

# Kako radimo?

## 1. KLJUČNE RIJEČI

Prva faza razvijanja pouzdane Google AdWords strategije je kreiranje ispravne liste ključnih riječi za Vaše poslovanje.

Potrebno je da shvatimo Vaš proizvod ili uslugu te na koga ciljate. Zatim ćemo sastaviti opsežnu listu ključnih riječi i preporučiti proračun.

## 2. IZRADA KAMPANJE

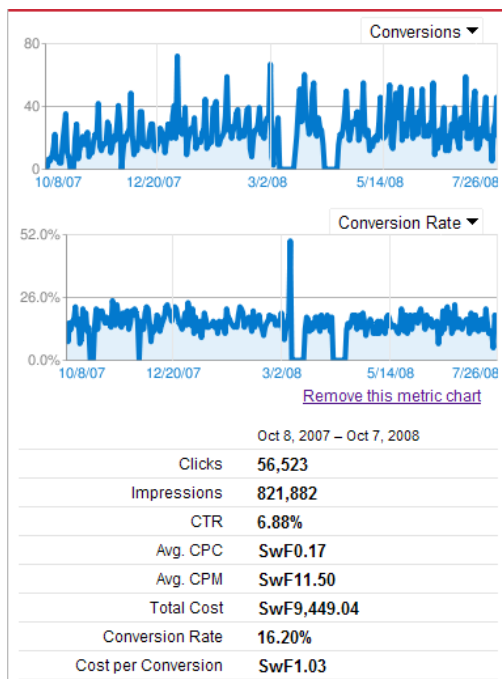
Nakon što sastavimo listu ključnih riječi i usuglasimo proračun, odmah krećemo u izradu kampanje. Struktura, organiziranje grupa i podudaranje s ključnim riječima, ispravni i učinkoviti oglasi uz A/B split testing, dinamično umetanje ključnih riječi (DKI) i Call to action, samo su neke od metoda koje koristimo.

## 3. LANDING STRANICE

Nakon izrade kampanje, revidiramo strukturu webseitea. Kada je i to učinjeno možemo kreirati (ili naznačiti) odredišne (landing) stranice za specifičnu grupu proizvoda. Vrlo je važno osigurati da Google AdWords oglasi što preciznije i relevantnije odražavaju sadržaj web stranica.

# Google AdWords Case Study

## Za klijenta: Pizza Blitz, online narudžbe pizza



- Klijent pruža online usluge s proizvodima koji se prodaju između 10.00 CHF i 30.00 CHF.
- Maksimalno ulaganje koje si mogu priuštiti za stjecanje novog kupca određen je na CHF 5.00.
- Klijent nije prije upravljao Google Adwords kampanjama i sumnjao je u njih.
- Dogovorili smo se za realizaciju i upravljanje AdWords kampanjama na pokusno razdoblje od 3 mjeseca.

## Izazov

Klijent je jedan od najvećih online dostavljača pizza u Švicarskoj. Online dostava pizza je konkurentno tržište, te je klijent trebao ojačati marketinške napore da ostane pri vrhu. Klijent je odlučio pokušati s Google AdWords oglašavanjem kako bi proširio svoje poslovanje.

Od početka je izazov bio postići kvalificiran promet te pretvoriti posjete u prodaju. Također, klijent je tražio načine da učini svoje poslovanje učinkovitijim koristeći internet kako bi kupcima omogućio brzu dostavu hrane.

Klijent je trebao predstaviti svoje usluge samo u pojedinim gradovima budući da nije pružao dostavu u cijeloj državi.

## Rješenje

Posao smo započeli krajem rujna 2007. Odmah smo instalirali praćenje konverzija (narudžbi). Kampanje smo odlučili pratiti korištenjem softvera za web analizu (Google Analytics), te AdWords izvještajima, dok je nad konkurentima i tržištem provedeno istraživanje kako bi bili spremni na idući korak. Podesili smo kampanje prema radnom vremenu klijenta, te ih ograničili na područja na kojima klijent ima dostavu (Geo Targeting, Day Parting).

Takva Google Adwords kampanja omogućila im je brze rezultate te nova saznanja o ponašanju korisnika. Praćenjem narudžbi i pomoću alata za izvještavanje, konstantno smo pratili izvedbu oglasa

#### 4. MJERENJE USPJEHA

Vjerojatno najveća prednost vezana uz marketing za tražilice (SEM) je njegova mjerljivost. Potrebno je umetnuti određene kodove kako bismo mogli pratiti posjete i konverzije od oglasa do web stranice. Tada smo u mogućnosti izvijestiti Vas o broju posjetitelja koji su reagirali na oglase i o onima koji su postali kupci. Također, izvješća će Vam se redovito slati radi informiranja o stanju kampanje i promjena.

#### 5. START KAMPANJE

Upravljanje Google AdWordsom zahtjeva više početne izrade liste ključnih riječi i nadanju najboljem. Kad je kampanja pokrenuta i potpuno u funkciji, slijedi težak posao analiziranja Vaše kampanje na tjednoj bazi.

#### 6. STALNA ANALIZA

S postavljenim temeljima, potrebna je daljnja analiza Vaše kampanje. To je u biti složeni proces, ali s vremenom povećamo Vaš CTR, te savjetujemo kako povećati vaše konverzije/prodaje i povrat na uloženo (ROI).

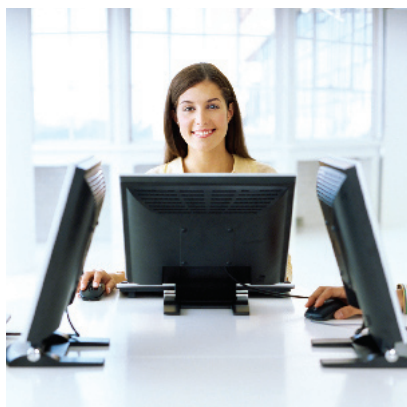
prema određenim ključnim riječima, testirali landing stranice i provjeravali dnevne utjecaje kampanja na sami web site.

Temeljem velikog broja generičkih i brand-orientiranih ključnih riječi u samoj AdWords kampanji, konstantno smo ostvarivali CTR (Click Through Rate) od 1% do

20% i konverzije od 10% do 18%. U svakom slučaju, rezultati su bili visoko iznad prosjeka.

Ovakvi rezultati doveli su do toga da je oglašavanje putem Googlea postalo jedno od glavnih vanjskih prodajnih kanala klijenta.

## Prednosti Google Adwordsa



Tradicionalnim oglašavanjem te mnogim oblicima online oglašavanja, oglasi se prikazuju širokim i različitim skupinama korisnika. Velika prednost Google AdWords oglašavanje je upravo u ciljanju korisnika sa specifičnim interesima.

Kada korisnik upiše pojam za pretraživanje u Google, prikazat će mu se rezultati za taj upit, te AdWords oglasi (s desne strane) koji su usko vezani uz pojam koji se pretražuje. Stoga, AdWords oglasi se mogu smatrati relevantnima i korisnima isto kao i rezultati pretraživanja. Vaši oglasi će se prikazati korisniku baš u trenutku traženja određene informacije, proizvoda ili usluge.

Kod Google AdWords cost-per-click (CPC) modela naplate\*, oglašivači plaćaju samo za klikove na oglas, ne i za prikazivanje oglasa.

\* Bez obzira na Vaš proračun, oglase možete prikazati na Googleu i na Google oglašivačkoj mreži. Plaćate samo za klikove na Vaše oglase. Nema minimalnog iznosa za potrošnju – koliki iznos ćete uložiti za AdWords kampanju ovisi o Vama. Na primjer, možete odrediti dnevni proračun u iznosu od 5 dolara i maksimalnu potrošnju od deset centi za svaki klik na Vaš oglas.

## Rast u brojkama

- Unutar 2 sata Klijent je primjetio povećanje online narudžbi
- Unutar četiri tjedna, Klijent je imao više od 40 narudžbi po danu, samo putem Google AdWords oglasa.
- Nakon 2 mjeseca, Klijent je primjetio povećanje u online narudžbama i rastu prometa od 30%.

#### DOSTUPNE USLUGE

- Planiranje
- Postavljanje i upravljanje
- Održavanje
- Tehnička podrška
- Jamstvo

ADWORDS™  
QUALIFIED  
COMPANY  
Google