

Zásady efektivní inzerce v ETARGETu

Analýza inzerce klientů v systému ETARGET nám umožnila identifikovat několik zásad, které zvyšují účinnost reklamy a zároveň snižují její cenu. Hlavní zásady, jak správně inzerovat pomocí ETARGET, vám přinášíme v tomto dokumentu.

Vytvořte si zdarma větší počet odkazů

Vytvořte si více odkazů, které budou přesněji popisovat vaše produkty na základě hledaných slov. Konkrétnější odkazy zvyšují prodej.

Příklad: Na hledané slovo „NÁBYTEK“ je vhodný odkaz ve znění „Široký sortiment nábytku pro kanceláře, domácnosti a hotely“, avšak pro hledané slovo „ŽIDLÍČKA“ je vhodnější odkaz ve znění „Široký sortiment židliček v cenách už od 980,- Kč“

Uživatelé internetu hledají konkrétní odpovědi na své otázky, proto jsou inzerenti s přesnějšími odpověďmi na zadané požadavky úspěšnější. Systém ETARGET vám umožňuje tvorbu neomezeného počtu odkazů bez dodatečných poplatků.

Hledané výrazy použijte v textu odkazu

Používejte hledané výrazy přímo v textu odkazu. Průměrně takovéto použití zvyšuje efektivitu o 35%.

Příklad: Na hledané slovo „ŽIDLÍČKA“ je vhodné zobrazit odkaz ve znění „Židličky od světových výrobců v cenách od 980,- Kč“. Pokud pro tento hledaný výraz zvolíte odkaz „Nabízíme značkový nábytek“, sníží se jeho efektivita a ztrácíte tak nové zákazníky.

Systém ETARGET umožňuje dynamickou tvorbu odkazů, takže pokud plánujete inzerovat na více než 300 slov, kontaktujte nás prosím, rádi vám pomůžeme se zjednodušením správy odkazů.

Uvádějte v odkazu lokalitu, ve které podnikáte

Jestliže je působení vašeho podnikání omezeno určitou lokalitou, informujte o tom zájemce o vaše produkty předem. Vytvořte také více odkazů pro lokální hledání. Tímto snížíte náklady na reklamu, protože vaši stránku nenavštíví zájemci z jiných lokalit. Atraktivitu vašich odkazů zvýšíte také tím, že uživatelé upřednostňují dodavatele ze svého města nebo kraje.

Příklad: Máte prodejnu s nábytkem v Plzni a Olomouci. Na vyhledávaný výraz „NÁBYTEK PLZEŇ“ použijte odkaz „Dům nábytku Plzeň“, zatímco pro vyhledávání „NÁBYTEK OLOMOUC“ použijte znění odkazu „Dům nábytku Olomouc“. Takto formulovaný odkaz může zvýšit efektivitu reklamy až o 50%.

Zohledňujte konkurenci

Při tvorbě odkazů si pozorně přečtěte odkazy Vašich konkurentů a formulujte vlastní odkazy tak, aby sa odlišovaly od ostatních. Nabídněte klientům takové výhody, které nenabízejí jiní. Znění konkurenčních odkazů najdete na www.etarget.cz v sekci Hledání v ETARGETu.

Zadejte si zdarma více klíčových slov

Úspěšné kampaně si žádají od zadavatele věnovat pozornost výběru klíčových slov, jelikož každý uživatel na internetu hledá zboží a služby prostřednictvím jiných slov. Úspěšnějším je ten inzerent, který lépe zná svého zákazníka (jeho zvyky, jazyk který používá apod.)

Příklad: Nákup židliček do kanceláře začíná hledáním možných dodavatelů na internetu. Zákazník může hledat např. židlička, židličky, nábytek, zařízení kanceláře, křeslo, kancelářský nábytek, prodej nábytku Olomouc, dům nábytku, prodej židliček anebo sedačka.

Běžná úspěšná kampaň v systému ETARGET obsahuje více než 250 slov, ty nejúspěšnější přesáhnou 2000 slov.

Zadáním většího počtu klíčových slov zvyšujete cílenost vaší reklamy, přivádíte na vaši stránku více zákazníků a snižujete náklady na takovou reklamu (na specifická slova je nižší konkurence, proto je cena nižší). Více než polovina vyhledávání má 2 a více slov.

Směřujte správně vaše návštěvníky

Uživatelé internetu jsou pohodlní a při hledání informací nechtějí procházet celou web stránku. Z tohoto důvodu směrujte návštěvníky přes odkazy přímo na podstránky, které prezentují hledaný produkt.

Příklad: Při hledání slova „ŽIDLÍČKY“ směrujte zákazníky na stránku www.ABCnabytek.cz/zidlicky, na které najdou informace o hledaném produktu, a nikoliv na stránku www.ABCnabytek.cz, na které je prezentovaný celý sortiment společnosti.

Takovéto směrování zvyšuje úspěšnost prodeje prostřednictvím web stránky 2 až 3 krát, jelikož při každém prokliknutí můžete ztratit až 30% návštěvníků, kteří stránku zavřou.

Inzerujte nepřetržitě

Analýza chování uživatelů internetu prokázala, že si často pamatují cestu, kterou se dostali na zajímavou web stránku, ale nepamatují si její název. Z tohoto důvodu doporučujeme inzerovat nepřetržitě, aby vaši web stránku našel i zákazník, který si ji vyhledal a navštívil před časem, avšak nakupovat se rozhodl až dnes.

Přistupujte individuálně k ceně slov

Vyberte si ta klíčová slova a klíčové výrazy, které podle vás nejpřesněji vystihují váš produkt a zvýšte cenu na tato slova tak, abyste byli před vaší konkurencí. Takovým způsobem maximalizujete počet zákazníků získaných z internetu. Taktéž nezapomínejte na všeobecné odkazy, které vám umožní rozšířit zásah vaší reklamy. I u všeobecných odkazů vyšší cena znamená více zobrazení a více oslovených uživatelů internetu.

Kontrolujte své náklady

Nastavte si, kolik jste ochotni maximálně v systému ETARGET proinzerovat za měsíc. Tímto nastavením získáte kontrolu nad tím, kolik vás bude reklama stát. Nestane se vám, že by se kredit vyčerpал dříve, než byste chtěli. Měsíční limit si můžete nastavit po nalogování do systému v sekci Nastavení/ Finanční limit odkazů.

Přejeme vám hodně úspěchů ve vašem podnikání a využívání moderních prostředků získávání nových zákazníků.