



A NetPincér.hu európai terjeszkedése a Google AdWords hirdetési programmal

Az ügyfél

NetPincér.hu Budapest
www.netpincer.hu



Internetes ételrendelési rendszer, a céget két közgazdász hallgató alapította 1999-ben. Jelenleg nyolc országban működik, mintegy ötven munkatárssal. A cég jelenleg napi kb. ötezer ételrendelést közvetít, a közvetített forgalom meghaladja a 3,1 milliárd forintot (2008).



A NetPincér.hu elismerései

- Az év internetes kereskedője, 2008
- eFestival – eSzolgáltatás kategória (2. hely), 2008
- Az év legígéretesebb kereskedője, 2007

Ügynökség: Klikkmánia

A kampány célja

A szolgáltatás kiterjesztése külföldi piacokra.

A megoldás

Különböző országokra, régiókra és településekre célzott Google AdWords kampányok.

A NetPincér.hu egy internetes ételrendelési rendszer, ahol házhozszállítást vállaló éttermek étlapjairól lehet rendelni. A jutalék alapú közvetítő szolgáltatás célja, hogy az internet kényelmét kihasználva kiváltsa és az internetre terelje a telefonos ételrendeléseket. A céget két közgazdász hallgató alapította 1999-ben. Ma már hozzávetőleg napi ötezer rendelést közvetít, amelynek 60%-át a magyarországi forgalom teszi ki, 40%-a pedig más országokból (köztük Ausztria, Lengyelország, Franciaország) származik.

Ami a szolgáltatás népszerűsítését illeti, a NetPincér.hu az elmúlt tíz évben minden új lehetőséget felkutatott és rendszerint ki is próbált. A Google AdWords kampány már 2003 óta fut. A NetPincér.hu ekkor még csak hazánkban és Ausztriában volt elérhető, és öt ember dolgozott a cégnél. Mára a NetPincér.hu nyolc országban van jelen és mintegy ötven munkatársat foglalkoztat.

A cég már 2003-ban saját belső eszközökkel mérte, hogy a különböző fizetett hirdetésekről érkező látogatók milyen mértékben válnak ügyféllé, és a különféle marketingcsatornákra költött összegek megtérüléséről is pontos információ állt rendelkezésre.

„Mivel a Google AdWords minden korábban használt eszköznél olcsóbban tudott számunka új vásárlókat hozni, hamar egyértelművé vált, hogy az AdWords-kampányokat be kell építenünk az online marketing költségeinkbe.”

*idézi fel az indulást Sziebig Péter,
a cég üzletfejlesztési igazgatója és társtulajdonosa.*

„Az AdWords immár évek óta a legfontosabb online hirdetési eszközünk, egyértelműen erre költünk a legtöbbet. A NetPincér.hu számára rendkívül előnyös volt, hogy végre egy olyan eszközt kaptunk, amellyel 1000 forintnál olcsóbban tudtunk vevőkhöz jutni. Mivel számunkra ennél többet is megérne egy új megrendelő, célunk, hogy az AdWords-ből a lehető legtöbbet hozzuk ki, minél több „vevőt vegyünk” ilyen jó áron.”

A Google AdWords hirdetési program

A Google AdWords™ egyteljesítményalapú hirdetési rendszer, amely költséghatékony és teljes egészében mérhető hirdetési megoldást kínál kisvállalkozóknak és multinacionális vállalatoknak egyaránt. A kattintás alapú elszámolás révén a hirdetések csak a hirdetésekre érkező kattintásokért fizetnek. A keresőhirdetésekkel a potenciális ügyfelek pontosan abban a pillanatban érhetők el, amikor azok a hirdett termékre vagy szolgáltatásra keresnek a Google vagy a partnerhálózat keresőiben.

További információ:
www.google.hu/adwords

Földrajzi célzás

A Google AdWords programmal a megcélozhatók bármely ország vagy nyelv internetezői. Több országban elérhető a regionális és az egyéni földrajzi célzás is, amellyel a hirdetések meghatározott régiókban, városokban, vagy egy térkép segítségével kijelölt területen jeleníthetők meg. A földrajzi célzás az internetezők IP-címén alapszik, ezért a pontossága az IP-címek kiosztásának földrajzi pontosságát követi.

A Google tartalmi hálózata

Az AdWords programmal a hirdetések nemcsak keresőkben, hanem az egyre bővülő tartalmi hálózat releváns weboldalain is megjeleníthetők, ugyancsak földrajzi célzással. A tartalmi hálózaton a szöveges hirdetések túl többféle egyéb formátumban futtathatók kreatívok – kattintás és megjelenés alapú árazással egyaránt.

„Mivel a szolgáltatásunk minősége nagyban függ attól, hogy egy-egy városban hány étteremmel van szerződésünk, ott érdemes intenzívebben hirdetnünk, ahol jobb az éttermi kínálatunk. Ehhez fontos szempont, hogy a kampányaink földrajzilag precízen – akár város szinten is – célozhatóak legyenek.

A külföldi piacok felé nyitásnál mutatkozott meg a Google AdWords legnagyobb előnye. Például Lengyelországban, Németországban és Franciaországban kritikus volt, hogy azokban a városokban, ahol új éttermekkel szerződünk, rögtön vevőket is tudunk vinni partnereinkhez.

Franciaországban először az Ile de France régió célzásával próbálkoztunk, majd áttértünk a térkép alapú, egyéni célzásra, mert a régió egyes részeiben nem volt elég jó a kínálatunk. Lengyelországban az üzletfelünket is AdWords-szel találtuk meg: Varsó harminc kilométer sugarú körzetében hirdettünk a „business opportunity” kifejezésre. A 25 jelentkező közül a legjobbal meg is állapotunk, és immáron négy éve együtt dolgozunk.”



„Közvetítő szolgáltatás lévén egy új országban elindulni gyakorlatilag néhány kattintás műve volt. Nem túlzás azt állítani, hogy a külföldi piacra lépésünket nagyban köszönhetjük a Google AdWords hirdetési programnak.”

Sziebig Péter, üzletfejlesztési igazgató és társtulajdonos
