



Google Partners

คู่มือการแสดงผลป้ายสัญลักษณ์ Google Partners
สำหรับเอเจนซี่

03 ข้อมูลเบื้องต้น

- 04 สมาชิกของ Google Partners กับ Google Partners
- 05 ความเชี่ยวชาญพิเศษของบริษัท

06 วิธีพุดเกี่ยวกับ Google Partners

- 07 วิธีพุดกับลูกค้าเกี่ยวกับ Google Partners
- 08 วิธีพุดกับลูกค้าเกี่ยวกับสมาชิกภาพของคุณใน Google Partners
- 09 กฎต่างๆ เมื่อพุดถึง Google Partners
- 10 วลีที่ควรหลีกเลี่ยง
- 11 คำที่ควรหลีกเลี่ยง

12 วิธีใช้และแสดงป้าย

- 13 สถานที่สำหรับใช้ป้าย
- 14 ป้าย Google Partner

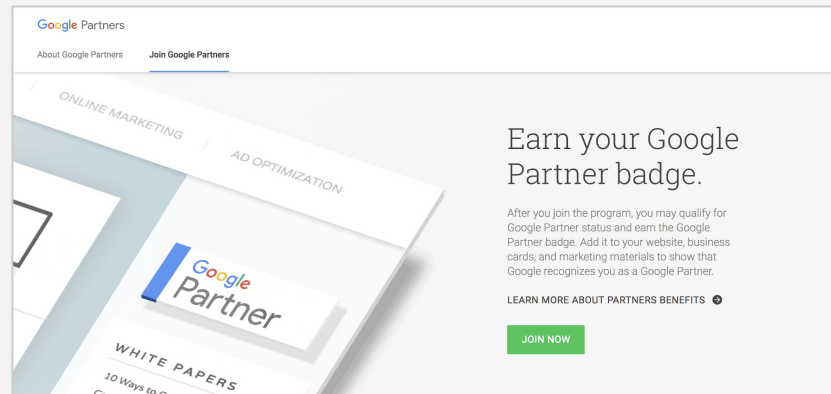
- 15 ป้าย Partner แบบภาพนิ่ง
- 16 การใช้ป้ายแบบภาพนิ่ง
- 17 การใช้ที่ไม่เหมาะสม
- 19 กฎต่างๆ เมื่อใช้ป้าย Google Partner
- 20 การจัดวางตำแหน่งออนไลน์
- 21 โพรไฟล์โซเชียล
- 22 เนื้อหาดิจิทัลที่ไม่มีป้ายออนไลน์

Google Partners คืออะไร

Google Partners มอบข้อมูลเชิงลึก การฝึกอบรม และการสนับสนุนแก่บริษัทและผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดออนไลน์เพื่อช่วยให้ผู้ลงโฆษณาประสบความสำเร็จทางออนไลน์มากขึ้น เอเจนซีที่มีสิทธิ์เข้าถึงสิทธิประโยชน์มากมาย ได้แก่ การรับรองและข้อเสนอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฟรี กิจกรรมฝึกอบรม ข้อเสนอโปรโมชั่นและรางวัล เครือข่ายผู้เชี่ยวชาญ และเครื่องมืออื่นๆ

สมาชิกของ Google Partners ควรมุ่งมั่นเพื่อรับป้าย Google Partner สมาชิกสามารถนำป้ายไปใช้บนเว็บไซต์แล้ว

ในคู่มือนี้ เอเจนซีจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของ Google Partner ค้นพบวิธีแสดงและพูดถึงป้าย และเรียนรู้เคล็ดลับในการใช้ป้ายเพื่อออกให้ผู้มีโอกาสเป็นลูกค้าทราบว่าคุณเป็น Google Partner



สมาชิกของ Google Partners และสถานะ Google Partners

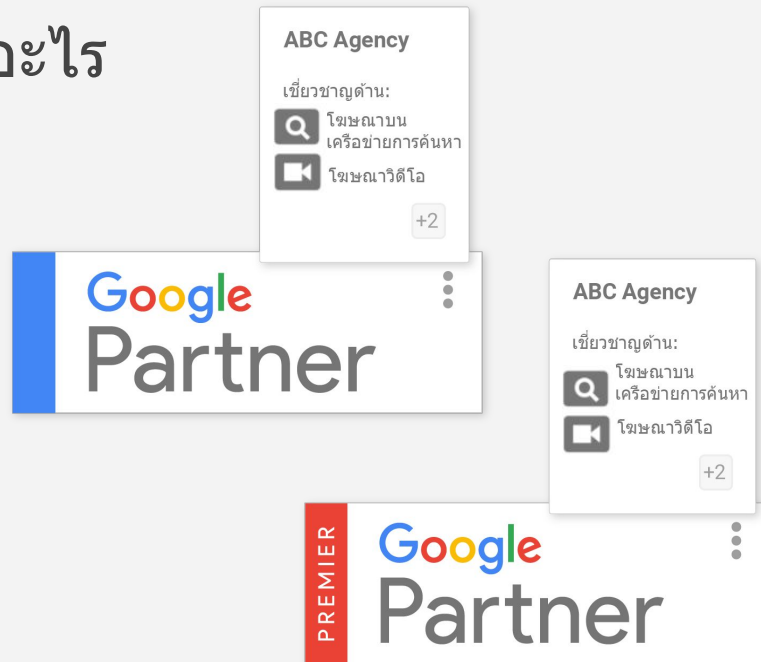
คุณยังไม่ได้รับสถานะภาพ Google Partner ที่สมบูรณ์ หากเอเจนซีของคุณยังไม่ได้รับการรับรองและได้ป้าย Google Partner หรือป้าย Premier Google Partner โปรดดูตารางด้านล่างสำหรับข้อกำหนดของสมาชิกของ Google Partners และสถานะการได้รับการรับรองของ Google Partners

	สมาชิกของ Google Partners	Google Partner	Premier Google Partner
ป้าย	สมาชิกของ Google Partners จะยังไม่ได้รับป้ายจนกว่าจะมีคุณสมบัติในการเป็น Google Partner		
ข้อกำหนด	บุคคล: สร้างและกรอกข้อมูลโปรไฟล์ส่วนบุคคล Partners ให้สมบูรณ์ เชื่อมโยงกับเอเจนซีของคุณและเปิดบัญชีผู้จัดการ AdWords เพื่อเข้าถึงข้อเสนอโปรโมชัน บริษัท: ให้ผู้ที่สร้างโปรไฟล์บริษัทของคุณเป็นคนแรกเปิดและลิงก์กับบัญชีผู้จัดการ AdWords ยืนยันเว็บไซต์และบัญชีผู้จัดการ AdWords ของคุณผ่านอีเมล สร้างและกรอกข้อมูลโปรไฟล์บริษัท Partners ให้สมบูรณ์	สร้างและกรอกข้อมูลโปรไฟล์บริษัท Partners ให้สมบูรณ์ มีทีมงานที่ได้รับการรับรองใน AdWords เพื่อแสดงว่าเอเจนซีของคุณมีความรู้ขั้นสูงเกี่ยวกับ AdWords มียอดใช้จ่ายรวมของ AdWords อย่างต่ำ 10,000 ดอลลาร์สหรัฐ ในช่วง 90 วันที่ผ่านมาเพื่อแสดงให้เห็นว่าเอเจนซีมีปริมาณกิจกรรมอยู่ในระดับที่ดี แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพเอเจนซีของคุณด้วยการสร้างรายได้รวมจาก AdWords และการเติบโตของรายได้ที่แข็งแกร่ง รวมถึงรักษาและเพิ่มฐานลูกค้าของคุณ	สร้างและกรอกข้อมูลโปรไฟล์บริษัท Partners ให้สมบูรณ์ มีทีมงานที่ได้รับการรับรองใน AdWords จำนวน 2 คน เพื่อแสดงว่าเอเจนซีของคุณมีความรู้ขั้นสูงเกี่ยวกับ AdWords จัดการการใช้จ่ายรวมของ AdWords ให้มากขึ้นเพื่อแสดงว่าเอเจนซีมีปริมาณกิจกรรมอยู่ในระดับที่ดี แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพเอเจนซีของคุณด้วยการสร้างรายได้รวมจาก AdWords และการเติบโตของรายได้ที่แข็งแกร่ง รวมถึงรักษาและเพิ่มฐานลูกค้าของคุณ

ความเชี่ยวชาญพิเศษของเอเจนซีคืออะไร

เมื่อคุณได้รับป้าย Google Partner แล้ว คุณสามารถรับความเชี่ยวชาญพิเศษของบริษัท ความเชี่ยวชาญพิเศษเป็นสิ่งที่บ่งบอกว่าเอเจนซีที่ได้รับป้ายมีสมาชิก 1 คนผ่านการรับรองในผลิตภัณฑ์ AdWords 1 ด้าน แสดงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และความเชี่ยวชาญพิเศษในด้านผลิตภัณฑ์นั้นๆ ที่เพิ่มขึ้น และมีการใช้จ่าย AdWords อย่างต่ำ 10,000 ดอลลาร์สหรัฐ ภายใน 90 วันในด้านผลิตภัณฑ์นั้นๆ เอเจนซีที่มีป้ายอาจได้รับความเชี่ยวชาญพิเศษด้านโฆษณาบนเครือข่ายการค้นหา โฆษณานอกรุ่นเคลื่อนที่ โฆษณาวิดีโอ โฆษณาแบบดิสเพลย์บนหน้าเว็บ และโฆษณา Shopping

- ความเชี่ยวชาญพิเศษช่วย Partners แสดงความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เฉพาะเพื่อเอาชนะใจลูกค้ารายใหม่และสร้างความโดดเด่นในตลาด
- ความเชี่ยวชาญพิเศษช่วยให้ผู้ลงโฆษณาระบุ Partners ที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ AdWords ที่พวกเขาต้องการความช่วยเหลือ



วิธีพูดเกี่ยวกับ Google Partners

วิธีพูดกับลูกค้าเกี่ยวกับ Google Partners

เมื่อคุณต้องการอธิบายองค์ประกอบเฉพาะของ Google Partners นี่คือคำพูดบางส่วนที่คุณสามารถนำไปใช้ได้

สิ่งที่ต้องบอกลูกค้าเกี่ยวกับสมาชิก Google Partners

สมาชิกของ Google Partners มีสิทธิ์เข้ารับการฝึกอบรมและทำข้อสอบฟรีเพื่อรับการรับรองด้านผลิตภัณฑ์โฆษณาของ Google AdWords เข้าร่วมกิจกรรมทางการศึกษา และเข้าร่วมเครือข่ายกับ Google Partners รายอื่นๆ

สมาชิกยังสามารถรับป้าย Google Partner เพื่อแสดงความเชี่ยวชาญพิเศษด้าน AdWords ได้ด้วย

สิ่งที่ต้องบอกลูกค้าเกี่ยวกับ Google Partners

Google Partners ได้เรียนรู้แนวคิดขั้นสูงในการสร้าง จัดการ วัดผล และเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผลิตภัณฑ์โฆษณาของ Google AdWords

พวกเขายังได้รับป้าย Google Partner จากการสอบผ่านข้อสอบเพื่อรับการรับรองเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ AdWords

สิ่งที่ต้องบอกลูกค้าเกี่ยวกับ Premier Google Partners

Premier Google Partners คือเอเจนซีที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ในการรับสถานะ Google Partner มีการใช้จ่ายที่สูงกว่าและได้รับการรับรองอื่นๆ เพิ่มเติม รวมถึงมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด

สิ่งที่ต้องบอกลูกค้าเกี่ยวกับความเชี่ยวชาญพิเศษ

เมื่อเอเจนซีได้รับป้าย Google Partner เอเจนซีสามารถเน้นความรู้เฉพาะด้านของตนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ Google AdWords ได้ด้วยความเชี่ยวชาญพิเศษ และเชื่อมต่อกับผู้มีโอกาสเป็นลูกค้าที่กำลังมองหาสิ่งที่เอเจนซีมีให้

วิธีพูดกับลูกค้าเกี่ยวกับสมาชิกภาพของคุณใน Google Partners

เมื่อต้องการโปรโมตเอเจนซีของคุณกับผู้มีโอกาสเป็นลูกค้า นี่คือคำพูดบางส่วนที่คุณสามารถนำไปใช้ได้

สิ่งที่ต้องบอกลูกค้าหากคุณเป็นสมาชิกของ Google Partners

เราสามารถช่วยให้ธุรกิจของคุณเติบโตบนโลกออนไลน์

หากคุณต้องการความช่วยเหลือในการจัดการโฆษณาออนไลน์ของคุณ เอเจนซีของเราผ่านการฝึกอบรมและได้รับการยอมรับจาก Google ให้ช่วยเหลือธุรกิจต่างๆ เช่นธุรกิจของคุณ

สิ่งที่ต้องบอกลูกค้าหากคุณได้รับป้าย Google Partner

เราได้รับป้าย Google Partner แล้ว

การได้รับป้าย Google Partner เป็นการแสดงให้เห็นว่าเรามีความรู้ขั้นสูงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โฆษณาของ Google AdWords ซึ่งช่วยให้เราส่งมอบผลลัพธ์ที่ยอดเยี่ยมและสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า

สิ่งที่ต้องบอกลูกค้าหากคุณได้รับป้าย Premier Google Partner

เราได้รับป้าย Premier Partner แล้ว

การได้รับป้าย Premier Google Partner เป็นการแสดงให้เห็นว่าเราเป็นที่รู้จักในฐานะเอเจนซีชั้นนำด้านการพัฒนาและรักษาแคมเปญโฆษณาออนไลน์ของธุรกิจต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จอยู่เสมอ

สิ่งที่ต้องบอกลูกค้าเกี่ยวกับความเชี่ยวชาญพิเศษ

เราสามารถให้ความช่วยเหลือที่คุณต้องการ

เราได้รับป้าย Google Partner เนื่องจากเราได้แสดงออกถึงความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โฆษณาของ Google AdWords นอกจากนี้เรายังมีสิทธิ์รับการฝึกอบรมต่างๆ ซึ่งช่วยให้เราสามารถช่วยเหลือคุณได้ดียิ่งขึ้น

กฎต่างๆ เมื่อพูดถึง Google Partners

โปรดอย่าระบุว่าตัวคุณเองเป็น Google Partner หากเอเจนซีของคุณยังไม่ได้รับการรับรองสถานะและได้รับป้าย Google Partner หรือป้าย Premier Google Partner

โปรดอย่าบอกเป็นนัยว่าคุณมีความสัมพันธ์ ความผูกพัน เป็นผู้สนับสนุน หรือได้รับการสนับสนุนจาก Google หรือใช้คำว่า “พาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ”

โปรดอย่าบอกเป็นนัยว่าเนื้อหาในเอกสารเขียนโดย Google หรือแสดงถึงมุมมองของ Google หรือบุคลากรของ Google

วิธีที่ควรหลีกเลี่ยงและวิธีที่อาจใช้แทน

ไม่ควรพูด

- ✗ เราได้รับความไว้วางใจจาก Google
- ✗ เรามีความเชี่ยวชาญพิเศษด้านผลิตภัณฑ์โฆษณาของ Google
- ✗ เราเป็นเอเจนซีที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งด้านผลิตภัณฑ์โฆษณาของ Google
- ✗ เรามีข้อมูลภายในที่ทำให้เราได้เปรียบ
- ✗ เราได้รับความไว้วางใจให้ดำเนินการเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

ควรพูด

- ✓ เราได้การรับรองจาก Google
- ✓ เรามีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์โฆษณาของ Google
- ✓ เราสอบผ่านและได้รับการรับรองจาก Google AdWords
- ✓ เรามีสิทธิ์เข้าถึงการฝึกอบรมและการสนับสนุนของ Google
- ✓ ในฐานะ Google Partner เราสามารถช่วยคุณปรับปรุงแคมเปญได้

คำที่ควรหลีกเลี่ยงและคำที่อาจใช้แทน

ไม่ควรพูด

✗ Google Partner / Partner ที่ผ่านการรับรองจาก Google

✗ ป้าย Google Partner

✗ ป้าย Partner

✗ เอเจนซีที่เป็นพาร์ตเนอร์ / Google Partner ที่ได้รับความไว้วางใจ

✗ ได้รับรางวัลด้านความเชี่ยวชาญพิเศษ / ได้รับความเชี่ยวชาญพิเศษ

✗ ได้รับความเชี่ยวชาญ

✗ การค้นหา / อุปกรณ์เคลื่อนที่ / วิดีโอ / ดิสเพลย์ / การค้นหา
Shopping / อุปกรณ์เคลื่อนที่ / วิดีโอ / ดิสเพลย์ / Shopping

✗ YouTube

ควรพูด

✓ Google Partner

✓ ป้าย Google Partner

✓ ป้าย Partner

✓ Google Partner ที่ได้รับการรับรอง

✓ ได้รับการรับรองว่ามีความเชี่ยวชาญพิเศษ

✓ เชี่ยวชาญด้าน

✓ โฆษณานบนเครือข่ายการค้นหา / โฆษณานบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ /
โฆษณาวิดีโอ / โฆษณาแบบดิสเพลย์บนหน้าเว็บ / โฆษณา Shopping

✓ โฆษณาวิดีโอ / การโฆษณาวิดีโอ

(ในการอธิบายเกี่ยวกับความเชี่ยวชาญพิเศษ)

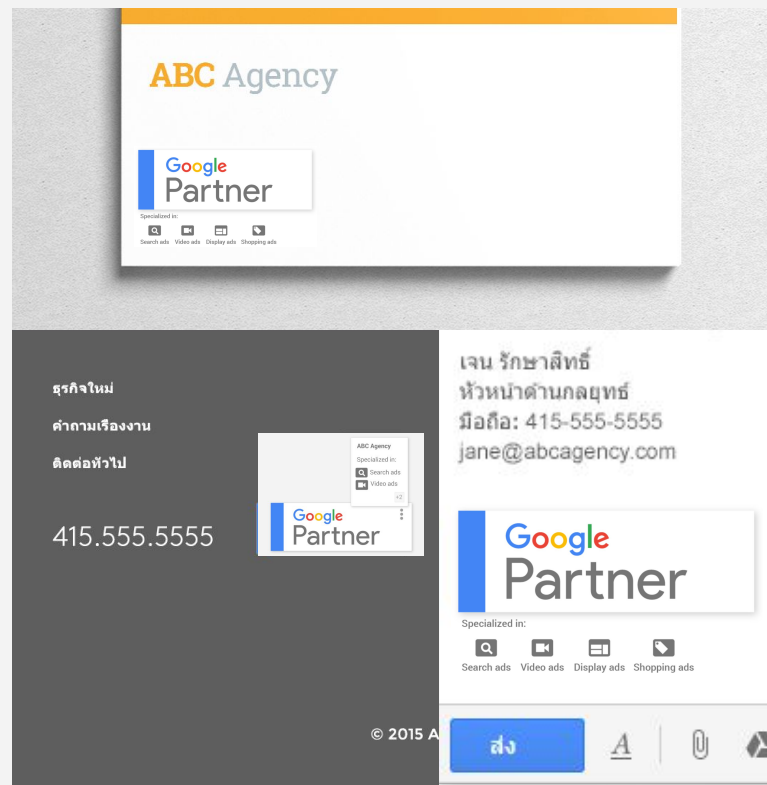
วิธีใช้และแสดงป้าย

สถานที่สำหรับใช้ป้าย

คุณสามารถใช้ป้าย Google Partner ในเนื้อหาทางการตลาด (เว็บไซต์ หน้าโซเชียลมีเดีย อีเมลของคุณ) เพื่อแสดงว่าคุณได้รับการรับรองในฐานะ Google Partner และได้รับความเชี่ยวชาญพิเศษแล้ว

สถานที่ที่ไม่ควรใช้ป้าย

คุณไม่สามารถแสดงป้าย Partner บนเว็บไซต์หรือเนื้อหาที่ละเมิดกฎหมายหรือข้อบังคับ หรือละเมิดนโยบายเรื่องบรรณาธิการของ Google



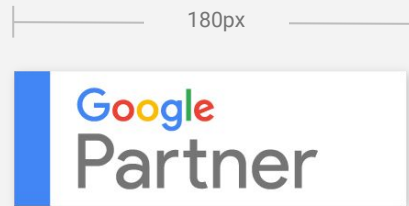
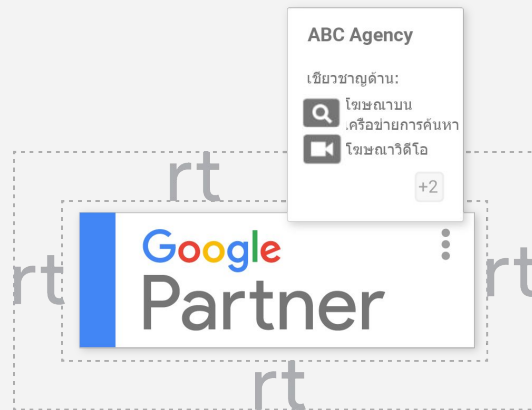
ป้าย Google Partner

ป้าย Google Partner แบบไดนามิกจะแสดงชื่อเอเจนซีและความเชี่ยวชาญพิเศษของคุณเมื่อผู้ใช้งานเมาส์บนจุดที่มุมขวา ใต้สำหรับเว็บไซต์ของคุณและจะใช้เป็นข้อมูลโค้ดแทนภาพนิ่ง

โปรดใช้ป้ายแบบภาพนิ่งสำหรับเนื้อหาดิจิทัลอื่นๆ เช่น ลายเซ็นอีเมล

รักษาขนาดให้มีความกว้างอย่างน้อย 180px และใช้ "rt" ใน Partner เป็นหลักอ้างอิงสำหรับระยะห่างที่แคบที่สุด เนื่องจากป้ายนี้เป็นแบบอินเทอร์แอคทีฟ พื้นที่ว่างที่ต้องใช้สำหรับสถานะเริ่มต้นของป้ายจึงต้องอยู่ในรูปแบบที่ยังไม่มีเมนูป๊อปอัพแสดงขึ้นมาเมื่อวางเมาส์เหนือป้าย

ขนาดและพื้นที่ว่างที่เล็กที่สุด

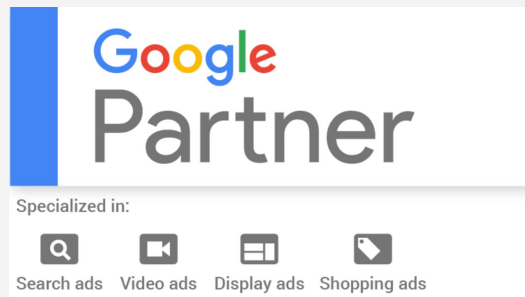


ป้าย Partner แบบภาพนิ่ง

ควรใช้ป้ายแบบภาพนิ่งบนสิ่งพิมพ์และบนเนื้อหาดิจิทัลที่ไม่สามารถใช้ป้าย Partner แบบเคลื่อนไหวได้เท่านั้น

หากเอเจนซีของคุณยังไม่ได้รับความเชี่ยวชาญพิเศษ ให้ใช้ป้ายแบบภาพนิ่งที่ไม่มีความเชี่ยวชาญพิเศษ

ป้ายแบบภาพนิ่งที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษ



ป้ายแบบภาพนิ่งที่ไม่มีความเชี่ยวชาญพิเศษ



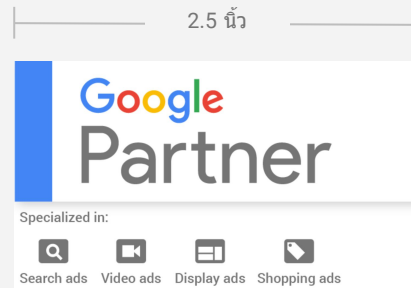
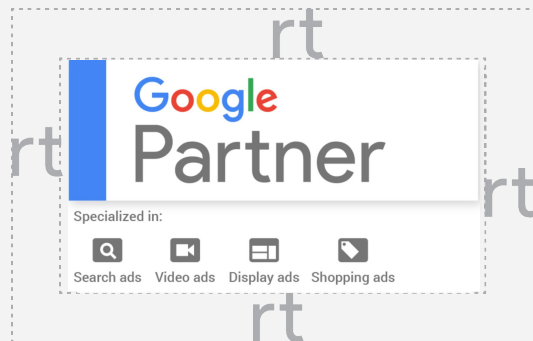
การใช้ป้ายแบบภาพนิ่ง

ในโฟลเดอร์จะมีไฟล์ .eps, .jpg, and .png สำหรับการนำป้ายไปใช้แบบดิจิทัล (RGB) และการพิมพ์ (CMYK)

- **ตำแหน่งและขนาด**
 - สำหรับการพิมพ์ ให้รักษาความกว้างไว้ที่ 2.5 นิ้วเป็นอย่างต่ำ และใช้ "rt" ใน Partner เป็นหลักอ้างอิงสำหรับระยะห่างที่แคบที่สุด
 - แบบอักษรของความเชี่ยวชาญพิเศษไม่ควรเล็กกว่า 6 พอยต์
- **การแสดงผลป้ายออนไลน์**
 - ใส่ความเชี่ยวชาญพิเศษที่คุณได้รับและอยู่บนป้ายออนไลน์ของคุณเท่านั้น
 - ใช้คำต่อไปนี้ เชี่ยวชาญด้าน, โฆษณานบนเครือข่ายการค้นหา, โฆษณานบนอุปกรณ์เคลื่อนที่, โฆษณาวีดีโอ, โฆษณานบนเครือข่ายดิสเพลย์ และโฆษณา Shopping

ป้ายแบบภาพนิ่งควรเป็นภาษาอังกฤษและไม่แปลเป็นภาษาท้องถิ่น

ขนาดและพื้นที่ว่างที่เล็กที่สุด



การใช้งานที่ไม่เหมาะสม



อย่าบิดเบือน
เปลี่ยน หรือนำ
องค์ประกอบใดๆ
ในป้ายออก



อย่าเปลี่ยนคำว่า
Partner ในป้าย
เป็นภาษาอื่น



อย่าเปลี่ยน
สัดส่วนหรือสี
ของป้าย



อย่าใช้โลโก้
Google Partner
โลโก้แตกต่างจาก
ป้ายและมีเพียง
Google เท่านั้นที่
สามารถใช้โลโก้ได้



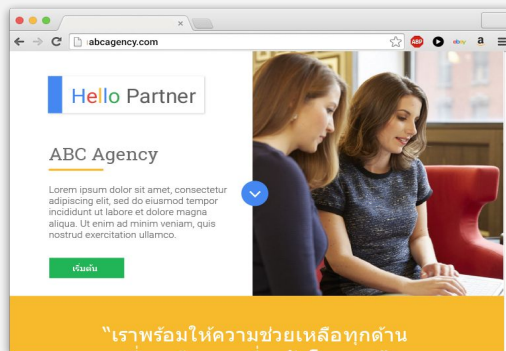
อย่าแปลหรือ
เปลี่ยนคำว่า
Premier ในป้าย
เป็นภาษาท้องถิ่น*

*คุณอาจใช้คำแปลของ "Partners" หรือ "Premier" ได้เฉพาะในส่วนของข้อความเท่านั้น แต่ไม่ใช่ในตัวป้าย "Google" ซึ่งต้องเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น

การใช้งานที่ไม่เหมาะสม



อย่าปรับเปลี่ยนดีไซน์ของป้าย



อย่าลอกเลียนแบบการออกแบบป้ายหรือเว็บไซต์ Google Partners ให้เป็นองค์ประกอบการออกแบบอื่นใด



อย่าแสดงป้ายให้ใหญ่กว่าหรือโดดเด่นกว่าโลโก้ของเอเจนซี แต่สามารถมีขนาดใหญ่กว่าความเชี่ยวชาญพิเศษได้

กฎต่างๆ เมื่อใช้ป้าย Google Partner

อย่าแสดงป้ายจนกว่าคุณจะได้รับการรับรองจาก Google Partner

อย่าแสดงป้ายในลักษณะที่ Google เห็นว่าทำให้เข้าใจผิด หมิ่นประมาท ละเมิด ใส่ร้าย ทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียง เหยียดหยาม หรือไม่เป็นที่น่าพอใจต่อ Google

อย่าแยกป้าย รวมถึงชื่อธุรกิจ โดเมน ชื่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณ หรือการออกแบบ สโลแกน หรือเครื่องหมายการค้าอื่นๆ ในโลโก้ของคุณ

อย่าแสดงป้ายบนเว็บไซต์ที่ละเมิดกฎหมายหรือนโยบายต่างๆ ของ Google ตลอดจนเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาสำหรับผู้ใหญ่

อย่าใช้ป้ายด้วยวิธีอื่นใดนอกเหนือจากที่ระบุไว้ในหลักเกณฑ์เหล่านี้ การไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำเหล่านี้เป็นการละเมิดข้อกำหนดในการให้บริการของ Google Partners

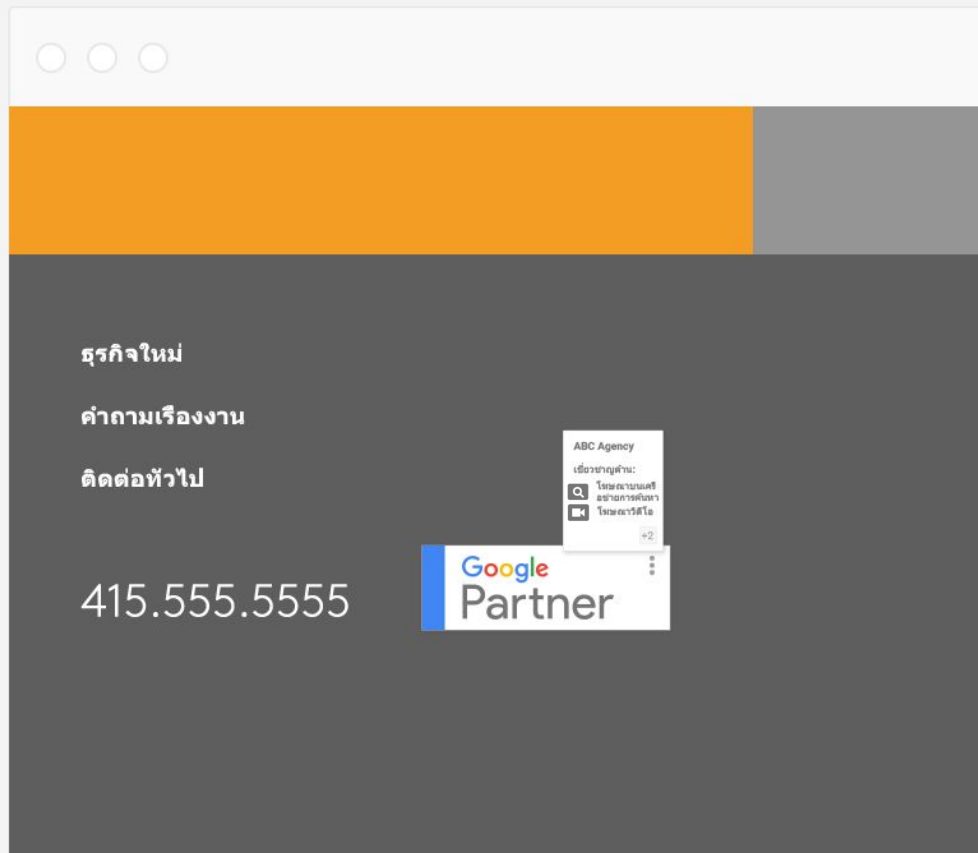
ตัวอย่าง

การจัดวางตำแหน่งออนไลน์

ใช้ป้ายแบบใดนามิกที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษทุกครั้งที่ทำได้

เช่น บนเว็บไซต์ของคุณหรือในตำแหน่งที่สามารถฝังและแสดงป้ายแบบใดนามิกได้

คุณยังสามารถลิงก์กับหน้าโปรไฟล์สาธารณะ Google Partners ของคุณได้ด้วย



เนื้อหาดิจิทัลที่ไม่สามารถใช้ ป้ายออนไลน์ได้

ใส่ป้าย Google Partner แบบภาพนิ่งในการติดต่อทางอีเมลเพื่อ
เน้นย้ำความเชี่ยวชาญพิเศษของคุณกับลูกค้า

ใช้ป้ายแบบภาพนิ่งเฉพาะกับเนื้อหาที่ไม่สามารถใช้ป้ายเวอร์ชัน
ออนไลน์ได้ เช่น ในลายเซ็นอีเมล

