

Marketing 3 Online

Daniel Opelík

Program dne

- ▶ Vyhledávače a jejich reklamní možnosti

Online vyhledávače

- ▶ Vyhledávání na internetu
- ▶ Vyhledávače představují komplexní systém zahrnující nejen programy pro procházení stránek, ale také složité algoritmy pro řazení výsledků, databáze stránek a dokumentů, uživatelské rozhraní a také řadu dalších informací získaných v průběhu používání vyhledávače.
- ▶ Vyhledávač si pamatuje historii vyhledávání (uživatele či zařízení)
- ▶ Jádrem = algoritmus vyhledávače - hledání nejrelevantnějších stránek dle klíčových slov
- ▶ Jako třeba?

Vyhledávače a algorytmus

- ▶ Procházení: dělá robot (crawler), vyhledává stránky a odkazy v nich (pouze zkoumá existenci stránek)
- ▶ Indexování: robot vybírá klíčová slova na určitých stránkách, stránky jsou dle klíčových slov utříděny do databází = robot vybírá dle klíčových slov
- ▶ Hodnocení: stránky mají přiřazená klíčová slova, algoritmus posoudí míru shody zadaných klíčových slov s klíčovými slovy webových stránek; seřadí stránky od nejlepších po nejhorší
 - ▶ Zde je důležitá tvorba webových stránek
 - ▶ SEO či katalogizace stránek
 - ▶ <https://www.seerinteractive.com/blog/how-do-search-engines-work/>

Co lidé vyhledávají?

- ▶ <https://trends.google.cz/trends/?geo=CZ>
- ▶ <https://trends.google.cz/trends/yis/2021/CZ/>
- ▶ Google

Online vyhledávače

- ▶ Bezplatné využití
- ▶ Proto reklamní prostor k fungování
- ▶ Nejčastěji navštěvované stránky jsou uváděny výše ve vyhledávání

Seznam

- ▶ Není pouze vyhledávač
- ▶ Ale Novinky, Seznam zprávy, Super, Stream apod.
- ▶ Obsahová reklama ve formě PPC reklamy
- ▶ Mnoho možností

Seznam

- ▶ **Kde všude mohu inzerovat v rámci Seznam obsahové sítě?**
- ▶ Novinky, Seznam zprávy, Počasí, Televize Seznam, Firmy, Mapy, Horoskopy, Sport, Proženy apod.

- ▶ **Kde mohu řešit propagaci zboží?**
- ▶ Zboží, Sreality, Sdovolená, Sbazar, Firmy, Mapy

- ▶ Zboží navštěvují převážně lidé kategorie 55+

Google

- ▶ Začátek jako start-up
- ▶ Logo a vyhledávací lišta (logo je občas tématizováno)
- ▶ Obrázky, knihy, YouTube, Gmail, Mapy, Chrome (Disk, Meet)
- ▶ Založený profil uživatele a propojování

Typy reklamních formátů

- ▶ PPC reklamy = pay per click
- ▶ Placení za kliknutí na reklamu
- ▶ PPC se zobrazují na předních místech po zadání klíčových slov
- ▶ PPC formát musí být označen slovem reklama (plete se s organickým obsahem)
- ▶ Google Ads - platforma pro zadávání reklamy

Google - textová reklama

- ▶ Nejčastější forma PPC reklamy
- ▶ Nazývána také jako: search engine advertising, keyword advertising
- ▶ Zadání klíčového slova - první 3-4 místa obsadí placená reklama (firma má zaplacené dané klíčové slovo)
- ▶ Míra prokliku okolo 10%
- ▶ Konverze (nákup) okolo 1-2%
- ▶ Textové reklamy mají nejlepší CTR (click through rate)

Google - shopping kampaně

- ▶ Obrázek produktu a popisek
- ▶ Horní část vyhledávače (nad textovými) nebo pravá lišta
- ▶ Obrázky jsou lákavější než text
- ▶ Také v sekci obrázky v horní liště
- ▶ Skrze Google Ads a následně Google Merchant Center

Google - mapy

- ▶ Mapa na překlik na horní liště
- ▶ Klíčové slovo s lokalitou = automatické přesměrování na mapu
- ▶ Zadání firmy do Moje firma - propsání do map (provozovny apod.)
- ▶ První dvě pozice jsou placené pozice
- ▶ Mobilní telefon, vyhledávání near me

Google - nákupy

- ▶ Fotografie, popis a cena
- ▶ Přesměrování na eshop k zakoupení
- ▶ Konkurence pro zboží.cz či Heureka
- ▶ Inzerují firmy, které za inzerci neplatí

Google - další reklamní formáty

- ▶ Image pack: reklama ve formě obrázků - proklik na daný web
- ▶ Featured snippet: úryvek z textu (např. Návod)
- ▶ Video thumbnail: malá video ve vyhledávači

Prostor pro diskuzi a dotazy?