

Intervju - Ksenja Klepec, Najdi.si

March 2006, Avtor: mag. Radoš Skrt,
rados@nasvet.com



O sponzoriranih povezavah na iskalniku Najdi.si smo se pogovarjali s Ksenjo Klepec, predstavnico odnosov z javnostmi pri omenjenem iskalniku.

Zanima nas kako vzpostaviti sponzorirano povezavo na Najdi.si?

Stvar je enostavna. Stranka pokliče na Najdi.si oz. pošlje povpraševanje po e-pošti. Najkasneje naslednji dan jo kontaktira eden od naših tržnikov in se dogovori za sestanek, ali pa zadevo na željo stranke rešita po telefonu. Stranka izrazi svoje želje (npr. predviden znesek, ki ga je pripravljena vložiti v tovrstno oglaševanje) in pove, katero spletno stran želi oglaševati. Tržnik se nato poglubi v vsebino spletne strani in na podlagi le-te izbere najustreznejše ključne besede. Pri izboru ključnih besed si tržnik pomaga tudi z interno bazo nekaj 100.000 najbolj iskanih besed in besednih zvez, ki vsebuje predvideno število iskanj posamezne besede in predvideno število klikov. Naslednji korak je podpis pogodbe o sodelovanju in določitev besedila na sponzoriranih povezavah. Prednost sponzoriranih povezav je, da lahko besedilo priredimo vsaki zakupljeni besedi posebej. Enako velja za preusmeritev oglasa. Tako lahko pri besedi "računalnik" oglaševalec napiše, da prodaja računalnike in obiskovalca usmeri na stran z računalniki; nekomu, ki išče fotoaparate, pa pove, da ima cenovno ugodne fotoaparate in ga usmeri na stran s fotoaparati.

Lahko poveste nekaj več o orodju, na podlagi katerega delate plane in približne ocene prikazov, klikov ter ocene stroškov?

Gre za orodje, ki spremlja iskanja za približno nekaj sto tisoč najbolj iskanih besed in besednih zvez od januarja 2003 dalje. Besede so razvrščene v rubrike in podrubrike, kar nam močno olajša pripravo ponudbe za posameznega naročnika. Poleg iskanja ustreznih ključnih besed po rubrikah, nam orodje omogoča tudi iskanje po sorodnih besedah in besednih zvezah. Če v orodje vpišeš npr. besedo "gume", ti prikaže vse, kar ljudje vpisujejo poleg te besede: "guma fulda", "gume falken", "prodaja gum", "zimske gume", "gume cooper", "firme gum", "cenik gum", "akcija gume" ... Orodje nam v bistvu omogoči, da najdemo prav vse besede, ki so povezane z oglaševalčevo ponudbo in jih ljudje vpisujejo v naš iskalnik. Na ta način lahko oglaševalcu zagotovimo optimalno oglaševalsko akcijo.

Ali nameravate narediti aplikacijo, ki bi naročnikom omogočalo samostojno dodajanje sponzoriranih povezav, nekaj takšnega kot Adwords?

V kratkem gotovo ne. Naš način prodaje je celosten, osebni in prilagojen lokalnim oglaševalcem. Zajema preučitev oglaševalčeve dejavnosti, analizo konkurenčnih strani in individualno svetovanje pri izbiri ključnih besed že pred samo akcijo. Tudi med akcijo naši tržniki svetujejo in optimizirajo zakupljene ključne besede, tako da je učinek za oglaševalca kar največji.

Glede na to, da lahko zakupijo isto besedo največ trije oglaševalci hkrati, je pri določenih

besedah pravgotovo dolga čakalna vrsta. Nam lahko zaupate po katerih besedah je največ povpraševanja?

Čakalno vrsto imamo že pri kar nekaj panogah; vse besede, ki se vežejo na prevajanje, lektoriranje, vzajemne sklade, izdelavo spletnih strani, domene, računovodstvo in knjigovodstvo, strešne kritine, jezikovne šole, vino, okna, vrata, klima naprave, varovanje itd. Največ povpraševanja pri že zakupljenih panogah je v zadnjem času s strani ponudnikov prevajalskih in računovodskih storitev ter jezikovnih šol.

Ko je že ravno govora o besedah, nas zanima katere besede ustvarijo največ prometa?

Tiste, ki so bolj iskane - npr. "študentski servis" s slabim milijonom iskanj na leto, "rabljeni avtomobili" z 250.000 iskanji, beseda "banka" s 70.000 iskanji, "adsl" z dobrimi 50.000 iskanji, "sony ericsson" z 80.000 iskanji itd. Trenutno sta najbolj dobičkonosni panogi računalništvo in telekomunikacije.

Učinkovitost oglasnih akcij je odvisna tudi od zakupljenih besed. Kakšen je povprečen CTR na sponzoriranih povezavah?

Med 10 in 30%. Se pa zgodi, da ima sponzorirana povezava včasih izjemno visok (npr. 60% na proste domene) oz. izjemno nizek CTR (2,8% na software). CTR je odvisen od veliko različnih dejavnikov - od besedila na povezavi, od poznanosti oglaševalca, od ustreznosti zakupljenih ključnih besed ...

Kako popularne so sponzorirane povezave med vašimi naročniki, kakšne trende beležite?

Število oglaševalcev na sponzorirane povezave na Najdi.si se je v enem letu povečalo za skoraj 100%. Tudi v tujini delež iskalnega marketinga (kamor sodijo tudi sponzorirane povezave) v zadnjih treh letih dosega daleč najvišjo rast. Lani je dosegel že 40% tržni delež spletnega oglaševanja. Lahko povem tudi, da na iskalniku Najdi.si letne pogodbe podaljša približno 85% podjetij, ki se odločijo za sponzorirane povezave. Zanimiv je še en podatek: ko so ključne besede panog enkrat zasedene, se v 95% primerov nikoli več ne sprostijo.

Kakšen je delež sponzoriranih povezav na Najdi.si v primerjavi s klasičnimi oblikami spletnega oglaševanja?

O konkretnih številkah zaradi poslovne skrivnosti ne morem govoriti. Lahko rečem le, da zavzema oglaševanje s sponzoriranimi povezavami slabo polovico vseh naših oglaševalskih prihodkov. Sledita mu grafično in tekstovno oglaševanje na vstopni strani Najdi.si. Želite izboljšati pozicijo vaše spletne strani na iskalnikih?

Dovolite, da vam pomagamo!

Z našo pomočjo se bo vaša stran pojavila med prvimi zadetki na iskalnikih. Zaradi tega se bo povečal obisk vaše spletne strani, pridobili boste več poslov in dosegli večjo prepoznavnost vašega podjetja!

www.nasvet.com, tel: 051/335-275, info@nasvet.com

Objavljeno v reviji Moj mikro

Sorodne teme:

Intervju: Slavko Zapečnik, direktor, Neckermann d.o.o.

Slovenski iskalniki in imeniki

Iskalni marketing in sponzorirane povezave

Leto dni od delne liberalizacije trga .SI domen