Ako vytvoriť kampaň v Etargete vo formáte Bannerovej reklamy

obchod@etarget.sk www.etarget.sk

02/21 02 67 02

ETARGET





OBSAH

Úvod

- Predtým, ako začnete tvoriť kampaň
- Ako na pekný a funkčný banner
- Nastavenie kampane
 - Krok 1 Zacielenie reklamy
 - Krok 2 Nastavenie frekvencie zásahu
 - Krok 3 Ceny a obdobie kampane
- Spustenie kampane
- Počas trvania kampane



Pozrite sa, ako bude váš banner vyzerať.



Snortky

Bannerová reklama je vizuálny formát, ktorý sa zobrazuje na internetových stránkach okolo ich vlastného obsahu. Jeho úlohou je **upútať čitateľa stránky, zvýšiť vašu** poznateľnosť a povedomie o značke, zobraziť váš produkt a informovať o benefitoch služieb, ktoré ponúkate. Sprevádza užívateľov internetu na stovkách stránok, pripomína sa im s vašou ponukou a vzbudzuje záujem o ňu bez toho, aby na banner museli kliknúť.

> Prostredníctvom nášho rozhrania si vie nastaviť kampaň každý sám



€

Na začiatku prípravy kampane si určite cieľ, ktorý chcete dosiahnuť. Najčastejšie je cieľom inzerentov v bannerovej kampani zvýšiť povedomie o značke, predstaviť novinku alebo akciu, informovať postupne o ponuke a ukázať svoje produkty, retargeting a pokračovanie/nadstavba textovej reklamy.

Optimálny rozpočet na bannerovú kampaň je **1000 €** na mesiac. **Už od** 500 € však od nás dostanete výrobu banneru v troch rôznych veľkostiach zadarmo.

Každému klientovi tiež vieme pomôcť s nahratím bannerov, nastavením a optimalizáciou kampane a poradiť, čo by mohlo byť na banneri, aby sa páčil a plnil svoj cieľ.

BEGIN.





Najčastejšie používané bannery s najlepším umiestnením na stránkach sú: square 300x250, doublesquare 300x600 a billboard 970x250.

To, čo by mal obsahovať dobrý banner, závisí predovšetkým od cieľa vašej kampane. Ak chcete ukázať svoje produkty, zabezpečte si ich kvalitné fotografie, pokiaľ chcete zvýšiť povedomie o vašich službách, vyberte najdôležitejšie výhody a prínos, ktorý majú pre zákazníkov.

Nezabudnite na korporátne farby a fonty. Pokiaľ nemáte vlastný firemný dizajn manuál, je dobré, ak banner graficky korešponduje s vizuálom landing page stránky, na ktorú vedie, resp. s vaším webom.

Súčasťou banneru tiež môže byť vaše logo a call-to-action button – tlačidlo, ktoré nabáda na akciu, napr. zaregistrovať sa, súťaž, viac informácií, kúpiť, objednať a pod.

Pozrite si ukážky bannerov našich klientov. 📡

Ako na pekný a funkčný banner



Nastavenie kampane



Po nalogovaní do vášho Etarget konta zvoľte možnosť: "Pridať banner".

Krok 1 – Zacielenie reklamy

Na základe toho, aký máte produkt a čo chcete svojou bannerovou kampaňou dosiahnuť, zvoľte vhodné cielenie. **Najčastejšie si naši zákazníci vyberajú Záujmové publiká**, ktoré sme najnovšie ešte rozšírili, a svoju cieľovú skupinu si v nej nájde väčšina inzerentov.

Zaujímavé možnosti ponúka aj **Soc-demo cielenie**, vďaka ktorému bannery cielime na lokality, v ktorej žije vaša cieľová skupina.

Bannerová reklama môže byť pokračovaním či nadstavbou k iným formátom, napríklad k textovej reklame, reklame vo vyhľadávačoch a pod.

Vtedy zvoľte retargeting a **cieľte na návštevníkov vašej stránky**, ktorým treba vašu ponuku viackrát pripomenúť predtým, než sa rozhodnú nakúpiť alebo vás kontaktovať.





Pre eshopy odporúčame využiť dynamický retargeting bez nutnosti html feedu, ktorý vám ušetrí veľa času a práce.

Ak chcete vyskúšať, ktorý spôsob cielenia je pre vašu reklamu najefektívnejší, môžete nastaviť aj viac kampaní s rôznym typom cielenia naraz.

Krok 2 – Nastavenie frekvencie zásahu

Pri nastavovaní kampane **myslite na správnu frekvenciu zásahu**, teda, koľkokrát chcete banner zobraziť jednému užívateľovi denne, týždenne alebo mesačne.

Pri štandardnej dĺžke kampane 2-3 týždne sa nám osvedčili nastavenia **4 – 8 zobra**zení počas dňa.

Pokiaľ chcete, aby kampaň bežala len krátko ale o to intenzívnejšie, je vhodné frekvenciu tomu prispôsobiť a zvýšiť ju.



42,000 buyer 2443

Krok 3 – Ceny a obdobie kampane

Rozpočet máte stále pod kontrolou a neminiete viac, ako si nastavíte. Pri bannerovej reklame sa stanovuje cena za 1000 zobrazení (CPM). Zobrazenia sú pri vizuálnej reklame hodnotnejšie ako kliky, budovanie povedomia o značke a zvyšovanie poznateľnosti významne prispievajú k zvyšovaniu predajov, počet klikov pritom nie je rozhodujúci.

€

Odporúčaná cena za 1000 zobrazení (CPM) je 1 €. Ak necielite plošne, nastavte vyššiu cenu, napr. 1,2 €.

Všetky nastavenia môžete kedykoľvek zmeniť, t.j. aj pred spustením kampane, aj počas jej trvania

Pokiaľ si zvolíte cielenie na prémiové stránky, rovnako počítajte s vyššou cenou. Nastavenú cenu neprekročíte, môže byť rovná alebo nižšia, ako ste nastavili.







Po vytvorení reklamného odkazu, nastavení cielenia, rozpočtu a cien za kliknutie potrebujete pre spustenie kampane mať aktívny kredit.

Úhradu za navýšenie kreditu môžete vykonať bankovým **prevodom** alebo kartou. Po každej úhrade vám príde emailom faktúra – daňový doklad.







Počas trvania kampane dostávate trvale prístup k aktuálnym výsledkom, štatistikám o priebehu kampane a rovnako aj možnosť nastavenia meniť tak, aby vyhovovali vaším potrebám. Kampaň môžete kedykoľvek spomaliť, prípadne úplne zastaviť a spustiť ju neskôr.

V prípade otázok vám kedykoľvek telefonicky alebo emailom poradíme, ako kampaň nastaviť tak, aby vám prinášala maximálny úžitok.





+421 2 21 02 67 02 obchod@etarget.sk www.etarget.sk

