

Zawsze na pierwszym miejscu

Sławomir Koptewicz

Agencja Interaktywna Web Wizard.com

Wyobraź sobie, że podczas przeglądania internetu znalazłeś stronę www z ciekawą ofertą czy interesującym cię produktem. Nazajutrz próbujesz tam wrócić, ale nie pamiętasz ani adresu, ani nazwy firmy. Szybko więc wpisujesz w wyszukiwarce Google nazwę produktu, ale zamiast oglądanej wcześniej witryny pojawiają się dziesiątki adresów prowadzących do innych, tematycznie podobnych serwisów. Zniecierpliwiony poszukiwaniem wybierasz jeden z dziesięciu serwisów z pierwszej strony Google i kupujesz produkt lub usługę od innego dostawcy.

A blurred image of the Google logo and a search bar. The logo is in its characteristic multi-colored font. Below it, a search bar contains the text "wydobycie kruszyw" (mining of ores). Below the search bar, there is a button that says "Szukaj w Google" (Search in Google).

W centrum miasta często widzimy stosy ulotek, które zalegają na ulicach i wysypują się z koszy na śmieci. To efekty ostrej walki firm o klienta. Tymczasem Polacy w ostatnim czasie uodpornili się na nie i statystycznie 9 na 10 ulotek ląduje od razu w koszu lub na ulicy. Koszt wydruku ok. 10 tys. egzemplarzy to około 2 500 zł, kolportaż – dodatkowe 500 zł. Mając taki budżet można przez kilka miesięcy, a nawet cały rok i dłużej, reklamować usługę lub produkt na jedną z odpowiednio dobranych fraz w internecie. Czasem wprowadzić warto postawić na materiał drukowany, ale i tak osoba, która go dostanie, będzie chciała znaleźć dodatkowe informacje w pracy lub w domu i zrobi to właśnie w internecie. Cóż więc z tego, że dostanie ulotkę od firmy X, skoro po obejrzeniu serwisu internetowego firmy Y i tak skorzysta z usług tej drugiej. Ulotka spełni dobrze swoją rolę – wzbudzi zainteresowanie u potencjalnego klienta, ale korzyści z niej dla kolportującej ulotkę firmy, bez wsparcia jednego z podstawowych elementów marketingu internetowego, będą żadne.

Inwazyjna reklama w internecie

To, że użytkownicy nie klikają w banery, wiadomo już od dawna. Internauci wprawdzie są przyzwyczajeni do inwazyjnych reklam, nie ma w tym jednak nic dziwnego, że najmniej je lubią. Zresztą nie jest to tylko domena internetu. Nikt nie lubi reklam przerywających programy telewizyjne czy audycje radiowe. Jak wynika z opublikowanego niedawno przez firmę Gemius raportu pt. „Stosunek internautów do reklamy”, reklamę w sieci negatywnie ocenia większość polskich użytkowników internetu, a najmniej lubiane są te formy, które zasłaniają treść strony.

Z punktu widzenia użytkownika najlepszą reklamą jest ta, którą najmniej widać. Chcąc trafić do internauty potrzebujemy czegoś naturalnego, czegoś, co będzie reklamą, ale taką, która swoim istnieniem potwierdza tylko jakość produktu bądź usługi. Taką formą reklamy mogą być wysokie pozycje strony w wyszukiwarkach, pojawiające się na wskutek generowanych zapytań do Google’a. To reklama dyskretna i jak najbardziej naturalna. Co więcej – to jeden z najdoskonalszych sposobów reklamy w internecie.

Co powoduje, że spośród tysięcy stron internetowych jedne znajdują się na pierwszych stronach wyszukiwarki Google, inne zaś zajmują odległe pozycje?

Po co pozycjonowanie?

To nie lut szczęścia ani przypadek sprawia, że zainteresowany ofertą internauta ma pod ręką akurat takie, a nie inne wyniki na ekranie swojego monitora. Aby adresy konkretnych stron pojawiły się na pierwszych miejscach w wynikach wyszukiwania, potrzebne były działania mające na celu poprawianie pozycji serwisu www w wynikach wyświetlanych przez wyszukiwarkę Google, czyli tzw. pozycjonowanie serwisu www. Pozycjonowanie to kompleksowa usługa polegająca na wypromowaniu strony internetowej – jej „wybiciu” na najwyższe pozycje w wynikach wyszukiwania dla wskazanych fraz kluczowych.

Dlaczego warto pozycjonować serwis www? Jednym z powodów jest wysoka efektywność i przyjazna forma dotarcia do klienta – wyniki wyszukiwania wyświetlane są przed oczami wpisującego zapytanie do Google’a dokładnie wtedy, kiedy potrzebuje tej informacji. Przyjmując

założenie, że fraza utrzymuje się na pierwszych miejscach przez kilka miesięcy, możemy osiągnąć efekty podobne do tych, które uzyskujemy przy emisji reklamy telewizyjnej, przy zupełnie innym poziomie kosztów.

Zdecydowanie mniejsze koszty dotarcia do klienta w stosunku do innych form reklamy to drugi argument, który przemawia za stosowaniem pozycjonowania. Oplaty za usługi tego typu są różne, ich wysokość uzależniona jest od rodzaju pozycjonowanej frazy, jej marketingowej chwytliwości, konstrukcji i struktury pozycjonowanego serwisu www oraz działań konkurencyjnych firm podejmowanych w zakresie pozycjonowania tej właśnie frazy. Oplaty zaczynają się już od kilkudziesięciu złotych za frazę, które płaci się dopiero po uzyskaniu jednego z pierwszych dziesięciu miejsc w wynikach wyszukiwania.

Kolejną przesłanką przemawiającą za pozycjonowaniem jest to, że sama obecność w internecie i łatwość odnalezienia strony podnosi wiarygodność firmy w oczach potencjalnych klientów. Często też strony pokazujące się na pierwszych miejscach w wynikach wyszukiwania, automatycznie uznaje się za wartościowe i godne polecenia.

Pozostałe korzyści wynikają z:

- rosnącej popularności wyszukiwarek, szczególnie Google – duży odsetek internautów ufa wynikom otrzymywanym z wyszukiwarki, a dla znacznej większości użytkowników internetu wyszukiwarka jest głównym miejscem wyszukiwania i uzyskiwania informacji,
- stale powiększającej się liczby użytkowników internetu – zarówno ogólnej liczby, jak i odsetka korzystającego z wyszukiwarek; rośnie tym samym ilość potencjalnych

klientów, którzy zdecydowani są zadać pytanie wyszukiwarce na temat konkretnego produktu lub usługi.

W kolejnych artykułach zrozumiesz, jak działają wyszukiwarki, jak wpływa to na kolejność wyświetlania adresów prowadzących do konkretnych stron oraz jak wykorzystać tę wiedzę do tworzenia stron, które będą zajmowały wysokie pozycje w wynikach wyszukiwania. Dostaniesz odpowiedzi na trudne pytania związane:

- z działaniem wyszukiwarek,
- z doбором odpowiednich słów kluczowych,
- z zapewnieniem poprawnego układu elementów serwisu www,
- z wykorzystaniem odsyłaczy wewnętrznych i zewnętrznych,
- z ułatwianiem indeksacji witryny,
- z monitorowaniem ruchu na stronie i jej popularności.

Warto już teraz zwrócić większą uwagę na zagadnienia związane z pozycjonowaniem serwisu, gdyż według znanego już od dawna sloganu, jeśli nie ma cię w Google, to tak, jakby cię w ogóle nie było.

Autor jest współpracownikiem firmy zajmującej się między innymi pozycjonowaniem serwisów internetowych.

www.webwizard.com.pl

artykuł znajdziesz również na www.surowce.e-bmp.pl