

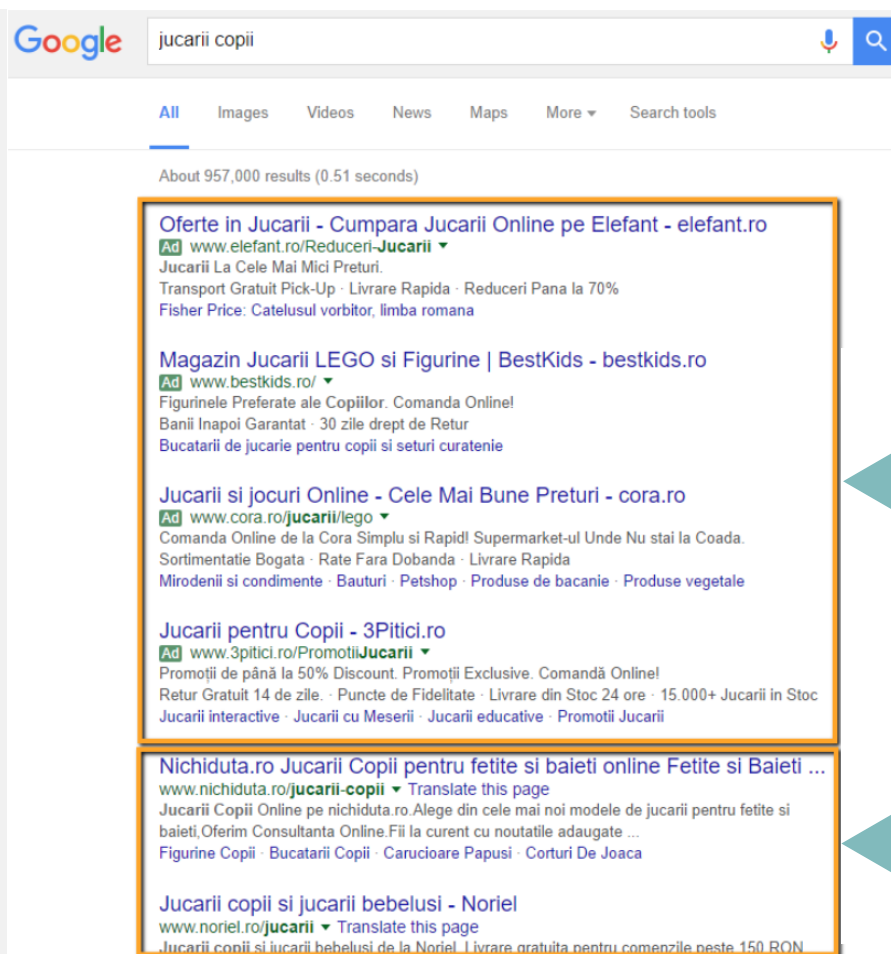
CUM FACTUREZI MAI MULT ȘI MAI UȘOR

Canale de promovare online care aduc rezultate



Rezultatele din Google

Există două tipuri de rezultate afișate de Google:



Rezultate sponsorizate

Rezultate organice

Rezultatele sponsorizate se mai numesc, după numele platformei de unde se administrează, rezultate AdWords, sunt plătite și fac parte din SEM (Search Engine Marketing).

Rezultatele organice se mai numesc și rezultate gratuite sau SEO (de la Search Engine Optimization).

Cum te ajută Google AdWords

Cel mai probabil ai văzut cum arată rezultatele sponsorizate la diverse căutări, sunt mereu primele și atrag atenția. E însă mult mai mult de atât. Hai să vedem care sunt beneficiile reale pe care ți le poate aduce Google AdWords:

- **Reclame afișate rapid.** Din momentul creării unei campanii, durează relativ puțin până când vei putea vedea reclama și obține rezultate. De exemplu, în cazul unui magazin de jucării, într-o oră poți vedea reclama ta în Google pentru căutarea “jucării copii”.
- **Plătești doar pentru rezultate / click-uri.** Dacă facem o analogie cu offline-ul, este ca și cum ai plăti publicitate doar pentru persoanele care pășesc pragul magazinului. Nu plătești pentru publicul care vede un banner stradal cu tine, nu plătești pentru publicul care trece prin fața magazinului, ci doar pentru cel care intră efectiv în magazin. Online, magazinul reprezintă site-ul tău.
- **Măsoți rezultatele și optimizezi bugetele.** Dacă ne raportăm la exemplul anterior, poți vedea câte vânzări au venit din căutarea “jucării copii” și câte vânzări au fost generate de căutarea “jucării pentru copii 5 ani”. Știind acest lucru, vei putea investi mai mult în cuvintele care îți aduc mai multe vânzări și le poți opri pe cele neperformante.
- **Control total asupra bugetului.** Poți începe o campanie cu 50 lei pe lună, așa cum poți începe cu un buget de 500 lei sau 5.000 lei pe lună. Poți investi mai mult sau mai puțin, în funcție de rezultatele obținute. Tu stabilești prețul maxim pe care îl vei plăti pentru fiecare click.
- **Targetări în funcție de loc.** Pentru un restaurant în Cluj, de exemplu, poți crea o campanie doar pentru publicul din această zonă. Dacă ai un magazin online care vinde în toată țara, atunci poți crea o campanie prin care să ajungi la publicul online din România. Poți ajunge la vizitatori din toată lumea dacă vinzi produse la nivel internațional.
- **Targetări în funcție de device-ul folosit.** Dacă publicul tău folosește mai mult telefonul mobil pentru a-ți accesa site-ul, cum se poate întâmpla în cazul exemplului de mai sus, atunci poți opta pentru reclame dedicate acestui punct de contact.

Pentru a vedea și mai concret cum poți folosi publicitatea pe AdWords pentru rezultate bune, am selectat câteva exemple de business-uri pentru care pun în aplicare tactici de promovare AdWords.

1. Tractări auto

O afacere care oferă servicii de tractări auto trebuie să apară cu rezultate plătite în motorul de căutare Google dacă nu vrea să piardă oportunități de venit. Să ne imaginăm următorul scenariu: Paul, un tânăr de 25 ani, are un accident ușor la 35 de km de București, iar mașina sa trebuie tractată. Paul este pe șosea, în câmp. Care crezi că sunt scenariile în această situație? Noi vedem două opțiuni:

- Sună un prieten apropiat sau o rudă, dacă sunt din București. În acest caz fie prietenul respectiv caută o firmă de tractare de pe un laptop, fie întreabă cunoștințe apropiate despre acest serviciu.
- Scoate telefonul din buzunar și face o căutare pe Google.

Așa arată căutarile pe Google făcute de pe un laptop:

