



Google Partners

Knjiga s strategijami za blagovne znamke za
agencije

2018

03 Uvod

- 04 Člani programa Google Partners in Googlovi partnerji
- 05 Specializacije podjetja

06 Kako predstaviti program Google Partners

- 07 Kako strankam predstaviti Googlove partnerje
- 08 Kako strankam predstaviti članstvo v programu Google Partners
- 09 Pravila govora o Googlovih partnerjih
- 10 Besedne zveze, ki se jim izogibajte
- 11 Besede, ki se jim izogibajte

12 Kako uporabljati in prikazovati značko

- 13 Kje uporabljati značko
- 14 Značka Googlovega partnerja

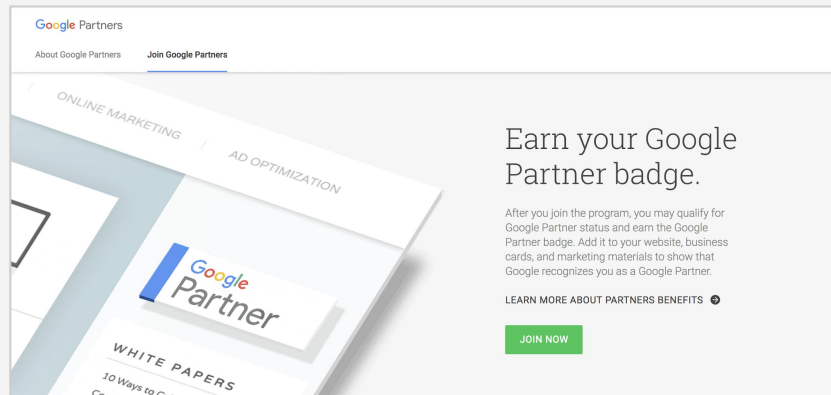
- 15 Statična značka partnerja
- 16 Implementacija statične značke
- 17 Neustrezna raba
- 19 Pravila uporabe značke Googlovega partnerja
- 20 Umestitev v spletu
- 21 Družabni profil
- 22 Digitalna sredstva brez spletne značke

Kaj je program Google Partners?

Program Google Partners zagotavlja podjetjem in posameznikom s področja spletnega trženja vire, usposabljanja in podporo, ki oglaševalcem pomagajo dosegati boljše rezultate v spletu. Agencije dobijo dostop do številnih prednosti, med drugim do brezplačnih izpitov in certifikatov, izobraževalnih dogodkov, promocijskih ponudb in nagrad, povezovanja s strokovnjaki in drugih orodij za posamezne programe.

Člani programa Google Partners naj bi stremeli k pridobitvi značke Googlovega partnerja.

Agencije bodo v tej knjigi s strategijami spoznale prednosti statusa Googlovega partnerja, izvedele, kako prikazovati in predstavljati značko, ter dobile namige o uporabi značke, da bodo potencialne stranke vedele, da so Googlov partner.



Člani programa Google Partners in Googlovi partnerji

Zadržite svojo vnemo in se ne predstavljajte kot Googlov partner, razen če si je vaša agencija prislužila značko Googlovega partnerja ali Googlovega glavnega partnerja. V spodnji tabeli si oglejte informacije o zahtevah za člane programa Google Partners in Googlove partnerje.

	Člani programa Google Partners	Googlov partner	Glavni Googlov partner
Značka	Člani programa Google Partners nimajo značke, dokler se ne kvalificirajo za Googlovega partnerja.		
Zahteve	Posamezniki: Ustvarite in izpolnite profil posameznika v programu Partners. Povežite se s svojo agencijo in odprite račun upravitelja za Google Ads, da boste lahko izkoristili promocijske ponudbe. Podjetja: Prva oseba, ki je ustvarila profil podjetja, naj odpre račun upravitelja za Google Ads in poveže profil s tem računom. Spletno mesto in račun upravitelja za Google Ads potrdite po e-pošti. Ustvarite in izpolnite profil podjetja v programu Partners.	Ustvarite in izpolnite profil podjetja v programu Partners. Povezan član naj pridobi certifikat za Google Ads, s čimer boste dokazali, da ima agencija napredno znanje o programu Google Ads. Upravljajte vsaj 10.000 USD (oz. protivrednost v lokalni valuti) skupne porabe v programu Google Ads v zadnjih 90 dneh, s čimer dokažete, da ima agencija zdravo mero aktivnosti. Dokažite uspešnost agencije, tako da dosegate prepričljiv skupni prihodek v programu Google Ads, da prihodek raste ter ohranjate in širite bazo strank.	Ustvarite in izpolnite profil podjetja v programu Partners. Dva povezana člana naj pridobita certifikat za Google Ads, s čimer boste dokazali, da ima agencija napredno znanje o programu Google Ads. Upravljajte višji znesek skupne porabe v programu Google Ads, s čimer dokažete, da ima agencija zdravo mero aktivnosti. Dokažite uspešnost agencije, tako da dosegate prepričljiv skupni prihodek v programu Google Ads, da prihodek raste ter ohranjate in širite bazo strank.

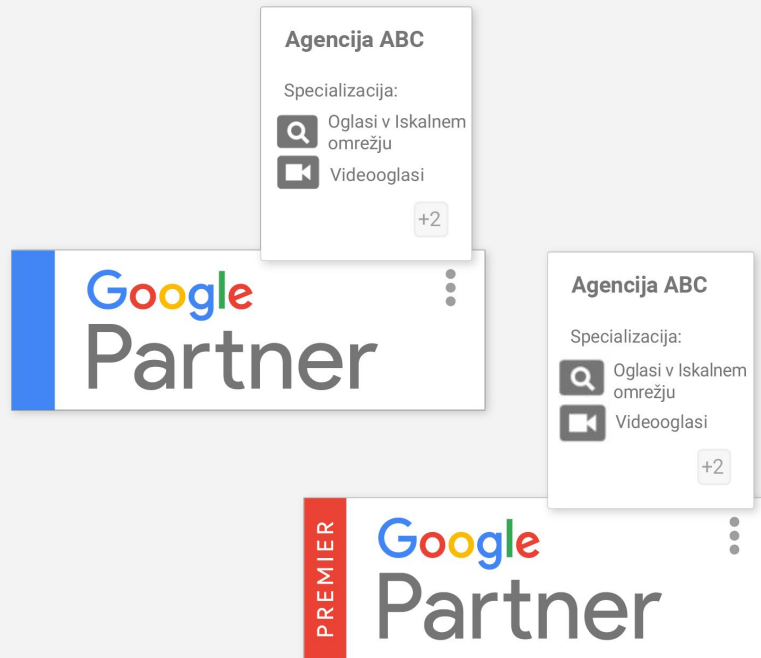
Kaj so specializacije podjetja?

Ko pridobite značko Googlovega partnerja, si lahko prislužite specializacije podjetja. Specializacije so priznane agencijam z značko, ki imajo eno povezano osebo s certifikatom za področje programa Google Ads, dokazujejo večjo uspešnost in znanje na zadevnem področju programa ter so imele v zadnjih 90 dneh v programu Google Ads porabo v višini najmanj 10.000 USD (oz. protivrednost v lokalni valuti) na zadevnem področju. Agencije z značko se lahko specializirajo za oglaševanje v Iskalnem in Prikaznem omrežju, za oglaševanje za mobilne naprave, videooglaševanje ter oglaševanje za Nakupovanje.

S specializacijami lahko partnerji dokazujejo znanje o specifičnem izdelku, s čimer pridobijo nove posle in še bolj izstopajo na trgu.

Na podlagi specializacij lahko oglaševalci poiščejo partnerje, ki so izkušeni na določenem področju programa Google Ads, za katerega potrebujejo pomoč.

Oglaševalci lahko poiščejo partnerje s specializacijami v iskalniku Googlovih partnerjev ali s preverjanjem ikon za specializacije na mestih, kjer je prikazana značka.



Kako predstaviti program Google Partners

Kako strankam predstaviti program Google Partners

Ko želite opisati določene elemente programa Google Partners, lahko to naredite na naslednje načine:

Kaj povedati strankam o članih programa Google Partners:

Člani programa Google Partners imajo dostop do brezplačnega usposabljanja za pridobitev certifikatov za oglaševalske izdelke programa Google Ads, lahko se udeležijo izobraževalnih dogodkov in se povezujejo z drugimi Googlovimi partnerji.

Člani si lahko tudi prislužijo značko Googlovega partnerja, s katero dokazujejo svoje znanje o programu Google Ads.

Kaj povedati strankam o Googlovih partnerjih:

Googlovi partnerji so osvojili napredne koncepte o ustvarjanju, upravljanju, merjenju in optimizaciji oglaševalskih izdelkov Google Ads.

Prav tako so si prislužili značko Googlovega partnerja, saj so opravili izpite za pridobitev certifikatov za izdelke Google Ads.

Kaj povedati strankam o Premier Googlovih partnerjih:

Premier Googlovi partnerji so izpolnili merila za pridobitev statusa Googlovega partnerja ter dosegli večjo porabo, pridobili dodatne certifikate in izpolnili zahteve glede uspešnosti podjetja.

Kaj povedati strankam o specializacijah:

Ko agencija pridobi značko Googlovega partnerja, lahko s specializacijami izpostavi svoje znanje o določenem izdelku Google Ads in se poveže s potencialnimi strankami, ki iščejo natanko to, kar ponuja.

Kako strankam predstaviti članstvo v programu Google Partners

Ko želite svojo agencijo predstaviti potencialnim strankam, lahko uporabite naslednja sporočila:

Kaj povedati strankam, če ste član programa Google Partners:

Vašemu podjetju lahko pomagamo, da postanete uspešnejši v spletu.

Ali potrebujete pomoč pri upravljanju spletnega oglaševanja? Pri Googlu smo opravili usposabljanja in pridobili certifikate, da lahko pomagamo podjetjem, kot je vaše.

Kaj povedati strankam, če ste pridobili značko Googlovega partnerja:

Prislužili smo si značko Googlovega partnerja.

Značka Googlovega partnerja dokazuje, da smo pokazali napredno znanje o oglaševalskih izdelkih Google Ads, kar nam omogoča dosegati želene rezultate in vzpostaviti trajno sodelovanje s strankami.

Kaj povedati strankam, če ste pridobili značko Googlovega Premier partnerja:

Prislužili smo si značko Googlovega Premier partnerja.

Značka Googlovega Premier partnerja dokazuje, da nas štejejo za vodilno agencijo za razvijanje in vzdrževanje uspešnih spletnih oglaševalskih akcij za podjetja.

Kaj povedati strankam o specializacijah:

Lahko vam zagotovimo pomoč, ki jo potrebujete.

Značko Googlovega partnerja smo si prislužili z dokazanim znanjem o specifičnih oglaševalskih izdelkih Google Ads. Poleg tega imamo dostop do ekskluzivnih usposabljanj, kjer izvemo, kako vam pomagati.

Pravila govora o Googlovih partnerjih

Ne predstavljajte se kot Googlov partner, razen če si je vaša agencija prislužila značko Googlovega partnerja ali Googlovega Premier partnerja.

Ne nakazujte, da imate z Googlom poslovno povezavo, imate njegovo sponzorstvo ali priporočila, prav tako ne uporabljajte izraza »partnerstvo«.

Ne nakazujte, da je Google ustvaril uredniško vsebino oz. da ta vsebina predstavlja mnenje Google ali zaposlenih pri Googlu.

Besedne zveze, ki se jim izogibajte, in katere raje uporabite

Ne recite

- ✗ Google nam zaupa.
- ✗ Smo strokovnjaki za Googleve oglaševalske izdelke.
- ✗ Smo ena najboljših agencij za Googleve oglaševalske izdelke.
- ✗ Imamo interne informacije, zaradi katerih smo v prednosti.
- ✗ Zaupajo nam, da zagotavljamo najboljše rezultate.

Recite

- ✓ Smo kvalificirani pri Googlu.
- ✓ Imamo znanje o Googlovih oglaševalskih izdelkih.
- ✓ Pridobili smo certifikat za Google Ads.
- ✓ Imamo dostop do Googlevega usposabljanja in podpore.
- ✓ Kot Googlov partner vam lahko pomagamo izboljšati oglaševalsko akcijo.

Besede, ki se jim izogibajte, in katere raje uporabite

Ne recite

- ✗ Google partner/Googlov certificirani partner
- ✗ značka programa Google Partners
- ✗ partnerska značka
- ✗ povezana agencija/zaupanja vreden Googlov partner
- ✗ podeliti specializacije/prejeti specializacije
- ✗ postati specializiran
- ✗ Iskalno/Mobilno/Video/Prikazno/Nakupovalno
iskalno/mobilno/video/prikazno/nakupovalno
- ✗ YouTube

Recite

- ✓ Googlov partner
- ✓ značka Googlovega partnerja
- ✓ značka partnerja
- ✓ Googlov partner z značko
- ✓ pridobiti/prislužiti si specializacije
- ✓ specializirati se za
- ✓ oglaševanje v Iskalnem omrežju/oglaševanje za mobilne
naprave/videooglaševanje/ oglaševanje v Prikaznem omrežju/
oglaševanje za Nakupovanje
- ✓ videooglasilni/videooglaševanje (pri opisovanju specializacij)

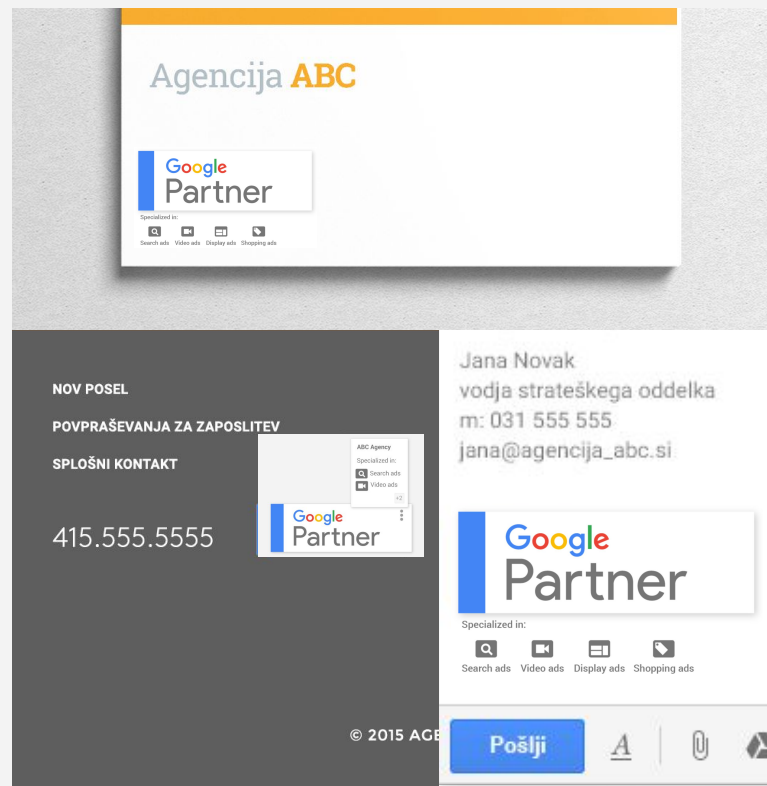
Kako uporabljati in prikazovati značko

Kje uporabljati značko

Značko Googleovega partnerja lahko uporabljate v tržnem gradivu (na spletnem mestu, družabnih straneh, v e-poštnih sporočilih), s čimer nakažete, da ste kvalificirani kot Googlov partner in da ste si prislužili specializacije.

Kje ne uporabljati značke

Značke partnerja ne smete prikazovati na nobenem spletnem mestu ali elementu, ki krši kakršen koli zakon ali uredbo oz. kako drugače krši Googlov uredniški pravilnik.



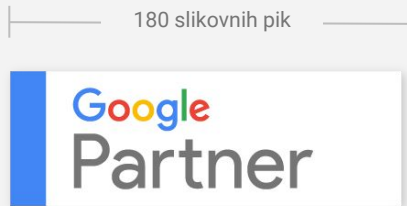
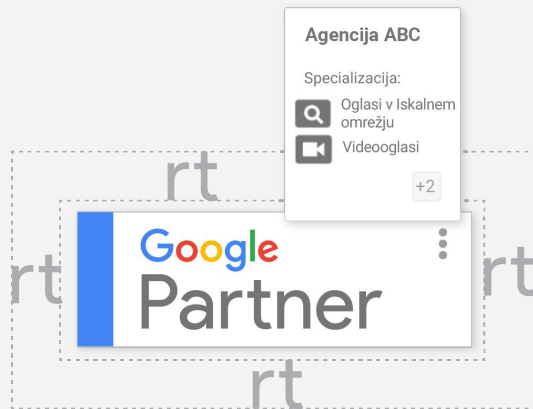
Značka Googlovega partnerja

Na dinamični znački Googlovega partnerja se prikažejo ime vaše agencije in specializacije, ko se uporabniki z miško pomaknejo nad pike v desnem kotu. Na voljo je za vaše spletno mesto in bo implementirana kot delček kode namesto statične slike.

Za druga digitalna sredstva, kot je podpis v e-poštnem sporočilu, uporabite statično značko.

Ohranite velikost najmanj 180 slikovnih pik v širino in uporabite črki »rt« v besedi »partner« kot merilo za najmanjši nezapolnjen prostor. Ker je značka interaktivna, je nezapolnjen prostor uporabljen pri privzetem stanju značke brez prikaza pojavnega menija ob prehodu miške.

Najmanjša velikost in nezapolnjen prostor

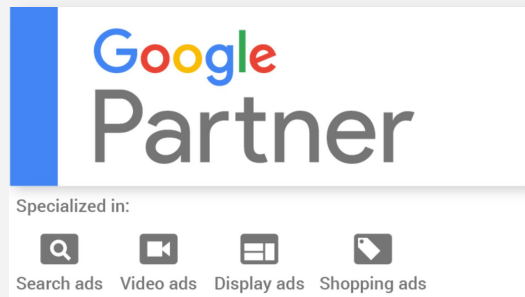


Statična značka partnerja

Statično značko uporabljajte le v tiskanem gradivu in digitalnih sredstvih, kjer animacija značke partnerja ne ustreza zahtevanim meram.

Če si vaša agencija ni prislužila specializacij, uporabite statično značko brez specializacij.

Statična značka s specializacijami



Statična značka brez specializacij



Implementacija statične značke

Mapa vsebuje datoteke .eps, .jpg in .png za digitalno uporabo (RGB) in tisk (CMYK).

Umestitev in velikost

Za tiskano gradivo ohranite velikost najmanj 6,4 cm v širino in uporabite črki »rt« v besedi »partner« kot merilo za najmanjši nezapolnjen prostor.

Pisave za specializacije ne smejo biti manjše od 6 pik.

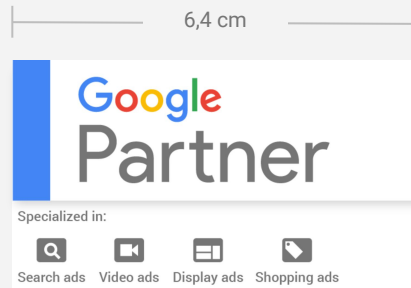
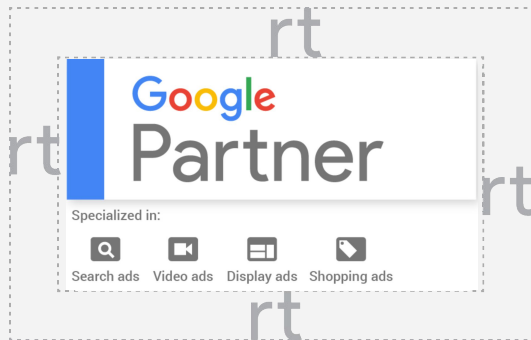
Posnemite spletno značko

Navedite le specializacije, ki ste si jih prislužili in so prikazane na vaši spletni znački.

Uporabite naslednje izraze: specializirani za, oglasi v Iskalnem omrežju, oglasi za mobilne naprave, videooglas, oglasi v Prikaznem omrežju in oglasi za Nakupovanje.

Statična značka mora ostati v angleščini in je ni dovoljeno lokalizirati.

Najmanjša velikost in nezapolnjen prostor



Neustrezna raba



❌ Ne odstranite, popačite ali spreminjajte nobenega elementa značke.



❌ Ne prevajajte ali lokalizirajte besede »Partner« na znački.



❌ Ne spreminjajte razmerja slike ali barv značke.



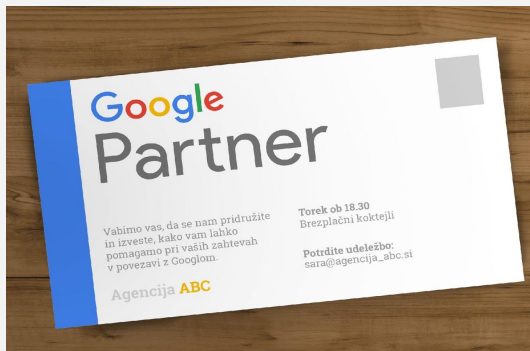
❌ Ne uporabljajte logotipa »Google Partner«. Razlikuje se od značke in ga lahko uporablja samo Google.



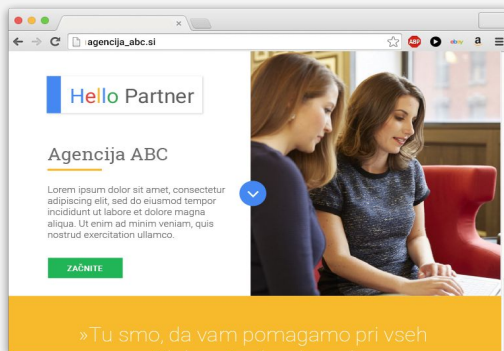
❌ Ne prevajajte ali lokalizirajte besede »Premier« na znački.*

*Prevedeno različico izraza »Partners« oz. »Premier« uporabljajte samo v besedilih, ne pa na sami sliki značke. Beseda »Google« mora vedno ostati v angleščini.

Neustrezna raba



Ne spreminjajte oblike značke.



Ne posnemajte oblike značke ali spletnega mesta Google Partners za kateri koli drug oblikovalski element.



Ne prikazujte značke v večji velikosti ali vidnejše od logotipa agencije, izključujoč specializacije.

Pravila uporabe značke Googlovega partnerja

Značke ne prikazujte, dokler se ne kvalificirate kot Googlov partner.

Ne prikazujte značke na način, ki po Googlovem lastnem mnenju zavaja, obrekuje, krši, opravlja, diskreditira, sramoti ali je kako drugače sporen za Google.

Ne osamite značke skupaj z vašo domeno, imenom podjetja, izdelka ali storitve oz. v logotipu, oblikovanju, sloganu ali drugih blagovnih znamkah.

Ne prikazujte značke na spletnih mestih, ki kršijo zakone ali Googlove pravilnike ali prikazujejo vsebino za odrasle.

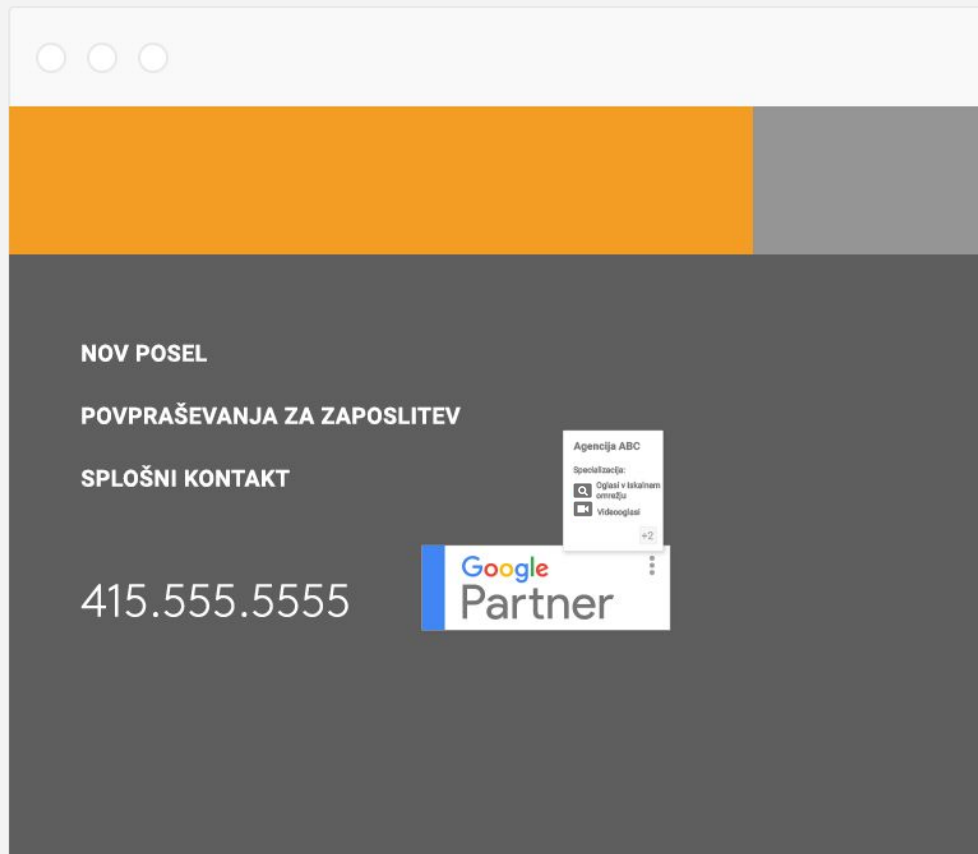
Značke je dovoljeno uporabljati samo na načine, ki so določeni v teh smernicah. Neupoštevanje teh navodil predstavlja kršitev [pogojev storitve](#) programa Google Partners.

Umestitev v spletu

Kjer je mogoče, uporabljajte dinamično značko s specializacijami.

Primeri: na vašem spletnem mestu ali kateri koli umestitvi, kjer je mogoče vdelati in prikazovati dinamično značko.

Ustvarite lahko tudi povezavo do strani svojega javnega profila v programu Google Partners.



Digitalna sredstva, ki ne omogočajo uporabe spletne značke

Statično značko Googlovega partnerja vključite v e-poštna sporočila, da stranke opomnite na vaše znanje.

Statično značko uporabljajte le v sredstvih, ki ne omogočajo spletne različice, na primer v podpisu v e-poštnih sporočilih.

Novo sporočilo

Prejemniki

Zadeva

Pozdravljeni, Samo!

Hvala za današnji sestanek. Če boste imeli kakšna vprašanja ali potrebovali mojo pomoč pred najinim sestankom v torek ob 14h, se brez oklevanja obrnite name.

Lep pozdrav,
Jana

Agencija ABC

Jana Novak
vodja strateškega oddelka
m: 031 555 555
jana@agencija_abc.si

Google
Partner

Specialized in:
Search ads Video ads Display ads Shopping ads

Pošlji