EKONOMSKA ŠOLA NOVO MESTO

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Oglaševanje preko Google AdWords

SEMINARSKA NALOGA

UVOD

V času informacijske dobe smo ljudje postali odvisni od uporabe informacijske tehnologije. V našem življenju čedalje več potrebujemo informacije iz globalnega medmrežja tako imenovanega Interneta. Ker je hitrost, v kateri moramo pridobiti informacijo ključna uporabljamo različne brskalnike, ki pa so odlična priložnost za oglaševanje. Ponudijo nam različne oglase z namenom, da naročniku pridobijo nove stranke, torej nas, ter s tem zaslužijo.

V seminarski nalogi vas bom popeljal skozi osnove spletnega oglaševanja in vam prikazal eno od možnosti oglaševanja na medmrežju, ki jo ponuja podjetje Google. Izvedeli boste kaj je Google AdWords saj vam bom predstavil ključne aktivnosti te storitve, njegovo zgodovino predvsem razvoj skozi čas. Analiziral bom zakaj uporabljati Google AdWords z prednostmi ter slabostmi. Razložil vam bom njegovo delovanje ter predvsem kako ga uporabiti pametno in vam prikazal dejanski potek sestave oglasa. Izvedeli boste kakšni stroški nastanejo pri oglaševanju in zakaj ter na kakšen način si Google zaračunava stroške oglaševanja. Skušal bo doseči cilj, ki pa je ta, da ugotovim kako pametno uporabiti Google AdWords. Do tega zaključka bom skušal priti tako, da bom zadevo preučil tako, da bo začel od osnov in se postopoma poglabljal do navedenega cilja.

SPLOŠNO O SPLETNEM OGLAŠEVANJU

Za začetek bom napisal nekaj besed o spletnem oglaševanju, saj je to osnovno znanje za kakršno koli drugo obliko spletnega oglaševanja.

Google AdWords je storitev, ki nudi iskalno oglaševanje (oglaševanje med rezultati brskanja). Vsak iskalnik ob iskani besedi ponudi (organske) ne-oglaševane rezultate in oglaševane rezultate, ki so plod uporabe Google AdWords-a. Torej omenjena storitev zaračuna usmeritev pravih (oziroma natančno definiranih) uporabnikov na vašo stran, pri katerih je posledično velika možnost, da bodo kupili vašo storitev ali izdelek. (Smith, 2008)

Ponudnik Storitve Google Adwords

Ponudnik storitve »Google AdWords« je ameriško podjetje Google. Po obliki je podjetje delniška družba, (sedež podjetja: Googleplex, Mountain View, Kalifornija), ki sta ga leta 1998 ustanovila Larry Page in Sergey Brin. Ustanovitelja sta najprej izdelala brskalnik BackRub, ki je leta 1998 z ustanovitvijo podjetja dobil ime Google, ki izhaja iz besede »googol«, kar izraža število 1 s 100 ničlami.

Trenutno podjetje zaposluje preko 40 000 zaposlenih po celem svetu. Njihova dejavnost omogoča uporabnikom iskanje informacij in uporabo spletnih storitev, podjetjem ponujajo oglaševanje in različna orodja tudi v oblaku, da lahko privarčujejo denar in povečajo učinkovitost, za splet pa izdelujejo izdelke in storitve kot sta Google Chrome in Android.

 »Rojstvo« Google Adwords-A

Podjetje Google je leta 2002 izdalo prvo izdajo storitve Google AdWords. Prva izdaja je bila dokaj povprečna, a se je Googlova storitev skozi čas razvijala, saj so se močno potrudili, da bo storitev uporabnikom postala všeč. To dejanje jih je postavilo na »prestol« iskalnega oglaševanja, s katerega jih do sedaj še ni »vrgel« noben konkurent. Z Google AdWords podjetje Google pridobi največji dobiček med vsemi svojimi storitvami. (Smith, 2008)

ZAKAJ UPORABITI GOOGLE ADWORDS ?

Veliko razlogov je, zakaj se odločiti za Google AdWords. Prvi je že ta, da storitev zares deluje. Če ste podjetje ali posameznik, ki svojo ponudbo oglašuje na spletni strani se pogosto srečate s problemom »prometa« na njej, ali pa so uporabnik medmrežja napačni.

Ta problem rešuje uporaba Google AdWords-a. Pa je edini ? Ne, a prednost te storitve je, da plačate le učinkovite rezultate ter sami določite, koliko boste potrošili na oglaševanju. Velika prednost Google AdWords-a je, da ni vsiljiv. Ker je Google globalno podjetje je posledica ta, da je vaša stran vedno vidna po celem svetu takrat, kadar to sami želite.(Smith, 2008)

»Izberete lahko sporočilo, položaj, pogostost prikazovanja, zemljepisno lokacijo in, odvisno od višine proračuna, koliko ljudi lahko vidi oglas, ga klikne in se znajde na vaši strani. Bistven pa je vaš nadzor ciljne strani.« (Smith, 2008, str. 11,12)

Moje Mnenje

Moje mnenje je, da je program zelo koristen, a je potrebno razumeti, kaj hoče program od vas. Predvsem je važno, da pred prvo uporabo veš namen oglaševanja. Slaba priprava na oglaševanje z Google AdWords pomeni oglaševanje=strošek.

STROŠKI OGLAŠEVANJA NA GOOGLE ADWORDS

Stroški oglaševanja pri Google AdWords-u so zelo relativni. Več ste pripravljeni plačati za klik, boljši bodo rezultati oglaševanja. Google namreč glede na proračun in ceno klika določi, kako pogosto bo prikazan vaš oglas. Da vam Google olajša razmišljanje vam priporoči višino dnevnega računa glede na izbrane ključne besede.

Pomembno je, da vas ne zanese in da ne zapravite preveč. Včasih, če je konkurenca prevelika zaslužite več z 6 ali 7 mesto med oglaševalci (ponudite manjšo ceno za klik), kot da zapravite preveč in bankrotirate. Položaj oziroma mesto med oglaševalci pa mora biti med prvimi desetimi, da ste sploh vidni in je oglaševanje smiselno.

Googlu lahko omogočite tudi spremljanje uporabnikov na vaši strani, da ve ali je stranka opravila nakup. Google vam pod določeni pogoji (200 konverzij\* v zadnjih 30 dneh) ponudi ceno za nakup. (Smith, 2008)

KAKO USPETI Z OGLAŠEVANJEM NA GOOGLE ADWORDS ?

 Prvi korak je, da vemo kaj je in kako deluje Google AdWords. O tem sem že pisal v prejšnjih poglavjih, zato, če še niste, si preberite sedaj. Ste? Če ste lahko začnemo.

Pomembno je, da imate že pripravljeno ponudbo na vaši strani, ki mora biti dobra in mamljiva. Vedite da bo Google AdWords le pripeljal stranke na vašo stran. Ali je stran pregledna in ali je vaša ponudba dobra ? Postavite se v vlogo kupca. Tako boste lažje ugotovili kako lahko izboljšate ponudbo. Če veste, da je, lahko začnete z oglaševanjem. (Smith, 2008)

Strategija

Ali uspete je odvisno od strategije. Ali imate oglas z iskanimi ključnimi besedami, ali ste ob iskanju ključnih besed pri vrhu med oglaševalci in kakšna je vsebina vašega oglasa. Predvsem je pomembno, ali vaš oglas privabi dovolj (klikov) uporabnikov glede na prikaz oglasa v primerjavi z konkurenco. Seveda je pomembna tudi višina zneska, ki ste ga pripravljeni odšteti za klik. Bolj kot je oglas učinkovit, cenejši bo postal klik na oglas. Oglas mora izstopati z naslovom in besedilom in se mora stalno izboljševati, da ostanete pred konkurenti. (Smith, 2008)

Vrsta in omrežje oglaševanja

Najprej izberete vrsto oglaševanja. Vrsta oglaševanja je v bistvu določitev kombinacije omrežji prek katerih boste oglaševali. (Iskalno z izbiro prikaznega, iskalno, samo prikazno in nova vrsta nakupovanje, ki pa ga uporabljamo le pri oglaševanju izdelkov).

Ko začnete z oglaševalsko akcijo morate najprej sprejeti odločitev ali boste oglaševali na Googlovem iskalnem omrežju(iskalnik Google in partnerski iskalniki) ali na prikazanem omrežju (spletne strani, aplikacije, videi in druge spletne destinacije Google partnerjev.) Odločimo se tudi, ali bomo oglaševali svoj oglas na vseh napravah. (https://support.google.com/adwords/answer/2567043?ctx=tltp)

Priporočljivo je, da so oglaševalne akcije ločene po načinu (več akcij), da tako izveste kateri način je najboljši za vašo ponudbo. (Smith, 2008)

ZAKLJUČEK

V osnovi sem že vedel kaj Google AdWords je- Moj cilj je bilo predvsem ugotoviti, kako pametno oglaševati z to storitvijo. Med doseganjem cilja sem prišel do nekaj ključnih ugotovitev. Spletno oglaševanje je med najcenejšimi oblikami oglaševanja in omogoči takojšne informacije in tudi nakup.

Ugotovil sem da je Google iskalnik, ki uporabniku poskuša nuditi le koristne informacije in ne nekih ponudb, zato moramo odšteti določeno vsoto na Google AdWords. Google AdWords vam: zaračuna le po kliku, meri učinkovitost oglasa v razmerju klik/prikaz, pripelje iskalce ključnih besed, ki jih določite vi, pazi na videz in zavrača vsiljive oglase.

Ugotovil sem da je pomembno za sestavo oglasa, da velja pravilo več je majn. V oglasu vedno ponovimo ključne besede, prilagodimo URL, da se zlije z oglasom, povzamemo iskalce in dodamo ceno če je to naša prednost. Oglas ni nikoli dokončan, vedno ga obnavljamo da ostanemo pred konkurenti (obnavljanje besedil, spreminjati povezave, voditi evidenco, prilagajati ceno klika, razporejati oglas glede na čas itn.)

Cilj izdelave seminarske je bil naučiti se nekih novih znanj in prenesti ta znanja naprej. Sam sem se ob izdelava seminarske naučil veliko informacij, ki mi bodo pomagale ob morebitne oglaševanju preko Google AdWords pa tudi na splošno pri vseh oblikah oglaševanja. Predvsem pravilo enostavnosti torej več je manj je pri nas še vedno zanemarjeno. Svoja pridobljena znanja bom skušal posredovati naprej, saj le tako znanje postane koristno.