

Published based on [Mengurangi Biaya Promosi AdWords Sambil Meningkatkan Penjualan](#)

Mengurangi Biaya Promosi AdWords Sambil Meningkatkan Penjualan

Kalau anda baru belajar mempromosikan situs dengan Google AdWords, besar kemungkinannya anda mendapati bahwa pengeluaran kampanye promosi anda lebih besar daripada *return* yang didapat. Itu disebabkan karena penggunaan setting yang salah dalam *campaign* yang dilakukan.

Long tail keywords menghasilkan konversi yang lebih baik

Sejumlah studi menemukan bahwa *long tail keywords* mempunyai tingkat konversi yang lebih tinggi daripada kata kunci tunggal. *Long tail keywords* adalah kata kunci yang sangat spesifik dan terdiri dari 4 atau lebih kata.

Salah satu studi yang dilakukan Hitwise baru-baru ini disimpulkan bahwa lebih dari 18% pencarian ternyata mengandung lima atau lebih kata. Selain itu [Google juga menyatakan](#) bahwa 20% *query* pencarian yang Google terima setiap hari adalah kata-kata kunci yang tidak digunakan dalam 90 hari sebelumnya, atau malah belum pernah digunakan sama sekali.

Long tail keywords yang salah bisa merugikan

Konsekuensi penggunaan *long tail keywords* adalah dipadukannya penggunaan *broad match* untuk kata-kata kunci yang tercantum pada *long tail keywords*, karena hampir tidak mungkin untuk mencantumkan semua kombinasi *long tail keywords* secara manual. Advise Google tentang *broad match*:

"Broad match is a great way to capitalize on those unexpected, but relevant queries. When you include a keyword as a broad match, your corresponding ad is not only eligible to appear alongside queries with that exact spelling, but it can also capture keyword expansions that include synonyms, singular/plural forms, relevant variants of your keywords, and phrases containing your keywords."

Sayangnya saran diatas ada kelemahannya juga. Kalau anda menggunakan *broad match* untuk semua kata kunci *long tail* yang digunakan, maka iklan anda akan ditampilkan untuk pencarian yang tidak terkait/relevan. Akibatnya biaya yang harus dikeluarkan membengkak lagi tanpa diimbangi pendapatan yang sepadan.

Misal, kata seperti "tiger" akan muncul pada pencarian tentang Tiger Woods, Siberian tiger, tiger shark, Tiger town Georgia, dll.

Oleh karena itu, jangan lupa meng-*exclude keywords* yang tidak terkait dengan promosi situs anda (*negative keywords*).

Negative keywords meningkatkan conversion rate

Kalau *query* pencarian mengandung *negative keyword(s)* ini, iklan AdWords anda tidak akan ditampilkan. Misal, kalau anda memasukkan "free" sebagai kata kunci negatif, iklan AdWords anda tidak akan tampil di depan mata pencari yang ingin barang gratisan. Jadi para penggemar '*gretongan*' tidak akan membuat dana promosi anda terbuang percuma.

Anda juga bisa menggunakan *negative keywords* untuk menampilkan iklan di depan *target group* tertentu. Broker asuransi misalnya, tidak ingin iklannya tampil di depan orang yang mencari buku tentang asuransi. Disini "book" dan "books" digunakan sebagai *negative keywords*.

Kalau salah satu kata dalam *long tail keywords* mengandung arti ganda (seperti contoh "tiger" diatas) maka anda harus menambahkan *negative keywords* untuk mengabaikan *query* pencarian tertentu.

Kesimpulan

Broad match bisa meningkatkan penjualan, tapi anda harus berhati-hati dengan opsi ini. Saat menggunakan

broad match, jangan lupa gunakan juga *negative keywords* untuk menyaring trafik yang tidak diinginkan.

You can also find this article published on [Mengurangi Biaya Promosi AdWords Sambil Meningkatkan Penjualan](#), and on the tag pages [broad match](#), [conversion rate](#), [google adwords](#), [long tail keywords](#), [negative keywords](#), [sem](#).