**Jak w Google AdWords będzie można wykorzystać listy mailingowe?**

**W przeciągu kilku tygodni ma zostać udostępniona opcja Google AdWords - Customer Match, która otworzy przed reklamodawcami nowe możliwości…**

Google to firma zaliczana do grona sieciowych gigantów. Wśród narzędzi, jakie posiada w swoim dorobku, znajduje się m.in. najpopularniejsza wyszukiwarka na świecie, przeglądarka internetowa czy cieszący się zaufaniem Gmail. Wszystkie te elementy (a także wiele innych) pozwalają specjalistom Google analizować zachowania użytkowników, a następnie m.in. na tej podstawie targetować reklamy Google AdWords.

**Customer Match – jak działa?**

Customer Match to nowa usługa, jaką swoim reklamodawcom chce zaoferować firma z Mountain View. W założeniach ma przypominać znaną z Facebooka funkcję Customer Audiences (dostępną podczas tworzenia Facebook Ads), która pozwala na kierowanie kampanii reklamowych do niestandardowych grup odbiorców – w tym do osób wpisanych na prywatne listy mailingowe.

Przeniesie to targetowanie reklam AdWords na kolejny poziom – jest bowiem zdecydowanie celniejsze niż miało to miejsce dotychczas: zamiast szukać osób potencjalnie zainteresowanych danym tematem, pozwala dotrzeć do tych, którzy już są nim zainteresowani.

Reklamę z wykorzystaniem usługi Customer Match będzie można kierować na:

l wyszukiwarkę Google,

l YouTube’a,

l Gmaila.

**Większe możliwości dla reklamodawców**

Podsumowując, w przeciągu kilku tygodni kampanie reklamowe w Google AdWords będzie można kierować bezpośrednio do osób, których adresy e-mail zostaną wgrane za pośrednictwem Customer Match.