

課程名稱：16953_Google 關鍵字應用情境 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- **適合族群：**初學者與職場新鮮人（說明：課程從基礎的競價邏輯與架構解說起，並輔以實際案例與互動練習，非常適合剛接觸關鍵字廣告的人）。
- **能力門檻：**入門（說明：不需具備專業投放背景，但建議具備基礎的數位行銷概念與 Facebook 廣告觀念，學習起來會更輕鬆）。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：廣告評級與競價邏輯** — 拆解出價、品質分數與額外資訊三大要素，說明系統如何決定每次點擊成本與排名。
 - **章節二：出價策略與智慧出價** — 介紹轉換（CPA）、轉換價值（ROAS）、點擊與曝光比重等四種出價模式。
 - **章節三：擴大版面的額外資訊應用** — 掌握網站連結、來電、地點、摘要、圖片與待開發表單等多種額外資訊的設定與規範。
 - **章節四：帳戶架構與層級管理** — 釐清帳戶（CID）、廣告活動、廣告群組與關鍵字/文案的階層關係與預算設定。
 - **章節五：消費者搜尋歷程與關鍵字架構** — 拆解品牌字、產品字（品類字）與需求字（問題字），打造高相關性的字組架構。
 - **章節六：回應式搜尋廣告（RSA）文案實戰** — 學習標題與說明撰寫規範、量化數據寫法，並掌握避開系統審核違規的五大雷區。
 - **章節七：到達網頁（Landing Page）優化與關鍵字比對** — 提升網頁體驗與載入速度，並靈活運用廣泛、詞組、完全與排除比對。

3. 必備前置知識清單

- **基礎數位行銷概念**：了解點擊率（CTR）、點擊成本（CPC）與轉換（Conversion）等基礎指標。
- **網站追蹤基礎**：理解網頁追蹤碼概念（若需操作轉換價值出價，需具備埋設動態價值碼的基本認知）。

4. 專有名詞與概念辭典

- **廣告評級（Ad Rank）**：Google 用來打分數並決定廣告排名與實際點擊成本的機制，由「出價 + 品質分數 + 額外資訊」綜合決定。
- **品質分數（Quality Score）**：系統針對關鍵字、文案契合度、點閱率及「到達網頁體驗」進行的評分，分數越高越能以低成本贏得好版面。
- **回應式搜尋廣告（RSA）**：由 3~15 則標題與 2~4 則說明組成的廣告形式，系統會自動輪播組合成最佳表現的廣告。
- **關鍵字比對類型**：包含廣泛比對（涵蓋面最廣）、詞組比對（需包含指定詞組）、完全比對（字詞必須一模一樣）與排除比對（扣除不相關字詞以節省預算）。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：數位行銷企劃 / 搜尋引擎廣告（SEM）操作員
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **分析與決策能力**：能根據消費者搜尋歷程規劃關鍵字架構，並能選擇合適的系統出價模式（如 CPA 或 ROAS 導向）。
 - **工具操作與執行能力**：能正確撰寫符合規範的 RSA 廣告文案、靈活配置各類額外資訊，並運用關鍵字比對類型優化預算分配。