

议程

AdSense产品更新

如何通过谷歌分析策略化变现

如何通过OEM渠道和H5游戏变现

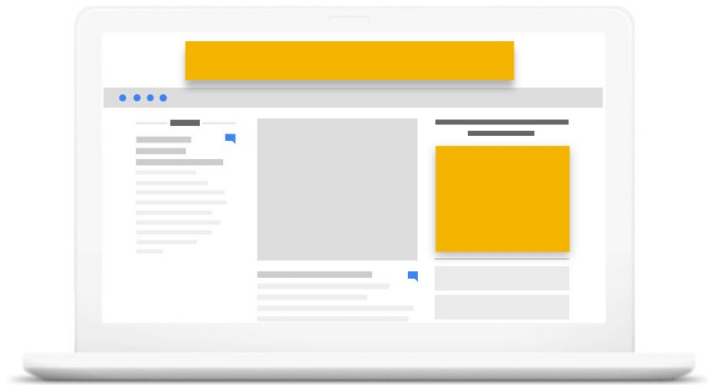
讨论会

AdSense 自适应广告

什么是自适应广告？

提供跨屏/多屏体验的发布商可以使用自适应广告来节省时间和精力

- 自适应广告单元允许发布商通过自动调整其大小以适应页面布局来支持各种设备。
- AdSense自适应广告单元不仅适用于响应式网页设计页面，也适用于非响应式网站。

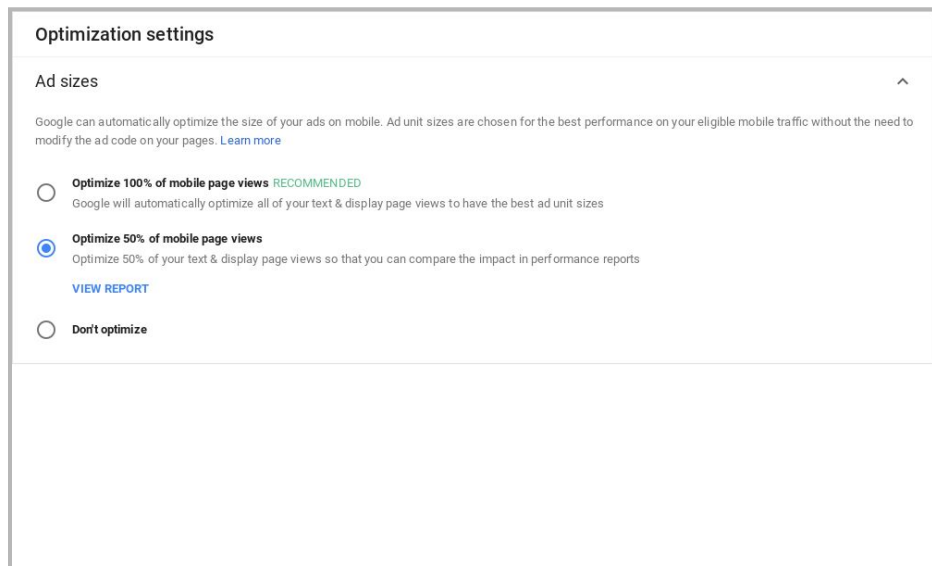


主要特点

1. 根据可用空间自动调整大小 - 自动调整广告单元尺寸以适应页面布局, 从而为发布商节省时间/精力。根据用户显示的可用空间和大小动态计算广告所需的大小
2. 屏幕方向更改后支持广告尺寸更改 - 当响应式页面由于设备方向改变而改变其布局时(例如, 当平板电脑或电话从纵向移动到横向时), 请求并显示具有适合新页面布局的正确尺寸的新广告。
3. 手机全屏 - 实验表明, 全宽度响应广告在纵向模式下在移动设备上表现更好。为了帮助增加收入, 我们的自适应广告单元会自动展开, 以便在设备垂直定位时使用用户屏幕的整个宽度。

广告尺寸优化 - 简单自动

1. AdSense可以自动优化文字大小并在移动设备上展示广告单元。无需创建新的广告单元或更改广告代码。
2. 在您的域名后面加入 `#google_responsive_slot_preview` 来了解广告尺寸优化设置在您网站上的行为方式。
3. 通过选择加入, 现有广告单元将根据用户设备的上下文和方向更改其大小, 并可能会显示更大的广告, 全角广告等。
4. 发布者可以使用50%选项查看效果差异, 或将其设置为100%以优化所有符合条件的移动综合浏览量。
5. 访问“优化设置”页面以启用该功能



技术考虑



以下是发布商必须采取额外措施才能使响应式广告单元正常运行的情况：

1. 网站使用第三方Javascript
2. 广告设置里没有设置宽度
3. 广告设置里设置了固定或者有限的高度

AdSense 新域名申请流程更新

新政策

- 发布商添加的每个网站都要经过审批流程
- 审批流程包括所有权验证流程和内容检查

目标是通过扩大和加强我们的政策审批和所有权验证流程, 创建一个更清洁, 更值得信赖的AdSense网络。

- Home
- My ads
- Sites**
- Allow & block ads
- Performance reports
- Optimization
- Payments
- Settings
- Send feedback

ADD SITE

Sites

Filter or search...

Xxxxx.com

Yyyyy.com

Ready ⓘ

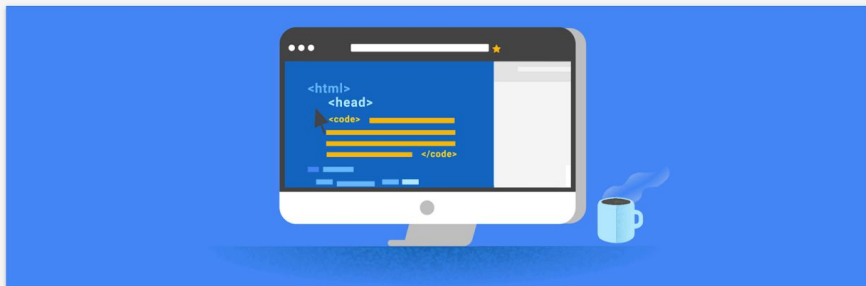
Getting ready... ⓘ

Send feedback

Your site

URL of your site

URL is required



Connect your site

Copy and paste this code in the HTML of your site, between the `<head>` and `</head>` tags.

Place the code on every page you want to show ads. After we've run some checks, your site will be ready to show ads. Remember to go to **My ads** and choose the ad formats you want to show.

WordPress user? Learn how to [insert code in your WordPress site](#).

```
<script async src="//pagead2.googlesyndication.com/pagead/js/adsbygoogle.js"></script>
<script>
  (adsbygoogle = window.adsbygoogle || []).push({
    google_ad_client: "ca-pub-7532123170236303",
    enable_page_level_ads: true
  });
</script>
```



我的收入下降了, 怎么办呢?



要查的几件事是

- 当收入开始下降时, 您是否进行了任何更改(例如网站布局更改, 广告展示位置更改, 广告单元设置更改)?
- 收入开始下降时是否有任何事件发生而导致的? ([如何检查请点击这里](#))
- 波动是季节性的吗? 检查历史数据可以显示波动是否是季节性的(例如, 周末下降, 月初下降)

问题排查

(1) 页面浏览量

可能的原因:这取决于您的流量来自哪里,但不太可能与AdSense相关。可能的原因可能是季节性,链接断开或营销活动的结束。

改进提示:您应该通过Google Analytics等工具调查流量下降的原因。例如,如果您发现来自搜索的流量在Google Analytics上下降,您可能需要检查您的搜索引擎优化。

增加浏览量的一种方法是采用匹配内容,这将增加每个会话的页面,同时获得一些广告收入。您可以在“报告”中查看“匹配内容”广告单元的效果。您还可以阅读匹配内容如何影响您的指标。

问题排查

(2) 广告展示数

如果广告展示次数与页面浏览量一起下降, 则页面浏览量的下降最有可能是原因。应该通过 Google Analytics 等工具分析原因来改善流量。

如果在展示页面浏览量稳定甚至增加的情况下广告展示次数下降, 请检查广告请求或广告覆盖率是否有所下降。

如果展示次数因广告请求而下降, 则表示该网站可能因为广告密度降低造成请求的广告数量减少。

如果广告展示次数随着覆盖率下降而降低, 请看稍后关于如何增加覆盖率的分析。

问题排查

(3) 广告点击率

如果点击率因Active View(可见率)而下降,则很可能是由于广告展示位置更改或网站布局设计更改造成的。阅读“[可见度最佳做法](#)”,了解如何改进广告展示位置。

如果点击率未随Active View一起停止,请检查所投放的广告类型是否有所更改。如果点击率低于文字广告的展示广告的展示次数有所增加,则可能导致整体点击率下降。这意味着需求方面发生了一些变化,触发了一种广告以显示更多内容。

如果上述两者都不匹配,则市场变化(广告主那边)可能导致点击率下降。

问题排查

(4) 单价

每次点击费用(在某些情况下甚至是点击率)取决于市场和平台, 并且可能不是可以在发布商方面控制的内容。

改进提示: 检查屏蔽控件以确保您只屏蔽必要的, 尽量允许更多类别或网址来增加竞价压力和提高每次点击费用。

增加Adsense收入的几种做法

自适应广告

自适应广告会自动确定广告资源的最佳广告尺寸。这样还可以在广告资源中显示更大的广告，从而提高点击率，Active View和CPC。

自动广告

使用自动广告和手动广告时，自动广告会尝试确定网页上是否还有其他区域，其他广告资源可以帮助增加收入。自动广告通常不会对收入产生负面影响，可以帮助提供增量收入。请在删除手动广告之前进行测试，因为这会对您的收入产生负面影响。

匹配内容

匹配内容可以帮助访问者在网站中查找其他相关文章，同时提供增量收入。

广告平衡

广告平衡可以帮助您控制覆盖范围，仅显示效果较好的广告。这将改善用户体验，这可以增加回访用户，同时对收入的影响最小。

如何提升覆盖率

- 点击率和广告可见率
- 抓取错误
- 网站验证
- Ads.txt
- 无效的流量



议程

AdSense产品趋势分享

如何通过谷歌分析策略化变现

如何发展并通过H5策略变现

讨论会

谷歌分析是什么？

谷歌分析是一款基于谷歌云平台 (Google Cloud Platform)，针对网站和 APP 用户站内行为分析的大数据工具。



了解用户

增加高质量内容

利用数据提升广告 ROI

谁是我的高质
用户？

如何获得全面、
完整、精确的数
据来分析用户？

哪些是我应该增
加的高质内容？

哪些广告展现来
自于我的高质量
用户？

如何向高质量用户
展现精准广告？

成功的发布商会问这些问题

谷歌分析帮助发布商增加收入的逻辑

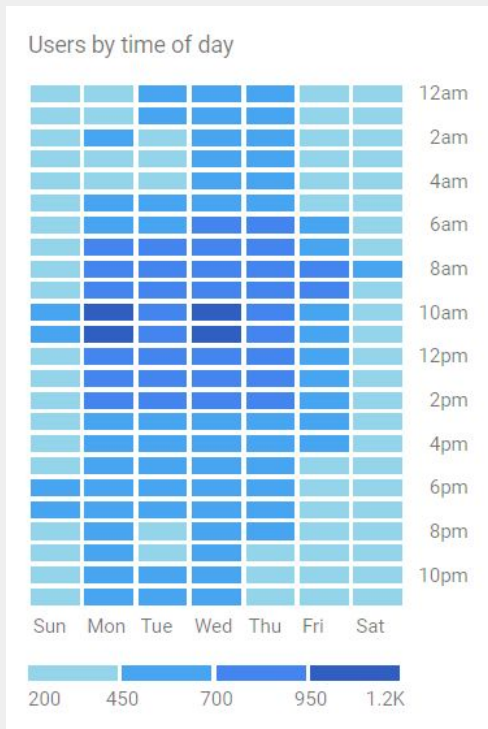


1. 谷歌分析是什么
2. 发布商如何通过 GA，实现：
 - a. 增加用户数量
 - b. 提升网页浏览量
 - c. 加强网页变现能力
3. 55 公司的服务

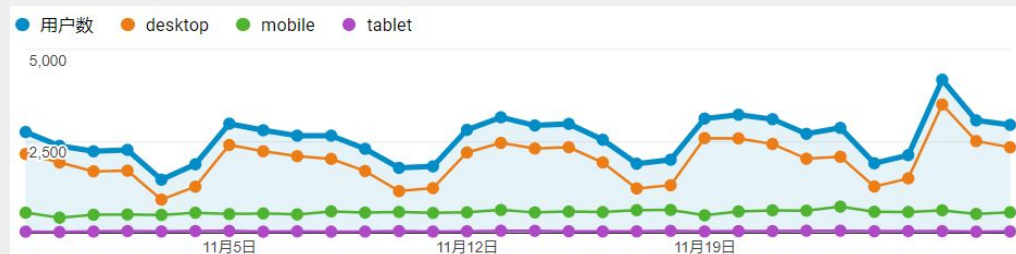


... 用户访问网站的设备、时间、及内容

按小时的分布图示例



每个设备端的流量趋势



用户最常访问的页面

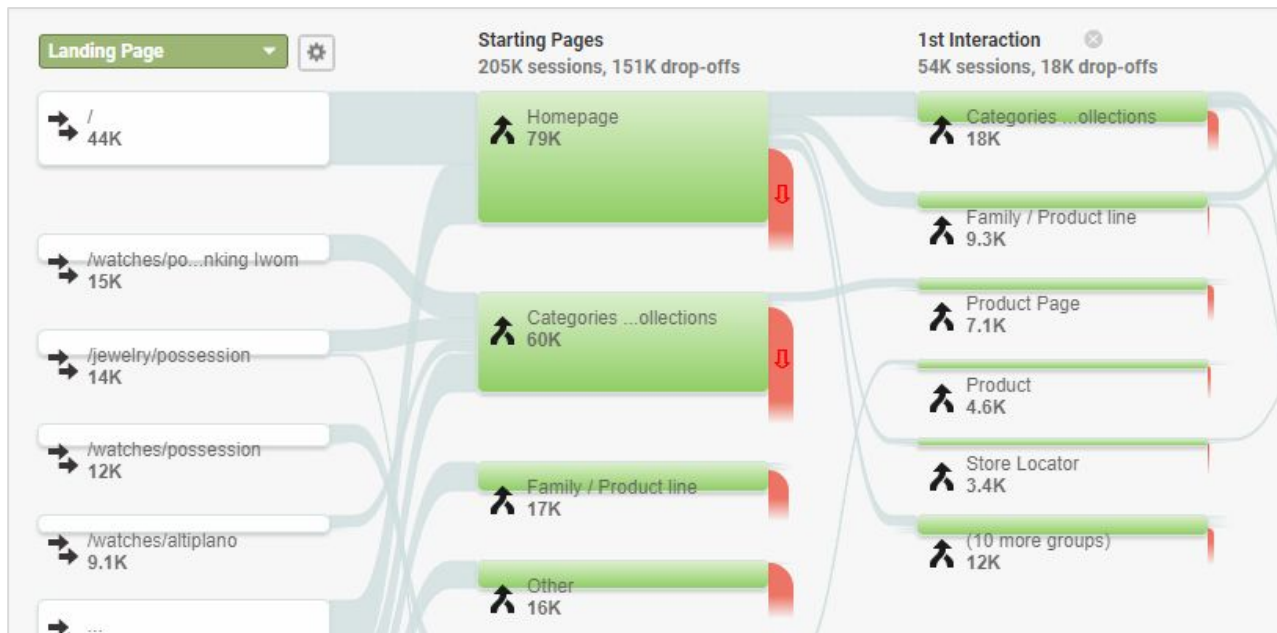
网页 ?	网页浏览量 ? ↓	唯一身份浏览量 ?	平均页面停留时间 ?
	433,713 占总数的百分比: 100.00% (433,713)	316,613 占总数的百分比: 100.00% (316,613)	00:00:47 平均浏览次数: 00:00:47 (0.00%)
1. /	90,749 (20.92%)	66,842 (21.11%)	00:00:59
2. /basket.html	22,799 (5.26%)	10,435 (3.30%)	00:00:46
3. /yourinfo.html	16,042 (3.70%)	4,868 (1.54%)	00:00:32
4. /google+redesign/nest/nest-usa	14,252 (3.29%)	8,748 (2.76%)	00:01:07
5. /google+redesign/bags	13,227 (3.05%)	10,247 (3.24%)	00:00:41

1. 谷歌分析是什么
2. 发布商如何通过 GA，实现：
 - a. 增加用户数量
 - b. 提升网页浏览量
 - c. 加强网页变现能力
3. 55 公司的服务



GA 记录访客在网站的所有行为路径

行为流报告(示例)



- 衡量网页间留存, 优化用户行为路径
- 增加内容互动, 优化网页间导流

GA 中的人群细分帮助网站理解各个用户群体的来源，行为及价值



了解网站各栏目的广告变现能力

某一时尚杂志网站流量排名前五的内容栏目：

	内容栏目	页面浏览量 (百万次)	覆盖率*	点击率
	1 /fashion (slideshow)	6.8	81%	0.04%
	2 /fashion	6.5	67%	0.06%
	3 /men	5.4	46%	0.05%
	4 /lifestyle	3.5	80%	0.05%
	5 /beauty	2.2	75%	0.03%

通过 GA 数据得知 Men 栏目的广告覆盖率较低(46%)，可以尝试通过以下方面优化覆盖率：

- 调整商业策略，降低该栏目内页面广告位的价格门槛
- 调整该栏目内页面广告位库存，提高程序化购买的比例

*覆盖率是指返回了至少一个广告的广告请求占所有广告请求的百分比。一般来说，通过覆盖率您可以确定AdSense 在哪些网站上无法提供定位广告。

1. 谷歌分析是什么
2. 发布商如何通过 GA，实现：
 - a. 增加用户数量
 - b. 提升网页浏览量
 - c. 加强网页变现能力
3. 55 公司的服务



查看每个页面的变现情况

页面信息
(来自 GA)

发布商信息(来自 AdSense)

Search reports and help

Audience

Acquisition

Behavior

Overview

Behavior Flow

Site Content

Site Speed

Site Search

Events

Publisher

Overview

Publisher Pages

Publisher Referrers

Analysis BETA

Discover

Admin

Primary Dimension: Page

Secondary dimension

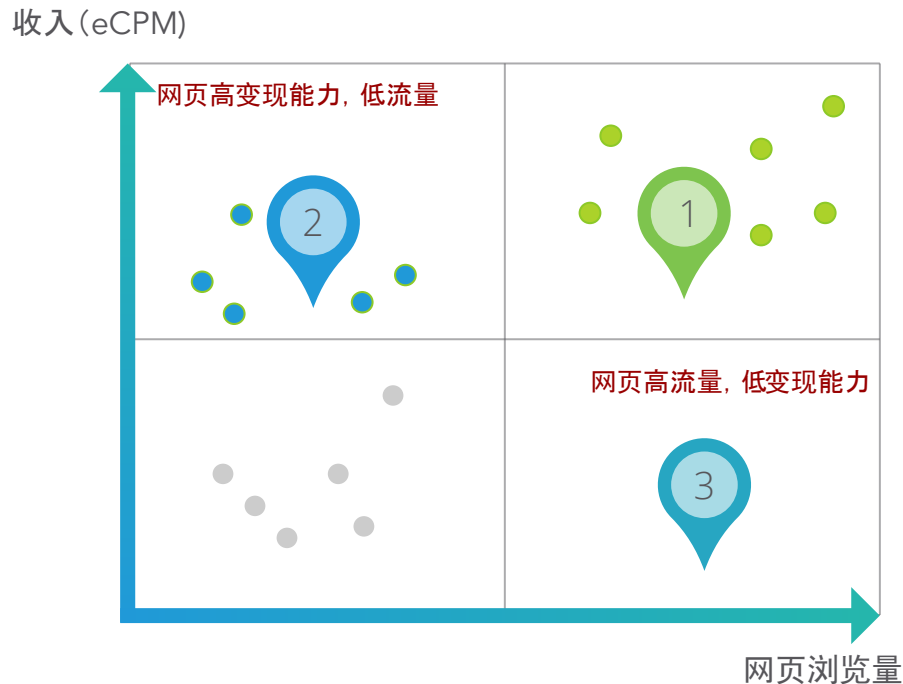
Sort Type: Default

advanced

Page	Publisher Impressions	Publisher Coverage	Publisher Monetized Pageviews	Publisher Impressions / Session	Publisher Viewable Impressions %	Publisher Clicks	Publisher CTR	Publisher Revenue	Publisher Revenue / 1000 Sessions	Publisher eCPM
	35,940,296 % of Total: 100.00% (35,940,296)	88.97% Avg for View: 88.97% (0.00%)	21,477,106 % of Total: 100.00% (21,477,106)	0.42 Avg for View: 0.42 (0.00%)	45.31% Avg for View: 45.31% (0.00%)	46,719 % of Total: 100.00% (46,719)	0.13% Avg for View: 0.13% (0.00%)	\$14,347.21 % of Total: 100.00% (\$14,347.21)	\$0.17 Avg for View: \$0.17 (0.00%)	\$0.40 Avg for View: \$0.40 (0.00%)
1.	25,293,145(70.38%)	89.98%	10,836,696(50.46%)	2.59	47.69%	34,176(73.15%)	0.14%	\$11,258.57(78.47%)	\$1.15	\$0.45
2.	6,462,460(17.98%)	91.24%	6,878,385(32.03%)	0.16	29.69%	5,151(11.03%)	0.08%	\$529.84(3.69%)	\$0.01	\$0.08
3.	1,001,338(2.79%)	83.72%	1,199,149(5.58%)	0.56	67.14%	2,585(5.53%)	0.26%	\$921.89(6.43%)	\$0.51	\$0.92
4.	550,069(1.53%)	91.58%	238,103(1.11%)	14.18	60.52%	941(2.01%)	0.17%	\$257.96(1.80%)	\$6.65	\$0.47
5.	407,392(1.13%)	77.62%	310,013(1.44%)	3.13	55.28%	1,001(2.14%)	0.25%	\$395.79(2.76%)	\$3.04	\$0.97
6.	243,147(0.68%)	92.77%	105,130(0.49%)	2.61	56.19%	379(0.81%)	0.16%	\$119.26(0.83%)	\$1.28	\$0.49
7.	159,652(0.44%)	92.09%	66,826(0.31%)	1.36	42.94%	179(0.38%)	0.11%	\$77.88(0.54%)	\$0.66	\$0.49
8.	97,520(0.27%)	89.37%	38,388(0.18%)	17.18	56.50%	218(0.47%)	0.22%	\$45.76(0.32%)	\$8.06	\$0.47
9.	83,076(0.23%)	92.21%	36,524(0.17%)	2.47	55.88%	117(0.25%)	0.14%	\$39.53(0.28%)	\$1.18	\$0.48
10.	67,626(0.19%)	82.81%	48,286(0.22%)	16.54	78.36%	195(0.42%)	0.29%	\$80.09(0.56%)	\$19.59	\$1.18

Show rows: 10 Go to: 1 1 - 10 of 86877

发布商网页变现能力分析



制定以网页为基础, 提升全站变现能力的策略

- 1 分析归纳成功经验
- 2 探索浏览量提升方案, 如:
 - 站内站外搜索优化
 - 站内导流
 - 提升网页相应速度 (AMP)
- 3 兼顾用户体验, 优化广告投放

打通成本与收入数据, 精确计算每个导流渠道带来的净利润与其变现能力

不同导流渠道的
变现能力



导流渠道		流量	成本	收入	净收入	每千次访问的净收入
☐	Channel ?	Sessions ? ↓	Cost ?	Revenue ?	Net Revenue ?	Net Revenue per ? Thousand Sessions
		63,240,401	\$458,606.54	\$1,247,391.61	\$788,785.07	\$12.47
☐	1 Paid Search	27,453,891	\$450,948.05	\$1,084,689.25	\$633,741.20	\$23.08
☐	2 Referral	15,345,783	\$0.00	\$78,957.06	\$78,957.06	\$5.15
☐	3 Organic Search	12,548,596	\$0.00	\$45,958.73	\$45,958.73	\$3.66
☐	4 Direct	5,093,485	\$0.00	\$20,475.34	\$20,475.34	\$4.02
☐	5 Social	1,485,930	\$0.00	\$3,586.81	\$3,586.81	\$2.41
☐	6 Email	765,849	\$7,658.49	\$12,658.64	\$5,000.15	\$6.53
☐	7 (Other)	546,867	\$0.00	\$1,065.78	\$1,065.78	\$1.95
		Show rows 10 1-7 of 7 < >				



网页变现能力案例 | 通过分析热点图来投放广告, 改善广告可见率

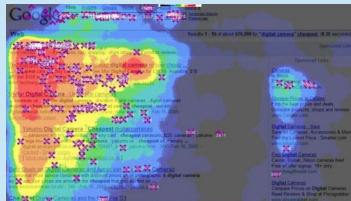


利用热力图发现用户高度交互区与广告投放位置的重叠与差异



数据发现

热力图显示网页上用户主要交互区域与广告投放位置有较大差距



方案对策

提升广告总体可见率:

- 重新整理网页上广告投放的位置, 大小和数量
- 关闭可见率低的广告类型



结果

针对带来高收入的英语用户优化网站, 大大提高收入

+30%
年收入

+25%
点击

1. 谷歌分析是什么
2. 发布者如何通过 GA，实现：
 - a. 增加用户数量
 - b. 提升网页浏览量
 - c. 加强网页变现能力
3. 55 公司的服务



55 的 GA 专家团队可以从以下三方面服务发布商，帮助客户利用 GA 高效变现



GA 培训

针对变现，营销及技术团队，面对面讲解：

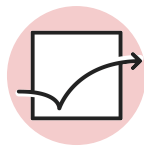
- GA 的数据收集原理
- GA 的报告应用
- GA 的高级功能

工作坊：定制业务场景，利用 GA 数据寻找业务问题解决方案



GA 监测部署

- 理解客户业务场景，定义网站 KPI 体系
- 开发制作 GA 监测代码技术文档
- 协助网站进行代码部署，并执行数据验证协助网站进行代码部署，并执行数据验证
- 用户行为及变现报告



数据洞察报告

- 网站 KPI 可视化仪表盘(自动)
- 季度网站变现绩效报告
- 定制报告

55 公司为客户提供定制化培训, 确保不同水平学员都达成学习目标并学以致用



培训前准备

- 培训前问卷调查
- 确定培训目标
- 基于客户数据准备演示账户



内容定制

- 根据学员背景及培训目标定制培训材料
- 利用 55 x Google 知识中心
- 结合客户业务现状定制



交付

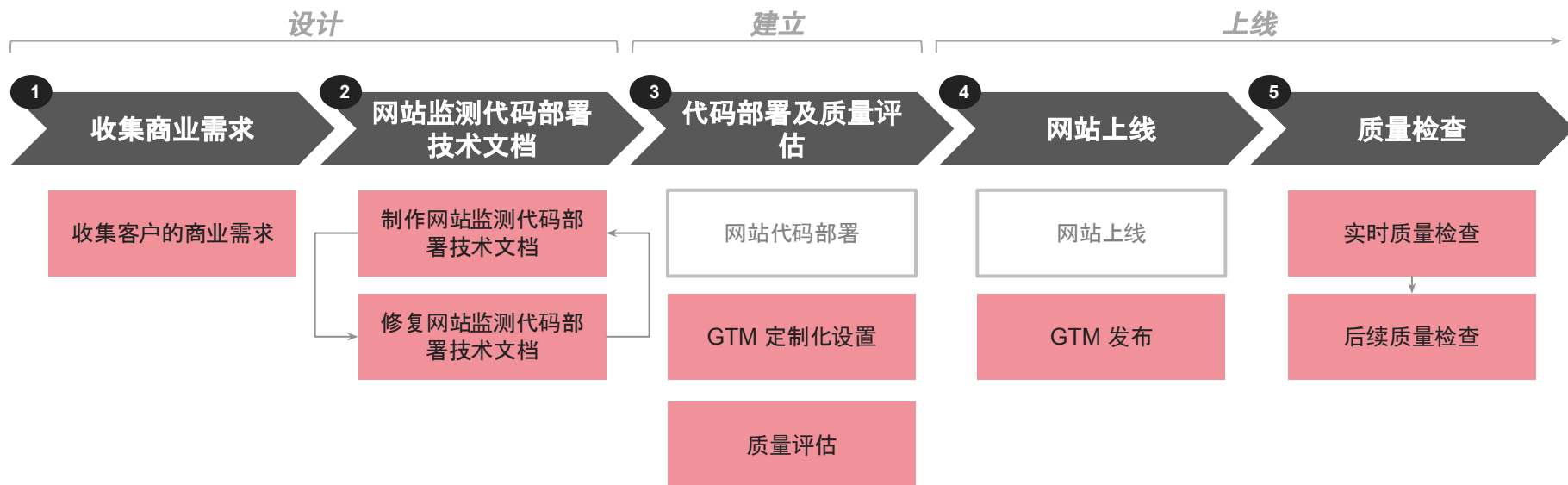
- 面对面培训
- 实例演示
- 答疑分享
- 工作坊



反馈

- 测验及培训证书
- 全部相关材料
- 反馈总结
- 满意度调查

55 公司为客户执行高标准的 GA 代码部署修正流程, 确保网站/APP上收集到全面、准确的数据



55

开发

GA 学习资源分享

Google Analytics Help Center: <https://support.google.com/analytics/>

Google Analytics Academy: <https://analytics.google.com/analytics/academy/>

Google Analytics Blog: <https://analytics.googleblog.com/>

Google Analytics Individual Qualification:
<https://support.google.com/partners/answer/6089738?hl=en>

55 建议使用 TMS (Tag Management System 标签管理器) 在网站上部署 GA 代码

不使用 TMS



- 不便于维护
- 准备发布周期长
- 技术技能要求高

网站监测代码



+

广告监测代码



+

实时聊天监测代码

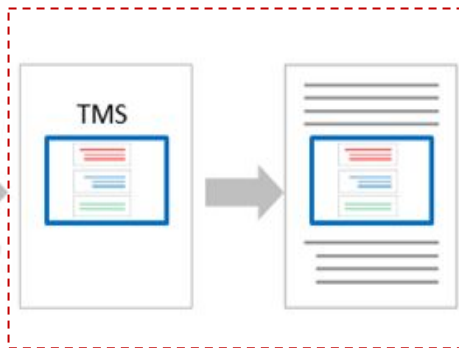


加入新代码: 每次更新代码都需要编辑修改

使用 TMS



- 便于维护
- 准备发布周期短
- 利于代码标签管理



加入新代码: 动态更新

GTM 代码示例

GTM (Google Tag Manager 谷歌跟踪代码管理器) 是一种 TMS。

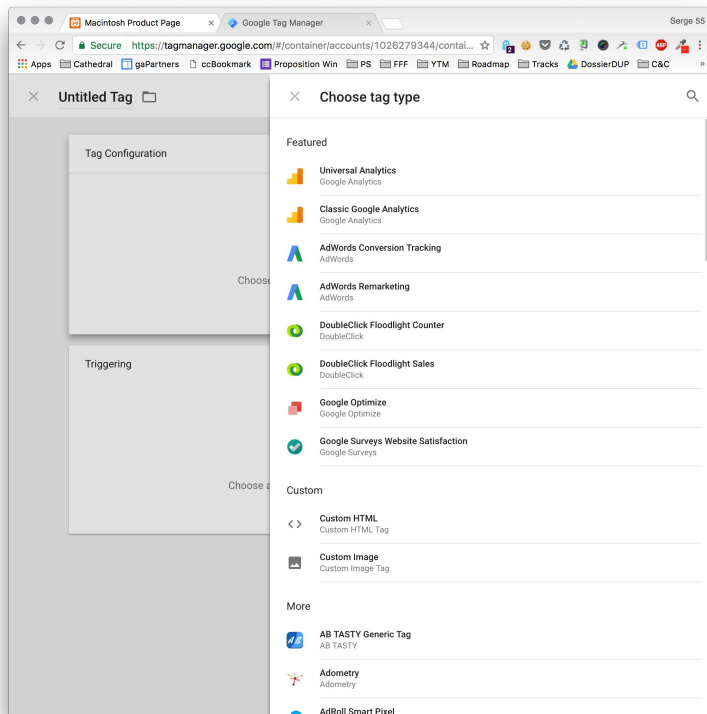
GTM 代码是一段异步代码, 应该加在 **<head>内**, 或者 **<body> 部分的最前端**。

Paste this code as high in the **<head>** of the page as possible:

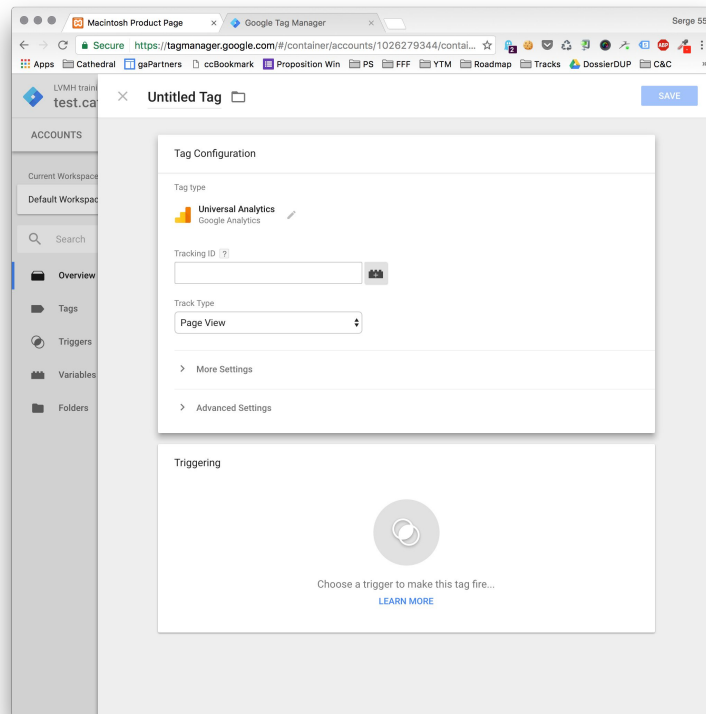
```
<!-- Google Tag Manager -->
<script>(function(w,d,s,l,i){w[l]=w[l]||[];w[l].push({'gtm.start':
new Date().getTime(),event:'gtm.js'});var f=d.getElementsByTagName(s)[0],
j=d.createElement(s),dl=l!='dataLayer'?'&l='+l:'';j.async=true;j.src=
'https://www.googletagmanager.com/gtm.js?id='+i+dl;f.parentNode.insertBefore(j,f);
})(window,document,'script','dataLayer','GTM-5CXCJ48');</script>
<!-- End Google Tag Manager -->
```

GTM 中含有多种代码模板帮助快速新建代码

模板列表



使用 GA 代码模板新建代码



GTM 与 Data Layer 数据层一同部署时功能最佳

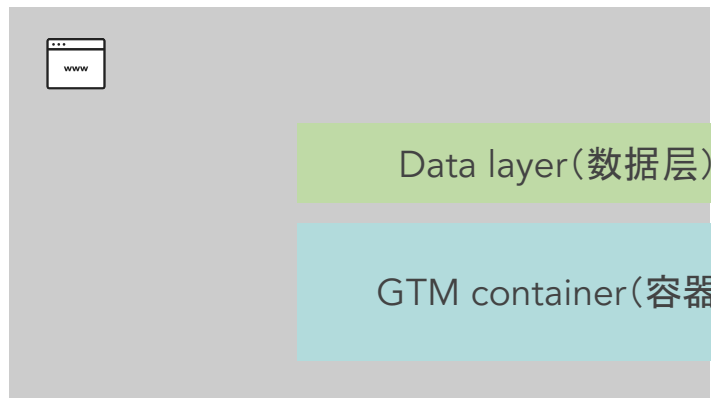
Data Layer 数据层

定义

数据层是一段 JavaScript 变量或对象，用于承载所有您想监测的数据。

原理

在您网站 / APP 的每一个页面都部署数据层，然后通过 GTM 容器从数据层里获取数据。



Data layer 示例:

```
<script>
dataLayer = [{
  'pageCategory': 'signup',
  'visitorType': 'high-value'
}];
</script>
```