

Pomoc a Āasto kladenĀ© otĀzky

1 Āšvod

Potrebuje pomoc s reklamou na internete Etarget? HĀĀadĀte detailnĀ© informĀcie? VyhĀĀadajte odpovede na vaĹe otĀzky v jednej z nasledovnĀch kategĀriĀ-

V prĀpade, Ĺe nenĀjdete odpoveĹ na vaĹu otĀzku, kontaktujte nĀs e-mailom alebo telefonicky.

2 Tvorba reklamnĀho odkazu

2.1 ĀSo je Etarget

Etarget je reklamnĀ sieĹa, prostrednĀctvom ktorej si mĀĹĹete kĀspiĹa reklamnĀ priestor na strĀnkach s najvyĹĹou nĀvĹtevnosĹou. VĀĹaka reklame na internete mĀĹĹete nĀjsĹa potenciĀlnych zĀkaznĀkov, priviesĹa ich na vaĹu firemnĀ webstrĀnku Āti ehop, ĹĀriĹa povedomie o vaĹej znaĹke alebo zvyĹovaĹa znalosĹa atribĀtov vaĹich produktov Āti sluĹieb. Etarget na strĀnkach ako Sme.sk, Topky.sk, MarkĀ-za.sk, Etrend.sk, Pluska.sk a ĀĹalĹĀch viac ako 1 000 slovenskĀch strĀnkach umiestĹuje reklamu svojich inzerentov. TextovĀ© PPC reklamy sa zobrazujĀs bezplatne, platĀ sa aĹĹ za zĀujem potenciĀlnych zĀkaznĀkov, teda aĹĹ po kliknutĀ- nĀvĹtevnĀ-ka na reklamu. BannerovĀ reklama je spoplatnenĀ za 1000 zobrazenĀ-, priĀĹom za kliky uĹĹ neplatĀ-te.

3.2 ĀSo znamenĀ PPC?

PPC textovĀ reklama Ā€“ pay per click reklama je textovĀ reklama, ako uĹĹ z nĀzvu vyplĀva, spoplatnenĀ na klik, priĀĹom zobrazenia tejto reklamy sĀs bezplatnĀ©. VĀĹhodou PPC reklamy je, Ĺe obsahuje malĀ obrĀzok a dostatoĹnĀ priestor na text (30 znakov pre nadpis + 40 znakov pre popis - 1. riadok reklamy + 40 znakov pre popis - 2. riadok reklamy), v ktorom mĀĹĹete produkt predstaviĹa a vzbudiĹa zĀujem. SĀĹĀsĹaou PPC reklamy je aj odkaz na vaĹu strĀnku v peknom tvare, takĹe uĹĹĀ-vateĹ presne vie, na akĀ adresu sa preklikne, ĀĹo zvyĹuje dĀveryhodnosĹa reklamy. TradiĀĹne sa vyuĹĹĀ-va cielenie podĀĹa kĀĹĀĹĀĹovĀch slov, ale Etarget ponĀĹka aj viacero inĀch cielenĀ-, naprĀ-klad geocielenie, cielenia podĀĹa typov strĀnok, cielenie na zĀujmovĀ© publikĀ, soc-demo mapy atĀĹ.

4.3 ĀSo presne znamenĀ CTR?

CTR (z angl. Click Through Rate, miera prekliku) je medzinárodne používaný štandard merania kontextovej reklamy. Uvádza sa zvyčajne v percentách a odpoveď na otázku: „Koľko percent ľudí, ktorí videli moju reklamu, na reklamu aj kliklo?“

Príklad:

CTR 0,3 znamená, že z tisíc zobrazených reklamy na ňu klikli traja užívatelia.

Pri reklame vo vyhladávačoch ani pri kontextovej reklame neplatí inzerent za jej zobrazenie. Zaplatí až vtedy, keď na jeho reklamu niekto klikne.

5.4 Akú reklamu poskytuje Etarget? Ako je špecifikom inzerencie?

- Miera prekliku, teda pomer kliknutých a zobrazených – CTR v percentách
- Priemerná cena za klik (CPC)

2. Bannerová a video reklama – tieto typy reklamy sú označované aj ako display reklama (vizuálna reklama), keďže niektorých konzumentov reklamy upútá obrázok alebo video ako text, vďaka do display reklamy vo svete aj na Slovensku neustále rastú a display reklamu si obľúbili aj menšie firmy a ich drobní inzerenti. Vhodou bannerovej reklamy sú rôzne formy, dobrá pozícia na stránkach a vďaka interaktivita, ktorá zvyšuje pozornosť užívateľa (môže byť pohyblivá, dokonca aj 3D). Špecifickou bannerovej reklamy je aj call-to-action tlačidlo, ktoré nabáda užívateľa k akcii (napr. kúpiť, sľadiť, zaregistrovať sa, kontaktujte nás, viac info a pod.). Rozdiel oproti textovej reklame je tiež v spôsobe platby, v tomto prípade sa platí za 1000 zobrazených a klikov zdarma.

- Miera prekliku, teda pomer kliknutých vs. zobrazených – CTR v percentách
- Priemerná cena za 1 000 zobrazených (CPM)
- Špeciálnosťou licitácie – je dôležitý parameter pri sledovaní výsledkov vašej display reklamy (bannerov, videa) udávaný v percentách. Špecifické percento máte, čím viac sú vaše reklamy konkurencieschopné z hľadiska ponúkanej ceny za 1000 zobrazených.

3. Reklama v mobilných zariadeniach – pri nastavovaní kampane máte možnosť zvoliť, na akých zariadeniach sa budú zobrazovať vaše reklamy. Vďaka tomu sa môžete priblížiť svojej cieľovej skupine a osloviť aj tých, ktorí majú mobilné zariadenia ako smartfón alebo tablet. Keďže počet užívateľov internetu neustále rastie, prirodzene sa zvyšuje aj dopyt po mobilnej reklame.

6.5 Ako zašlú inzerovať v Etargete?

Stať sa zaregistrovať na www.etarget.sk/registracia-inzerenta.

Reklama Etarget sa zobrazuje vo forme krátkych textov s odkazom na inzerentov produkt alebo službu. Jej cieľom je priviesť na web stránku cieľene vybranú skupinu potenciálnych zákazníkov.

1. Čo chcete povedať?
2. Komu to chcete povedať?
3. Koľko na to máte?
4. A nakoniec – dalo by sa to povedať ešte lepšie?

7.6 Ako sa registrujem?

Nové konto Etarget si vytvoríte registráciou na <http://www.etarget.sk/registracia-inzerenta>.

8.7 Nevlastníme ľadnu firmu, máme ľem sa registrovať?

Áno, táto služba je dostupná aj pre fyzické osoby. Do kolónky "názov spoločnosti" v tomto prázde zadajte vaše meno a priezvisko.

9.8 Kde konkrétne sa zobrazuje reklama Etarget?

Reklama Etarget sa zobrazuje na viac ako 1 000 slovenských internetových médiách, komunitných stránkach, vyhľadávateľoch, katalógoch a zberateľských stránkach. Medzi najznámejšie patria: Pluska.sk, Sme.sk, Topky.sk, Etrend.sk a mnohé ďalšie.

10.9 V ktorých krajinách je možné inzerovať cez Etarget?

Prostredníctvom Etargetu je možné inzerovať v deviatich európskych krajinách.

Zoznam krajín: (po kliknutí na meno krajiny sa vám otvorí stránka Etargetu v tejto krajine)

1. Poľsko
2. Slovensko
3. Česko
4. Maďarsko
5. Chorvátsko
6. Srbsko

7. Rumunsko
8. Bulharsko
9. Rakúsko

11.10 Aké typy cielenia ponúka Etargget?

Etargget ponúka viacero možností cielenia vašej reklamy. Podľa toho, ktorú si zvolíte, náš systém zobrazuje reklamu len na vybraných stránkach alebo vybraným užívateľom. A

1. cielenie na obsah: plošné cielenie, záujmové publikum, cielenie podľa kľúčových slov (len PPC reklamy), cielenie podľa stránok (len bannery) cielenie podľa kategórie stránok

2. cielenie na užívateľa: retargeting, dynamický retargeting, mapa soc-demo, biznis retargeting, gender cielenie

12.11 Ako Etargget vyberá inzeráty k štítkom? Systém Etargget automaticky analyzuje štítky, pri ktorých sa nachádzajú reklamné plochy Etargget. Etargget porovná štítky s ponukou inzerentov a k štítku umiestni tie najvhodnejšie reklamy. Celý tento proces trvá len niekoľko milisekúnd.

Odkaz pre daný štítky vyberá Etargget spomedzi niekoľko desiatok inzerentov aukčným spôsobom. Pri výbere Etargget zohľadňuje najmä tri faktory:

- relevantnosť kľúčových slov;
- CTR (mieru prekliku);
- cenu za kliknutie.

13.12 Je dôležitá relevancia odkazu alebo cena?

Cieľom Etarggetu je zobraziť internetovému surferovi obsah, ktorý ho zaujme. Vysoká váhu pri výbere inzerátov má preto relevantnosť reklamy (kľúčových slov) k štítku, rovnako aj kvalitne napášaný odkaz, ktorý zaujme potenciálnych zákazníkov (CTR).

Kvalitný odkaz znáša sumu, ktorú v Etarggete miniete. Nekvalitný odkaz a nevhodný kľúčový slov zvyšujú cenu reklamy zvyšujú.

Ak je relevancia konkurenčných odkazov podobná, následne rozhoduje cena.

14.13 ĀŠo je to CTR (click-through-rate, miera prekliku)?

CTR (z angl. Click Through Rate, miera prekliku) je medzinĀrodne pouĹĹvanĀ Ĺtandard merania kontextovej reklamy. UvĀdza sa zvyĀĤajne v percentĀch a odpovedĀ na otĀzku: KoĀľko percent ĀľudĀ-, ktorĀ- videli moju reklamu, na reklamu aj kliklo?

PrĀklad:

CTR 0,3 znamenĀ ĹĹe z tisĀ-c zobrazenĀ- reklamy na Ĺ u klikli traja uĹĹvatelia.

Pri reklame vo vyhĀľadĀvaĤoch ani pri kontextovej reklame neplatĀ- inzerent za jej zobrazenie. ZaplatĀ- aĹĹ vtedy, keĀĹ na jeho reklamu niekto klikne.

Etarget sleduje ĀšspeĹnosĹĀ odkazu pri ĀĤĹnkoch. V prĀ-pade, ĹĹe odkaz mĀ vysokĀ CTR (znaĤĤĀ-, ĹĹe je pre danĀ publikum zauĤ-mavĀ), umiestĹ uje sa pri ĀĤĹnku ĀĤasteĹĹie.

15.14 KoĀľko stojĀ- Etarget?

SluĹĹba je spoplatnenĀ v prĀ-pade textovej PPC reklamy podĀľa poĀĤtu kliknutĀ- na vaĹu reklamu. To znamenĀ ĹĹe za zobrazenia vĀĹho odkazu niĀĤ neplatĀ-te. OdporĀĤĤanĀ cena je okolo 0,13 - 0,19 EUR. Ak zistĀ-te, ĹĹe sa vaĹe reklamy zobrazujĀs mĀľo alebo vĀbec a mĀĤte nastavenĀs nĀ-zku cenu za klik, odporĀĤĤame vĀm ju navĀĹĹiĹĀ, aby sa hodnota vaĹich reklĀm vyrovnala konkurencii. V prĀ-pade bannerovej reklamy sa platĀ- za zobrazenia (impresie), cena za 1000 zobrazenĀ- sa pohybuje okolo 1 EUR v zĀvislosti od zvolenĀho formĀtu a ponuky konkurencie. Viac informĀciĀ- o cenĀch nĀjdete tu.Ā

16.15 AkĀĤ rozpoĤĤet si mĀm pripraviĹĀ na mesiac?

Pozrite si finanĤnĀ odporĀĤĤania o vhodnom mesaĤnom rozpoĤĤte pre vaĹu firmu.

MaximĀľnu ĀĤiastku si urĀĤujete vy. Cena sluĹĹby nepresiahne vĀĹ Ĺ finanĤnĀ vklad alebo sumu, ktorĀs si v systĀme nastavĀ-te ako mesaĤnĀ maximum.

TaktieĹĹ limitom pre maximĀľnu sumu je reĀľny zĀĤjem uĹĹvateĹov internetu o vami ponĀškanĀ produkty, t. j. ak uĹĹvatelia internetu "nepreklikajĀs" vami urĀĤenĀ ĀĤiastku, zostĀvajĀsci kredit sa vĀm presunie do ĀĤalĹieho obdobia.

17.16 Existuje nejakĀ minimum, ktorĀ musĀ-m za urĀĤitĀ obdobia preinvestovaĹĀ v Etargete?

V Etargete nie ste viazanĀ- ani na obdobia, ani na preinzerovanĀs sumu. JedinĀ obmedzenie sa

vzŕahuje na minimálnu vŕŕku prvej platby (dobitie kreditu), ŕto je 60 EUR bez DPH. Minimálna vŕŕka kaŕdej nasledovnej platby je 30 EUR bez DPH.

18.17 ŕo je to ŕasovŕ rozvrh zobrazovania?

Etarget ponŕka moŕnosŕ ŕŕŕŕ ŕasovŕ rozvrh zobrazovania odkazov. ŕsasovŕ rozvrh zabezpeŕŕ, aby sa vaŕe odkazy zobrazovali iba v ŕŕŕtom, vami ŕŕŕenom ŕŕase.

Aby sa odkazy zobrazovali iba v ŕŕŕŕ ŕŕas, je potrebnŕ nastaviŕ presnŕ intervaly v tabuŕke pri vytvŕranŕ kampane. V ŕŕase, kedy sa odkazy nemajŕ zobrazovaŕ, budŕ automaticky pozastavenŕ.

Tŕŕto moŕnosŕ odporŕŕame vyuŕŕŕ najmŕ vtedy, ak chcete, aby vŕs zŕkaznŕci kontaktovali. Je zbytoŕnŕ, aby reklama beŕŕala vtedy, keŕ nikto nie je v kancelŕrii.

19.18 Ako slŕŕŕi nŕŕroj na vŕber kŕŕŕŕŕovŕch slov?

Nŕŕroj na vŕber kŕŕŕŕŕovŕch slov slŕŕŕŕ pre zvŕŕenie efektŕvnosti a zŕŕahu kampane. Pomŕŕŕe vŕm pridaŕ ŕto najviac kŕŕŕŕŕovŕch slov, ŕŕi uŕŕ produktovŕch alebo zŕkaznŕckych.

Nŕŕroj dokŕŕŕe odporuŕŕŕŕ slovŕ podobnŕ k zadanŕm slovŕm alebo relevantnŕ ku strŕnke, na ktorŕ odkaz smeruje.