

Pomoc a Často kladené otázky

1 Čítačka

Potrebuje pomoc s reklamou na internete Etarget? Hľadáte detailné informácie? Vyhľadajte odpovede na vaše otázky v jednej z nasledovných kategórií.

V prípade, že nenájdete odpoveď na vašu otázku, kontaktujte nás e-mailom alebo telefonicky.

2 Tvorba reklamného odkazu

2.1 Čo je Etarget

Etarget je reklamná sieť, prostredníctvom ktorej si môžete káspíť reklamný priestor na stránkach s najvyššou návštěvnosťou. Väčšina reklame na internete môžete nájsť potenciálnych zákazníkov, priviesť ich na vašu firemnú webstránku či e-shop, či poviedomie o vašej značke alebo zvyšovať znalość atribútov vašich produktov či služieb. Etarget na stránkach ako Sme.sk, Topky.sk, Markáza.sk, Etrend.sk, Pluska.sk a Československých stránkach umiestňuje reklamu svojich inzerentov. Textové PPC reklamy sa zobrazujú bezplatne, platia sa až za záujem potenciálnych zákazníkov, teda až po kliknutí na reklamu. Bannerová reklama je spoplatnená za 1000 zobrazení, pričom za kliky už neplatí.

3.2 Čo znamená PPC?

PPC textová reklama – pay per click reklama je textová reklama, ako už z názvu vyplýva, spoplatnená na klik, pričom zobrazenie tejto reklamy sáš bezplatná. Váš hodou PPC reklamy je, že obsahuje malý obrázok a dostatočný priestor na text (30 znakov pre nadpis + 40 znakov pre popis - 1. riadok reklamy + 40 znakov pre popis - 2. riadok reklamy), v ktorom môžete produkt predstaviť a vzbudiť záujem. Súčasťou PPC reklamy je aj odkaz na vašu stránku v peknom tvare, takže užívateľ presne vie, na akú adresu sa preklikne. Čo zvyšuje dôveryhodnosť reklamy. Tradične sa využíva cielenie podľa kľúčových slov, ale Etarget ponúka aj viacero iných cielení, napríklad geocielenie, cielenie podľa typov stránok, cielenie na záujmové publikum, soc-demo mapy atď.

4.3 Čo je presné znamenie CTR?

CTR (z angl. Click Through Rate, miera prekliku) je medzinárodné používané "štandard merania kontextovej reklamy. Uvádzajne sa zvyčajne v percentoch a odpovedá na otázku: „Koľko percent ľudí, ktorí videli moju reklamu, na reklamu aj kliklo?“

Príklad:

CTR 0,3 znamená, že z tisíc zobrazenej reklamy na 0,3 užikli traja užívateľia.

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

5.4 Aká reklamu poskytuje Etarget? Ako je súťažom inzerie?

- Miera prekliku, teda pomer kliknutí- a zobrazení- až CTR v percentoch
- Priemerná cena za klik (CPC)

2. Bannerová a video reklama až títo typy reklamy sú označované aj ako display reklama (vizuálna reklama), keďže niektorí z nich konzumentov reklamy uprostred skôr obrázok alebo video ako text, výdavky do display reklamy vo svete aj na Slovensku neustále rastú a display reklamu si obľúbili aj menšie firmy. Výhodou bannerovej reklamy sú rôzne formáty, dobré pozicie na stránkach a výsledné interaktivita, ktorá zvyčajne pozornosť užívateľa (máľbu bylinky, dokonca aj 3D). Súťažasťou bannerovej reklamy je aj call-to-action tlačidlo, ktoré nabíja užívateľa k akcii (napr. kúpiť, súťažiť, zaregistrovať sa, kontaktujte nás, viac info a pod.). Rozdiel oproti textovej reklame je tiež v spôsobe platby, v tomto prípade sa platí za 1000 zobrazení- a kliky sú zadarmo.

- Miera prekliku, teda pomer kliknutí- vs. zobrazení- až CTR v percentoch
- Priemerná cena za 1 000 zobrazení- (CPM)
- Súspešnosť licítaciej až je dôležitý parameter pri sledovaní- výsledkov výsledkov display reklamy (bannerov, videa) udávaný v percentoch. Ažom vyššie percento máte, tam viac súťaží výsledkov konkurencieschopnosti z hľadiska ponáškutej ceny za 1000 zobrazení-.

3. Reklama v mobilných zariadeniach až pri nastavovaní kampane máte možnosť zvoliť, na akých zariadeniach sa budú zobrazovať reklamy. Väčšina tomu sa máť približne svojej cieľovej skupine a osloviť aj tých, ktorí sú bližšie mobilnému zariadeniu ako smartfón alebo tablet. Keďže počet užívateľov internetu neustále rastie, prirodzene sa zvyčajne aj dopyt po mobilnej reklame.

6.5 Ako začať inzerovať v Etargete?

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

Reklama Etarget sa zobrazuje vo forme krátkych textových odkazov na inzerentov produkt alebo službu. Jej cieľom je priviesť na webstránku cielene 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 zaregistrujem?

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

8.7 Nevlastnám ľriadnu firmu, maliem sa registrovať?

Ale, tieto služby sú dostupné aj pre fyzické osoby. Do kolónky "názov spoločnosti" v tomto prípade zadajte vaš meno a priezvisko.

9.8 Kde konkrétnie sa zobrazuje reklama Etarget?

Reklama Etarget sa zobrazuje na viac ako 1 000 slovenských internetových móduloch, komunitných stránkach, výhľadových, katalógoch a záujmových stránkach. Medzi najznámejšie patria: Pluska.sk, Sme.sk, Topky.sk, Etrend.sk a mnohá ďalšie.

10.9 V ktorých krajinách je možná inzerovať cez Etarget?

Prostredníctvom Etargetu je možná inzerovať v deviatich európskych krajinách.

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

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

7. Rumunsko
8. Bulharsko
9. Rakúšsko

11.10 Aké typy cielenia ponúkna Etarget?

Etarget ponúkna viacero možností cielenia vašej reklamy. Podľa toho, ktorý si zvolíte, následne systém zobrazuje reklamu len na vybraných stránkach alebo vybranom užívateľom.

1. cielenie na obsah: plochý cielenie, záujmový publikum, cielenie podľa kľúčových slov (len PPC reklamy), cielenie podľa stránok (len bannery) cielenie podľa kategórií stránok

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

12.11 Ako Etarget vyberá inzerenty k ÁTIÁňkom? Systém Etarget automaticky analyzuje ÁTIÁňky, pri ktorých sa nachádzajú reklamné plochy Etarget. Etarget porovná ÁTIÁňok s ponukou inzerentov a k ÁTIÁňku umiestní tie najvhodnejšie reklamy. Celý tento proces trvá len niekoľko milisekúnd.

Odkaz pre daný ÁTIÁňok vyberá Etarget spomedzi niekoľko desiatok inzerentov aukčnámi spôsobom. Pri výbere Etarget zohľadňuje najmä tri faktory:

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

13.12 Je dôležitá relevancia odkazu alebo cena?

Cieľom Etargetu je zobráziť internetovýmu surferovi obsah, ktorý ho zaujme. Vysoká výška pravdepodobnosti inzerentov mala preto relevantnosť reklamy (kľúčových slov) k ÁTIÁňku, rovnako aj kvalitné napísané odkazy, ktoré zaujmú potenciálnych zákazníkov (CTR).

Kvalitný odkaz znáša sumu, ktorá v Etargete miniete. Nekvalitný odkaz a nevhodný kľúčový slová cenu reklamy zvyčajne užádza.

Ak je relevancia konkurenčných odkazov podobná, následne rozhoduje cena.

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

CTR (z angl. Click Through Rate, miera prekliku) je medzinárodné používané standard merania kontextovej reklamy. Uvádzajne v percentoch a odpovedá na otázku: Koľko percent ľudí, ktorí videli moju reklamu, na reklamu aj kliklo?

Príklad:

CTR 0,3 znamená, že z tisíc zobrazenej reklamy na klika traja užívateľia.

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

Etarget sleduje číslo odkazu pri klikaní na reklamu. V prípade, že odkaz má vysokú CTR (značku), že je pre dané publikum zaujímavý), umiestňuje sa pri klikaní ďalej.

15.14 Koľko stojí Etarget?

Služba je spoplatnená v prípade textovej PPC reklamy podľa počtu kliknutí na vašu reklamu. To znamená, že za zobrazenia výškeho odkazu nízkej neplatí. Odporúčaná cena je okolo 0,13 - 0,19 EUR. Ak zistíte, že sa vaše reklamy zobrazujú málo alebo väčšinou nastavenú cenu za klik, odporúčame vám ju navýšiť, aby sa hodnota vašich reklám vyrovnila konkurencii. V prípade bannerovej reklamy sa platí za zobrazenia (imprese), cena za 1000 zobrazení sa pohybuje okolo 1 EUR v závislosti od zvoleného formátu a ponuky konkurencie. Viac informácií o cenách nájdete tu.

16.15 Aký rozpočet si mám pripraviť na mesiac?

Pozrite si finančnú odpovedanie o vhodnom mesačnom rozpočte pre vašu firmu.

Maximálnu čiastku si určujete vy. Cena služby nepresiahne výšku finančného vkladu alebo sumu, ktorá je v systéme nastavená ako mesačné maximum.

Taktiež limitom pre maximálnu sumu je reálny záujem užívateľov internetu o vami ponúkané produkty, t. j. ak užívateľ internetu "neprekliká" vami určenú čiastku, zostávať vás či kredit sa vám presunie do ďalšieho obdobia.

17.16 Existuje nejaké minimum, ktoré musíme za určité obdobie preinvestovať v Etarge?

V Etarcte nie ste viazaní ani na obdobie, ani na preinzerovanú sumu. Jediné obmedzenie sa

vzťahuje na minimálnu výšku prvej platby (dobjite kreditu), čo je 60 EUR bez DPH. Minimálna výška každej nasledovnej platby je 30 EUR bez DPH.

18.17 Ako je to Äšasová rozvrh zobrazovania?

Etalent ponúkva možnosť určiť Äšasovú rozvrh zobrazovania odkazov. Äšasová rozvrh zabezpečí, aby sa výše odkazy zobrazovali iba v určitom, vami určenom čase.

Aby sa odkazy zobrazovali iba v určitom čase, je potrebné nastaviť presné intervale v tabuľke pri vytváraní kampane. V čase, kedy sa odkazy nemajú zobrazovať, budú automaticky pozastavené.

Táto možnosť odporúčame využiť najmä vtedy, ak chcete, aby vás zákazníci kontaktovali. Je zbytočné, aby reklama bežala vtedy, keďže nikto nie je v kancelárii.

19.18 Ako si sľubiť stroj na výber kľúčových slov?

Nástroj na výber kľúčových slov si sľubuje pre zvýšenie efektívnosti a záťahu kampane. Pomáha pridať ďalšie najviac kľúčové slov, či uľahčiť produktové alebo zákaznícky.

Nástroj dokáže odporúčiť slová podobné k zadaným slovám alebo relevantné ku stránke, na ktoré odkaz smeruje.