐蔽下载的软件或者干扰其 他应用程序的软件。

● 展示位置定位

广告客户可以使用此功能将广告定位到要投放广告的 AdSense 网络中的单个展示位置。广告展示位置可以是整个网站,也可以 是相应网站内特定的广告单元组合,如仅为体育网页上的广告单 元或网页顶部的所有广告单元。

● 账户创建



如果您对此计划的申请获得批准,则 Google 会为您创建 AdSense 账户。然后,您就能够登录并启动此账户了。

● 账户启动

您提交了 AdSense 申请并确认了您的电子邮件地址后,AdSense 小组会在一两天之内评估您的申请,并向您发送一封是否批准申 请的电子邮件。如果您获准参与此计划,就可以登录到自己的新 账户,并将 AdSense 广告代码复制并粘贴到网页中,从而开始投 放广告。此操作会启动您的 AdSense 账户。

● 账户电子邮件

您用来登录 AdSense 账户的电子邮件地址,Google 会将所有发送 给您的关于 AdSense 的邮件发送到该地址。

账户类型

通常,如果您的企业有 20 名或更多员工,则应申请企业账户。 个人发布商或企业员工少于 20 名的,则应注册个人账户。个人 账户与企业账户在服务或付款结构方面没有任何差别。企业账户 的付款将支付到公司名下,而个人账户的付款则是支付到账户持 有者的收款人名下。

● 广告单元

广告单元由一段 AdSense 广告代码所显示的一组广告。

广告单元展示

每当用户浏览您的网页上的广告单元时,就会生成广告单元展示。 例如,如果您的某张网页上展示了三个广告单元,该网页被浏览 了两次,则您会获得六次广告单元展示和两次网页展示。

● 广告展示次数

只要有单个广告展示在您的网站上,就报告为一次广告展示。显示的广告数量因广告格式而异;例如,竖幅广告在您的网站上每显示一次,报告就会生成两次广告展示次数。另外请注意,根据 广告单元中显示的是标准文字广告、扩展文字广告还是图片广告,

275

Google AdSense gatage

——谷歌广告网上赚钱揭秘

广告单元中的广告数量可能不同。

● 广告布局

广告布局是指广告在发布商网站上的显示方式。您可以选择与自 己网站最匹配的格式。例如,横幅广告布局可以横跨整个网页在 水平方向上最多显示两个广告,而摩天大楼广告布局可以在竖直 方向上最多显示四个广告。

● 广告布局代码(AdSense 广告代码)

由经营已获准网站的发布商在此网站任意网页上添加的 HTML 代码,能够以特定的广告布局格式在此网页上显示广告。

● 广告排名

一个广告在网页上的排名由它的最高每次点击费用(价格)和点 击率(效果)共同决定。

● 广告软件

广告软件是指在用户不知情的情况下通过他们的互联网连接设备 来收集用户信息的软件。此信息通常用于通过弹出式窗口或其他 方式显示广告。与广告软件有关系的网站不允许运行 AdSense 广 告代码。

● 恶意域名抢注

此类网站不允许运行 AdSense 广告代码。域名抢注是指对域名的 使用带有不良企图,要从他人商标的商誉中获利。蓄意错误拼写 (Typosquatting) 是域名抢注的一种形式——有一定数量的互联网 用户在网上浏览时会拼错某个网址的名称,而"蓄意错误拼写" 这种行为依赖的正是这个概率。

● 抓取工具

抓取工具又称为 Spider 或 Bot, 是 Google 用于对网页内容进行 处理和编制索引的软件。AdSense 抓取工具会通过访问您的网站 来确定其内容,从而提供相关的广告。

● 报告模板



报告模板是一种高级报告,其中包含您为了便于今后快速访问而 命名并保存的设置。已保存报告模板将显示在"概述"页上,只 需点击一下即可访问。所有报告模板都可通过电子邮件发送给您。

收入

AdSense 收入是您从所有 AdSense 产品获得的收入,其中包括 Google 广告的用户点击次数/展示次数以及成功的推介转换的收入。

● 收入份额

各个 AdSense 发布商会获得广告客户对其广告的用户点击次数或 展示次数所付费用的某一百分比的数额,该百分数称为收入份额。 Google 不能透露 AdSense 的收入份额。

无效点击或展示

无效点击或展示是通过 Google 所禁止的方式所产生,而目的是想 人为地增加发布商账户上的点击或展示次数的点击与网页展示。 Google 使用自己的专有技术分析所有广告点击与展示次数,以确 定是否发生了任何无效点击行为,防止人为地增加广告客户的点 击次数或发布商的收益。被 Google 判为无效的点击不会算入您的 收益里。

● 显示网址

它是广告中显示的网址,目的是便于用户了解广告客户的网站。

● 替代广告

替代广告可以在 Google 不能向您的网页投放相关广告的情况 下,保证您依然能够通过广告空间获得收入。通过指定图像或者 所选广告服务器,可以确保广告空间始终得到有效的利用——要么 用于投放有针对性的 AdSense 广告,要么用于投放您自己选择的 内容。如果指定了替代广告,当您的网页没有可用的相关广告时, 就会展示替代广告。这时,广告空间不会被标记为"Google 提供 的广告"。

月末余额

Google AdSense gatage

——谷歌广告网上赚钱揭秘

"付款历史"页会在每个月末显示您 AdSense 账户中的余额。此 金额反映的是在相应月末时的已确认收入。如果您账户的月末余 额大于 \$100 美元,并且账户中没有保留付款,Google 就会安排 在下个月向您付款。

● 有效每千次展示费用

有效每千次展示费用可以用于比较通过不同渠道及广告计划获得 的收入。从本质上讲,有效每千次展示费用体现的是您每获得一 千次展示大致可以产生的收入。

有效每千次展示费用并不表示您的实际收入,而是通过您的估算 收入除以网页展示次数后乘以 1000 所得的数字。举例来说,如 果您通过 25 次网页展示获得了约为 0.15 美元的收入,则网页有 效每千次展示费用为 (0.15/25)*1000,即 6 美元。如果您通过 45000 次广告展示获得了约为 180 美元的收入,您的广告有效每 千次展示费用为 (180/45000)*1000,即 4 美元。

● 有效邮寄地址

有效邮寄地址是完整的实际地址。参与 AdSense 需要提供有效邮 寄地址,以接收个人识别号码 (PIN)。

● 框架

网页可以带有框架,从而将一张网页划分成采用独立 HTML 代码的多个部分。放置 AdSense 广告代码的框架应该包含您希望据以定位广告的文本内容。

● 每千次展示费用 (CPM)

CPM 是广告客户在其广告得到 1000 次浏览并获得展示次数记录时为之支付的金额。

● 每次点击费用

每次点击费用是每次用户点击广告时其所属广告客户要支付的费用。Google AdWords 拥有一个以每次点击费用为依据的定价系统。



● 浏览器缓存

浏览器缓存是您的互联网活动(包括图片、声音和下载内容)的临时记录,暂时存储在计算机中的某个文件内。清除缓存后,可以更简单或更快速地访问某些 AdSense 功能。

● 渠道

发布商为生成报告而指定的一组网页。发布商可以建立渠道,以 便跨网页、网站和域跟踪具体数据。

● 激励措施

网页中不能包含任何激励用户点击广告的措施。这些措施包括鼓励用户点击广告或访问广告客户的网站,以及采用任何不恰当的方式引起用户对广告的注意。有关更多详细信息,请查看 Google 的计划政策。

● 热门査询

AdSense 搜索广告发布商可以查看用户使用其 AdSense 搜索广告框搜索的最热门的 25 个字词。只有执行过一次以上的查询才会显示。

● 电子转账

电子转账(EFT)是将您的 AdSense 收入直接存入您的银行账户的 付款方式。许多地点的用户都可以采用这种方式接收付款。

● 登录信息

AdSense 登录信息指账户电子邮件。它是您用来登录 Google AdSense 账户的电子邮件地址。

● 目标网址

目标网址是指广告所链接到的网址。当用户通过点击广告访问广 告客户的网站时,他们将看到此网页。如果您希望将某个网址添 加到自己的网址过滤列表,以阻止此广告客户的广告出现在您的 网站上,则需要知道此网址。

● 竞争性广告

竞争性广告指网站上模仿 Google 文字广告或看来与 Google 文字广告相关的以网页内容定位的广告或文字广告。根据 AdSense 计划 政策中的规定,竞争性广告不得与 Google 广告展示在同一个网页 或网站上。不过, Google 允许联属链接及文字数量有限的链接。

● 编辑指南

所有 AdWords 广告客户如果要在 Google 上以及不断扩大的 Google 联网中的搜索网站、内容网站或者 Google 相关产品上投 放 AdWords 广告, 就一定要遵循这些指南。

● 网址

统一资源定位地址常称为"网址" (URL),是网页或文件在互联 网上的地址或位置。例如,Google 的网址为 http://www.google.cn。

● 网址过滤列表

AdSense 发布商在自己的账户中创建并存储的列表,用于防止在 自己的网站上投放来自某些网址的广告。在发布商将某个网址添 加到此列表后,此网站列表的广告就不会投放到发布商的网站上。

● 网页展示次数

每当用户浏览展示了 Google 广告的网页时,就会生成一次网页 展示。不考虑网页上展示的广告数量,Google 仅计为一次网页展 示。例如,如果您在某张网页上展示了三个广告单元,该网页被 浏览了两次,则您会获得两次网页展示和六次广告单元展示。

● 自定义渠道

自定义渠道是一款工具,您可利用它查看有关特定页面和广告单 元效果的更详细的报告。Google 的利用渠道进行优化指南就如何 有效地使用自定义渠道提供了完善而详细的说明。

● 调整项

您的收入可能会包含因多种原因而产生的借记项或贷记项,所有 此类项目都会在"付款历史"页上列出。可能的调整项包括:

➤ AdSense 搜索广告费用: 正如 Google AdSense 条款所述, 您



的 AdSense 搜索广告收入可能会与相关费用相抵。只有少数 发布商会出现这种情况。

- **支票费用:** 与特殊的支票递送方式或停止付款申请相关的费用。
- 无效点击:如果 Google 发现无效点击次数,则发布商不会获得这些点击次数的付款。如果目前已显示在您报告中的点击被认定为无效,Google 会调整相关收入,并向广告客户退还费用。
- 条款更新(适用于俄罗斯、以色列、土耳其、沙特阿拉伯、 埃及的发布商):因与您签约的实体由 Google Inc.更改为 Google Ireland Limited,需要更新条款而应用的借记项或贷记 项。这个变化需要对您的账户进行一定的内部会计修改,但 它不会影响您的整体账户余额。
- 其他:包括无法归入其他类别的借记项或贷记项,如与收入 转账或安全快递相关的费用。如条款的"付款"部分所述, 此类别偶尔还可能会加入对拖欠付款的广告客户的收入进行 的扣款。
- 调色板

AdSense 为发布商提供的对出现在自己网站上的广告颜色进行自 定义的功能。调色板有助于您确保广告的文字、背景以及边框颜 色能够与网站的外观相配。为了增强多样性和新颖性,您甚至可 以选择每次轮流使用最多4个不同的调色板。

● 链接单元

链接单元是一种广告格式,可显示一系列与某网页内容相关的链接。用户点击链接后,便进入一个相关广告的网页。在 Google 的 广告格式页,您可以查看所有可用链接单元格式的示例。

● 链接展示次数

在链接单元报告中,链接单元被浏览的次数,无论链接是否被点击。

Google AdSense yaking

——谷歌广告网上赚钱揭秘

● 链接有效每千次展示费用

每千次链接单元展示费用(收入与链接单元展示次数之比乘以 1000)链接有效每千次展示费用类似于标准有效每千次展示费用 统计信息,从本质上说,它大概反映了向用户展示每千个链接您 所赚取的收入。

● 链接点击次数

链接单元中链接的点击次数。

● 链接点击率

链接点击次数与链接展示次数之比。

● 预览工具

Google AdSense 预览工具是一个针对 Windows 用户的工具,利 用它可以预览展示在任意一个网页的广告。您可以查看要添加到 过滤列表的广告的目标网址,查看位于其他地区的用户会看到的 广告,或者查看不同广告格式和颜色的示例。

以上与 AdSense 相关的词汇表都放置在本书的配套网站 http://www.adsensebook.cn/中,并会进行后续的补充和完善。