

Google Partners

Vodič za agencije

2018



03 Uvod

- 04 Razlika između članova Google Partnersa i Google partnera
- 05 Specijalizacije tvrtki

06 Kako razgovarati o Google Partnersu

- 07 Kako s klijentima razgovarati o Google Partnersu
- 08 Kako s klijentima razgovarati o svojem članstvu u Google Partnersu
- 09 Pravila za razgovor o Google Partnersu
- 10 Fraze koje treba izbjegavati
- 11 Riječi koje treba izbjegavati

12 Kako upotrebljavati i prikazivati bedž

- 13 Mjesta upotrebe bedža
- 14 Bedž Google partnera

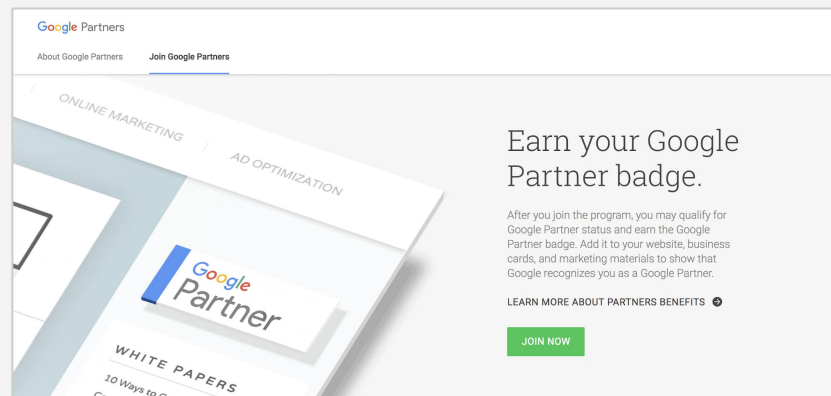
- 15 Statični bedž partnera
- 16 Upotreba statičnog bedža
- 17 Neispravna upotreba
- 19 Pravila upotrebe bedža Google partnera
- 20 Upotreba dinamičnog online bedža
- 21 Profili na društvenim mrežama
- 22 Digitalni materijali bez online bedža

Što je Google Partners?

Google Partners tvrtkama i stručnjacima za online marketing pruža resurse, obuku i podršku kako bi im pomogao da budu uspješniji online. Agencije dobivaju pristup nizu pogodnosti, uključujući besplatne ispite i certifikate za proizvode, obuku, promotivne ponude i nagrade, profesionalno umrežavanje i ostale alate.



Članovi Google Partners trebali bi nastojati steći bedž Google partnera.

Pomoću ovog vodiča agencije će saznati više o pogodnostima Google partnera, kako prikazivati bedž i razgovarati o njemu te će pronaći savjete o tome kako upotrebljavati bedž da bi ih potencijalni klijenti mogli prepoznati kao Google partnera.



Razlika između članova Google Partnersa i Google partnera

Nemojte se predstavljati kao Google partner, osim ako vaša agencija nije ispunila uvjete za stjecanje bedža Google partnera ili bedža Premier Google Partnera. U tablici u nastavku pronađite više informacija o uvjetima koje trebate ispuniti da biste postali član Google Partnersa ili Google partner.

	Članovi Google Partnersa	Google partner	Premier Google Partner
Bedž	Članovi Google Partnersa neće steći bedž sve dok ne ispune uvjete za Google partnera.		
Uvjeti	<p>Pojedinci: Izradite potpun osobni profil na Partnersu. Povežite ga s računom svoje agencije, a zatim otvorite Google Ads račun upravitelja da biste pristupili promotivnim ponudama.</p> <p>Tvrtke: Osoba koja je izradila profil vaše tvrtke neka otvori Google Ads račun upravitelja i poveže ga s profilom vaše tvrtke. Svoju web-lokaciju i Google Ads račun upravitelja potvrdite e-poštom. Izradite potpun profil tvrtke na Partnersu.</p>	<p>Izradite potpun profil tvrtke na Partnersu. Neka povezana član stekne certifikat za Google Ads da biste pokazali da vaša agencija ima napredno znanje o Google Adsu. Tijekom 90 dana upravljajte ukupnom potrošnjom za Google Ads u iznosu od najmanje 10.000 USD da biste pokazali da vaša agencija dobro posluje. Pokažite uspješnost svoje agencije kroz ostvarivanje dobrih ukupnih Google Ads prihoda, povećavanje rasta prihoda te održavanje i povećavanje svoje baze klijenata.</p>	<p>Izradite potpun profil tvrtke na Partnersu. Neka dva povezana člana steknu certifikat za Google Ads da biste pokazali da vaša agencija ima napredno znanje o Google Adsu. Upravljajte višom ukupnom potrošnjom za Google Ads da biste pokazali da vaša agencija dobro posluje. Pokažite uspješnost svoje agencije kroz ostvarivanje dobrih ukupnih Google Ads prihoda, povećavanje rasta prihoda te održavanje i povećavanje svoje baze klijenata.</p>

Što su specijalizacije za tvrtke?

Kad primite bedž Google partnera, možete stjecati specijalizacije za tvrtke. Specijalizacijama se ističu agencije s bedžom koje imaju najmanje jednu povezanu osobu certificiranu za područje Google Ads proizvoda, pokazuju poboljšanu uspješnost u upotrebi proizvoda i stručnost u tom području proizvoda te u njemu tijekom 90 dana ostvare minimalnu potrošnju za Google Ads od 10.000 USD. Agencije s bedžom mogu stjecati specijalizacije u području oglašavanja na pretraživačkoj mreži, mobilnog oglašavanja, videooglašavanja, oglašavanja na prikazivačkoj mreži i oglašavanja na Google Shoppingu.

- Specijalizacije partnerima pomažu da pokažu svoje znanje o određenim proizvodima te tako privuku više poslovnih prilika i istaknu se na tržištu.
- Specijalizacije oglašivačima pomažu identificirati partnere koji su stručni u području Google Ads proizvoda u kojem im je potrebna pomoć.



Kako razgovarati o Google Partnersu

Kako s klijentima razgovarati o Google Partnersu

Slijedi nekoliko gotovih fraza koje možete upotrijebiti kada želite opisati pojedine elemente Google Partnersa.

Što klijentima možete reći o članovima programa Google Partners:

Članovi Google Partnersa imaju pristup besplatnoj obuci i ispitima za stjecanje certifikata za Google Ads proizvode za oglašavanje, a mogu sudjelovati i u informativnim događajima te se umrežiti s Google partnerima.

Članovi Google Partnersa mogu steći i bedž Google partnera da bi pokazali stručnost u Google Adsu.

Što klijentima možete reći o Google partnerima:

Google partneri stekli su zavidno znanje o naprednim konceptima za izradu, upravljanje, mjerenje i optimiziranje Google Ads proizvoda za oglašavanje.

Osim toga, polaganjem certifikacijskih ispita za Google Ads proizvod stekli su bedž Google partnera.

Što klijentima možete reći o Premier Google Partneru:

Osim što su ispunili uvjete za stjecanje statusa Google partnera, Premier Google Partners ispunili su uvjete veće potrošnje i izvedbe tvrtke te stekli dodatne certifikate.

Što klijentima možete reći o specijalizacijama:

Kad agencija stekne bedž Google partnera, specijalizacijama može istaknuti svoje znanje o određenim Google Ads proizvodima i povezivati se s potencijalnim klijentima koji traže upravo ono što im agencija može ponuditi.

Kako s klijentima razgovarati o svojem članstvu u Google Partnersu

Slijedi nekoliko gotovih fraza koje možete upotrijebiti kada svoju agenciju želite promovirati potencijalnim klijentima.

Što klijentima možete reći ako ste član Google Partnersa:

Pomoći ćemo vam da proširite online poslovanje.

Trebate pomoć u upravljanju online oglašavanjem? Google nas je obučio i certificirao da bismo mogli pomoći tvrtkama poput vaše.

Što klijentima možete reći ako ste stekli bedž Google partnera:

Stekli smo bedž Google partnera.

Bedž Google partnera pokazuje da imamo napredno znanje o Google Ads proizvodima za oglašavanje potrebno za postizanje rezultata i izgradnju dugotrajnih odnosa.

Što klijentima možete reći ako ste stekli bedž Premier Google Partner:

Stekli smo bedž Premier Google Partner.

Bedž Premier Google Partner pokazuje da smo prepoznati kao vodeća agencija za razvoj i održavanje uspješnih online kampanja za oglašavanje tvrtki.

Što klijentima možete reći o specijalizacijama:

Pružiti ćemo vam pomoć koja vam je potrebna.

Bedž Google partnera stekli smo znanjem o određenim Google Ads proizvodima za oglašavanje. Uz to smo ostvarili ekskluzivan pristup jedinstvenoj obuci koja će nam pomoći da vam pomognemo.

Pravila za razgovor o Google Partnersu

Nemojte se predstavljati kao Google partner, osim ako vaša agencija nije stekla bedž Google partnera ili bedž Premier Google Partner.

Nemojte implicirati da imate odnos ili ste povezani s Google, kao ni da vas Google sponzorira ili javno podržava. Isto tako, nemojte upotrebljavati izraz "partnerstvo".

Nemojte implicirati da je Google autor vašeg uredničkog sadržaja ni da urednički sadržaj predstavlja stavove Googlea ili Googleovih djelatnika.

Fraze koje treba izbjegavati i što umjesto njih možete upotrijebiti

Nemojte reći

- ✗ Imamo Googleovo povjerenje.
- ✗ Stručnjaci smo za Googleove proizvode za oglašavanje.
- ✗ Među najboljim smo agencijama za Googleove proizvode za oglašavanje.
- ✗ Imamo pristup povlaštenim informacijama koje nam daju prednost.
- ✗ Pouzdano možemo postići najbolje rezultate.

Recite

- ✓ Imamo Googleovu kvalifikaciju.
- ✓ Imamo znanje o Googleovim proizvodima za oglašavanje.
- ✓ Stekli smo certifikat za Google Ads.
- ✓ Imamo pristup Googleovoj obuci i podršci.
- ✓ Kao Google partner možemo vam pomoći u poboljšavanju kampanje.

Riječi koje treba izbjegavati i što umjesto njih možete upotrijebiti

Nemojte reći

- ✗ Googleov partner/Googleov certificirani partner
- ✗ bedž Google Partnersa
- ✗ bedž Partnera
- ✗ povezana agencija/pouzdana Google partner
- ✗ nagraditi specijalizacijom/dobiti specijalizacije
- ✗ postati specijaliziranim
- ✗ pretraživačko oglašavanje/oglašavanje za mobitele/
video oglašavanje/prikazivačko oglašavanje/
Shopping oglašavanje
- ✗ YouTube

Recite

- ✓ Google partner
- ✓ bedž Google partnera
- ✓ bedž partnera
- ✓ Google partner s bedžom
- ✓ steći specijalizacije
- ✓ specijalizirati se
- ✓ oglašavanje na pretraživačkoj mreži/mobilno oglašavanje/
videooглашavanje/oglašavanje na prikazivačkoj mreži/
oglašavanje na Google Shoppingu
- ✓ videoglasovi/videooглашavanje (kada opisujete specijalizacije)

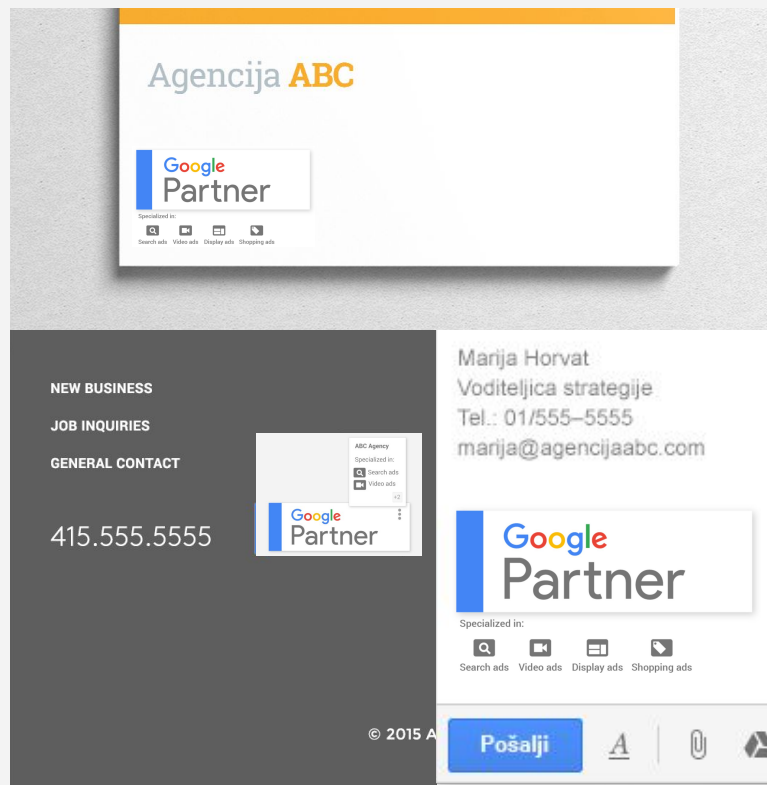
Kako upotrebljavati i prikazivati bedž

Mjesta upotrebe bedža

Bedž Google partnera možete upotrebljavati na svojim marketinškim materijalima (web-lokacija, stranice na društvenim mrežama, e-pošta) da biste pokazali da ste ispunili uvjete za Google partnera i stekli specijalizacije.

Gdje ne upotrebljavati bedž

Bedž partnera ne smijete upotrebljavati na web-lokacijama ili stavkama kojima se krše zakoni ili propisi, ili se na neki drugi način krše Googleova urednička pravila.



Bedž Google partnera

Kada korisnici zadrže pokazivač miša na točkama u desnom kutu dinamičnog bedža Google partnera, prikazat će se naziv i specijalizacije vaše agencije. Možete ga upotrijebiti na svojoj web-lokaciji, a umjesto statične slike upotrijebit će se isječak koda.

Za ostale digitalne elemente, primjerice potpis u e-porukama, upotrijebite statični bedž.

Zadržite veličinu bedža od najmanje 180 piksela širine, a kao referencu minimalnog praznog prostora upotrijebite slova "rt" iz riječi "partner". S obzirom na to da je bedž interaktivan, prazan se prostor odnosi na zadani oblik bedža, bez prikaza skočnog prozora izbornika kada iznad njega zadržite pokazivač miša.

Minimalna veličina i prazan prostor



180 px

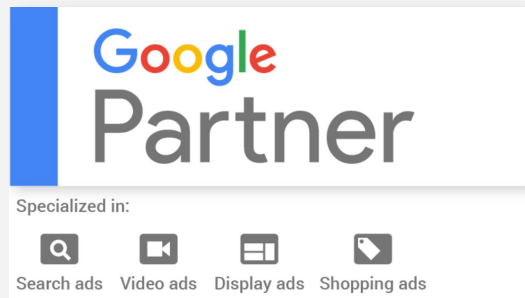


Statični bedž partnera

Statični se bedž treba upotrebljavati isključivo na tiskanim materijalima i digitalnim elementima na kojima se ne može upotrijebiti animirani bedž partnera.

Ako vaša agencija nije stekla nijednu specijalizaciju, poslužite se statičnim bedžom bez specijalizacija.

Statični bedž sa specijalizacijama



Statični bedž bez specijalizacija



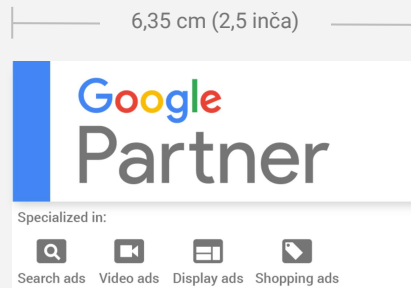
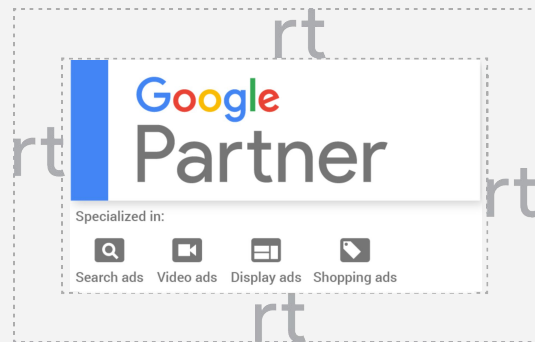
Upotreba statičnog bedža

Mapa sadržava .eps, .jpg i .png datoteke za digitalne (RGB) i tiskane (CMYK) materijale.

- **Položaj i veličina**
 - Prilikom primjene na tiskanim materijalima zadržite veličinu bedža od najmanje 6,35 cm (2,5 inča) širine, a kao referencu minimalnog praznog prostora upotrijebite slova "rt" iz riječi "partner".
 - Veličina fonta za navođenje specijalizacija ne smije biti manja od 6 točaka.
- **Neka statični bedž odražava online bedž**
 - Nabrojite jedino specijalizacije koje ste stekli i koje su navedene na vašem online bedžu.
 - Upotrebljavajte ove izraze: "područja specijalizacije", "oglasni ciljani na pretraživačku mrežu", "mobilni oglasi", "videooglasni", "prikazni oglasi" i "Shopping oglasi".

Statični bedž mora ostati na engleskom jeziku i ne smije se lokalizirati.

Minimalna veličina i prazan prostor



Neispravna upotreba



⊘ Nemojte uklanjati, iskrivljavati niti mijenjati nijedan element bedža.



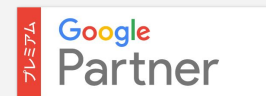
⊘ Na bedžu ne prevodite niti lokalizirajte riječ "partner".



⊘ Ne mijenjajte omjer slike ni boje bedža.



⊘ Ne upotrebljavajte logotip Google Partnersa. On se razlikuje od bedža, a smije ga upotrebljavati isključivo Google.



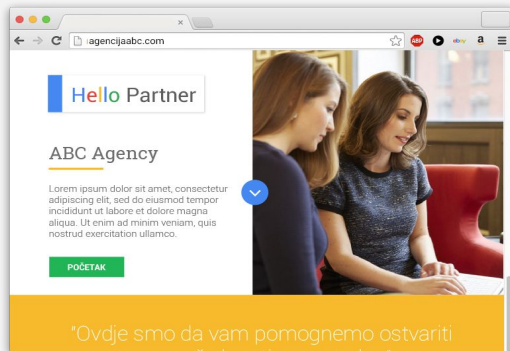
⊘ Na bedžu ne prevodite niti lokalizirajte riječ "premier".*

*Prevedene verzije riječi "partner" i "premier" možete upotrebljavati isključivo za tekstualne primjerke, ali ne i na samoj slici bedža. Riječ "Google" uvijek mora ostati na engleskom jeziku.

Neispravna upotreba



Ne mijenjajte dizajn bedža.



Nijedan drugi element dizajna ne smije oponašati dizajn bedža ili web-lokacije Google Partnersa.



Bedž, osim specijalizacija, ne smijete prikazivati većim ni uočljivijim od logotipa vaše agencije.

Pravila upotrebe bedža Google partnera

Bedž ne smijete prikazivati sve dok ne ispunite uvjete za Google partnera.

Bedž ne smijete prikazivati na način koji je prema Googleovu mišljenju zavaravajući, klevetnički, suprotan pravilima, uvredljiv, pogrdan, opscen ili neprihvatljiv za Google u nekom drugom smislu.

Bedž ne smijete izdvojiti pored naziva svoje tvrtke, domene, proizvoda ili usluga, kao ni unutar svojeg logotipa, dizajna, slogana ili nekog drugog zaštitnog znaka.

Bedž ne smijete prikazivati na web-lokacijama kojima se krše zakoni ili Googleova pravila, ili koje uključuju sadržaje za odrasle.

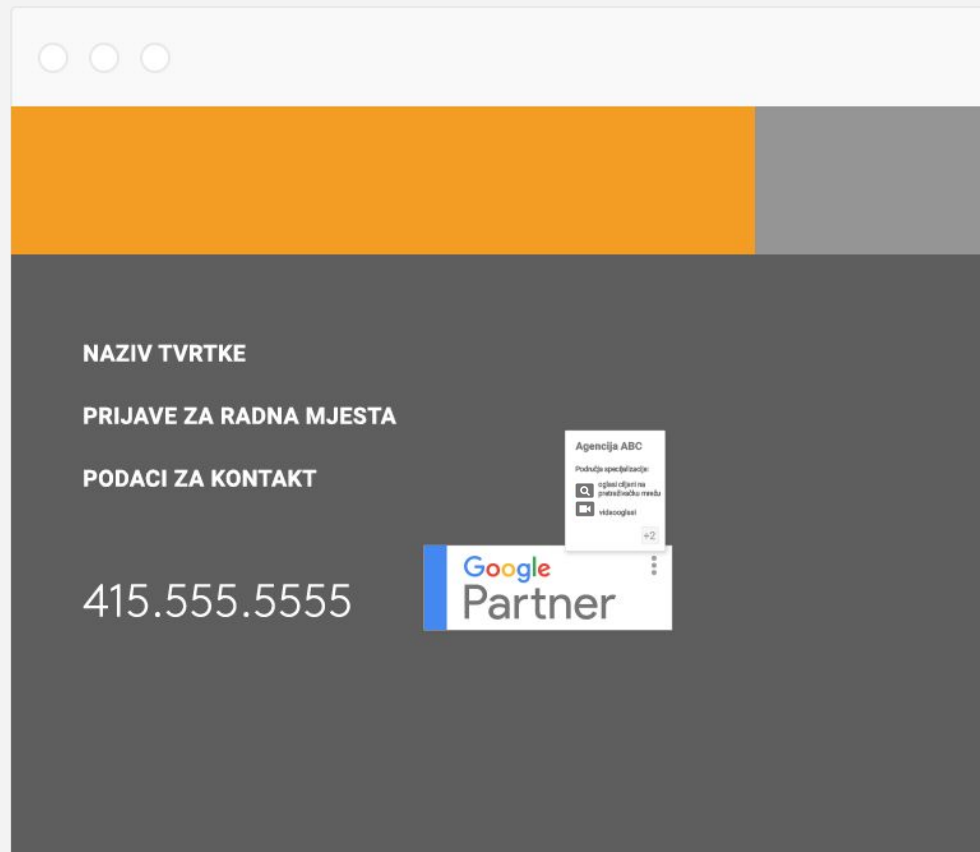
Bedž ne smijete upotrebljavati ni na koji drugi način koji nije naveden u ovim smjernicama. Nepridržavanje ovih uputa predstavlja kršenje [Uvjeta pružanja usluge](#) Google Partners.

Upotreba dinamičnog online bedža

Kada je to moguće, upotrebljavajte dinamični bedž sa specijalizacijama.

Primjeri: vaša web-lokacija i svaki položaj u koji se dinamični bedž može ugraditi i u kojem se on može prikazati.

Isto tako, možete dodati vezu na stranicu svojeg javnog profila na Google Partnersu.



Digitalni materijali na kojima se ne može upotrijebiti online bedž

Statični bedž Google partnera uključite u e-poruke da biste klijente podsjetili na svoju stručnost.

Statični bedž upotrebljavajte isključivo na materijalima na kojima se ne može upotrijebiti online verzija, poput potpisa u e-poruci.

