

Ako cieľiť reklamu Etarget? Myslite ako váš zákazník

*“ Čaro účinnosti reklamy
v online článkoch a vo vyhľadávačoch je v nízkej cene a
presnej muške. “*

- týždenník Trend

Oslovte ľudí správnym posolstvom

Zacielením reklamy je možné jednoducho vybrať pre každú skupinu zákazníkov výhodu, na ktorú reaguje najlepšie.



Príklad Fitnes Centrum

Každý človek má vlastný dôvod na návštevu fitnes centra, a iné dôvody ho nemusia osloviť.

(pokračovanie na ďalšej strane)

Určite sa aj vaša firma stretla s podobnou situáciou. Investovali ste **veľa peňazí do reklamy**, no tá sa minula účinkom. **Netrafila správnych ľudí** alebo im neposkytla to, čo potrebovali.

Cielenie je rozumné nakladanie s peniazmi

Cielenie reklamy znamená, že oslovíte práve tých ľudí, ktorí majú záujem o vašu ponuku. Zároveň zbytočne neplatíte za tých, ktorých o vaše služby nemajú záujem.

Máte rovnaký problém?

Hip-hopový album si málokedy kúpi človek nad 40 rokov. A popovnicke náčinie leň ťažko predáte vegetariánovi.

Poznáte to aj z vášho biznisu: vaše produkty môžu byť pre milióny ľudí, no stále nie sú pre každého.

Cielenie šetrí peniaze tým, že osloví ľudí zo záujmom o vaše služby.

Vaši zákazníci sú rôzni

Vaši zákazníci sú rôzni. Každý z nich má iné očakávania od vášho produktu či služby. Každá skupina zákazníkov „počúva“ na iné argumenty.

- pre niekoho je dôležitá cena
- iného zaujme kvalita produktu
- tretiemu záleží na dobrom servise

*Príklad Fitnes Centrum

Každý človek má vlastný dôvod na návštevu fitnes centra, a iné dôvody ho nemusia osloviť.

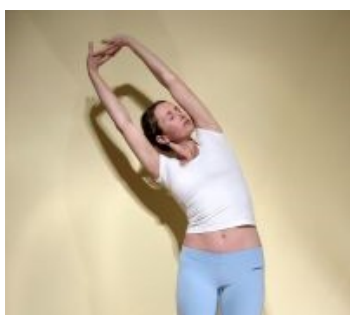
- Nieкто si chce vyformovať postavu



- Iný sa chce zbaviť stresu z práce



- Ďalší sa chce zbaviť bolesti chrbta



Fitnes centrum v Etargete jednoducho napíše tri rôzne reklamné odkazy a každý odkaz zacieli na inú skupinu zákazníkov.

Dve jednoduché otázky vám pomôžu správne zacieliť kampaň v Etargete.

Otázka 1. Komu chcete povedať o svojom produkte?

Spýtajte sa sami seba: komu chcete povedať o svojom produkte. Mužom alebo ženám? Podnikateľom? Mladým? Fanúšikom športu? Ľuďom, ktorých zaujíma politika? Ženám s deťmi? Alebo hoci aj zubárom či marketérom?

Napíšte aspoň 5 skupín ľudí, ktorým chcete povedať o svojom produkte. Skúste byť čo najkonkrétnejší.

1. 2. 3.
4. 5.

Spomínate si aj na ďalšie skupiny zákazníkov?

.....

Otázka 2. Čo čítajú „vaši“ ľudia na internete?

Ku každej skupine ľudí, ktorú ste vybrali v predchádzajúcej otázke, napíšte 10 tém, o ktoré sa skupina zaujíma.

Skupina číta o:

Skupina číta o:

Skupina číta o:

Skupina číta o:

Skupina číta o:

Tip: Otvorte si webstránku, o ktorej si myslíte, že ju číta vaša cieľová skupina. Vyberte najčastejšie používané slová na tejto stránke.

*Vzor pre vyplnenie:

Skupina **fanúšikov športu** číta o: futbal, hokej, Gáborík, liga majstrov, NHL, basketbal, cyklista, Svetový pohár, atletika, zjazd, šport, športový, gól (slová vybrané zo sport.sme.sk)

Príklad zákaznického

cielenia

Zákazníckym cielením sa reklama na autá zobrazí na všetkých stránkach, ktoré navštevujú potenciálni zákazníci predajcu áut.

Napríklad na stránkach:

O športe (cieľová skupina muži)



O podnikaní (manažéri, podnikatelia)



Kde zadať v Etargete zákaznícke slová?

Hneď potom, čo vo vašom Etarget konte napíšete reklamný odkaz, zadáte kľúčové slová do takéhoto poľa:

Slová popisujúce záujmy vášho záka

Zadajte slová **relevantné k zákazníkovi** -

Tip: na tieto slová sa odkaz nebude zo
[Doporučte mi ďalšie slová](#)

Čo s týmito slovami?

Ak ste poctivo odpovedali na obe predchádzajúce otázky, práve ste sa naučili myslieť ako váš zákazník.

Inak povedané, naučili ste sa cieľiť reklamu na základe záujmov vašich zákazníkov.

Zákaznícke slová

V Etargete tieto slová nazývame zákazníckymi slovami. Riadia sa heslom „Kde sú vaši zákazníci, tam má byť aj vaša reklama.“ Na ich základe zacielite svoju reklamu.

Reklama sa na základe zákazníckych slov zobrazí pri článkoch, ktoré číta skupina vašich potenciálnych zákazníkov.

Vyberajte menšie skupiny zákazníkov

Ako zákaznícke kľúčové slová vyberajte slová používané v článkoch, ktoré čítajú vaši zákazníci.

Odporúča sa cieľiť na užšie skupiny zákazníkov, šetríte tak peniaze a zásah je presnejší.

*Príklad

Predajca luxusných áut použije slová charakteristické pre slovník ekonomických médií. Tie číta jeho cieľová skupina.

Predajca horských bicyklov okrem produktových slov „bicykel“ ako zákaznícke slová použije širšie skupiny slov z oblasti individuálnych športových disciplín: plávanie, beh, turistika, skalolezectvo a podobne

Odporúča sa zadať viac ako 50 zákazníckych kľúčových slov.



Kontaktujte nás

Naše zákaznícke centrum je vám k dispozícii každý pracovný deň medzi 9–17hod.

Zavolajte nám alebo napíšte email, radi Vám pomôžeme s propagáciou vašej webstránky.

02 / 33 55 40 91 info@etarget.sk