



## *Az Árukereső.hu Csoport a Google AdWords-ben összesen több mint 1,5 millió kulcsszót használ, ennek napi szintű menedzselése manuálisan lehetetlen.*

---

### Árukereső.hu

- arukereso.hu
- Budapest
- Ár összehasonlító oldal

---

### Cél

- Több mint másfél millió kulcsszó kezelése

---

### Módszer

- Google AdWords API segítségével
- 

### A vállalkozás

Az Árukereső.hu Magyarország piacvezető árösszehasonlító portálja. A cég 2004-es alapítása óta vásárlások millióinál működött közre. Honlapján 770 webáruház 1,5 millió termékét hasonlíthatják össze az érdeklődők. A felhasználói elégedettséget olyan további szolgáltatások is emelik, mint például webáruházak értékelésének lehetősége (M megbízható Bolt Program), okostelefonokra letölthető alkalmazás és közösségi média integráció.

### Megközelítés és háttér

Internetes vállalkozásként az Árukereső.hu megalakulása óta szinte kizárólag online marketing eszközöket használ. Ezeknek számos válfaját kipróbálta – így a Google AdWords-öt is –, hogy forgalmat tereljen honlapjára és elősegítse konverziók létrejöttét.

Elsődleges látogatói és vásárlói olyan 20 és 36 év közötti nők és férfiak, akik tervezett vásárlásuk előtt szeretnének az adott termékekhez kapcsolódó legfrissebb információkról tájékozódni. Az, hogy hol és hogyan vásárolhatják meg a kiszemelt árut a legolcsóbban, nyilvánvalóan különösen fontos számukra. Az Árukereső.hu Csoport (Az Árukereső.hu csapata budapesti központjából üzemeltet Romániában, Bulgáriában, Portugáliában és Törökországban is hasonló árösszehasonlító oldalakat) a Google AdWords-ben összesen több mint 1,5 millió kulcsszót használ, ennek napi szintű menedzselése manuálisan lehetetlen. A kulcsszavaknak követniük kell az összes olyan változást és frissítést mely a termékeket és azok árát érinti.

### Megoldás - manuális beállítások helyett algoritmus dolgozik

Azért, hogy a kampányok kezelését egyszerűbbé tegye, időt spóroljon, hatékonyabbá váljon és csökkentse költségeit, a cég a Google AdWords API-n alapuló saját alkalmazást fejlesztett, az ADAM-ot (Adwords Árukereső.hu Manager). Ez az alkalmazás menedzseli a liciteket, optimalizál, speciális jelentéseket készít és más hasonló feladatokat lát el. Ezzel a korábbi manuális tevékenységeknek hozzávetőlegesen 80%-át végzi el.

Az alkalmazást a Google szakértőinek segítségével – akik személyesen is ellátogattak a céghez – az Árukereső.hu helyi fejlesztői körülbelül 2 hónap alatt készítették el. Azóta néhány változtatást és fejlesztést követően már a 2.0 verzió is a végleges állapotához közelít.

Az Árukereső.hu-nál abban hisznek, hogy a leghatékonyabb célzás és a nem megtérülő átkattintások minimalizálása akkor érhető el, ha a felhasználó éppen abban a pillanatban találkozik a hirdetéssel, amikor egy adott árura keres. Ez a megközelítés az, mely mind a cégnek, mind a fogyasztóknak sikereket és elégedettséget biztosít. *“A marketing területén a tökéletesen célzott reklámozás a jövő. A vásárlási folyamatnak pontosan abban a pillanatában érzük el és szólítjuk meg a vásárlót, amikor a megvenni kívánt termékkel kapcsolatos hiteles és friss információkat keresi”* – mondta Rácz István, az Árukereső.hu marketing igazgatója.

Az Árukereső.hu pontos, naprakész adatbázissal rendelkezik a termékekről, melyet integrált az alkalmazásba, az ADAM naponta szinkronizálja saját adatbázisát a weboldalával. Az alkalmazás emellett ellenőrzi a Google keresések mennyiségét, a lehetséges konverziókból származó bevételt és a lehetséges liciteket, hogy azután ezek közül kiválassza az optimális kombinációt. A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy a legmagasabb konverziós ráta és elérhető bevétel szempontjából optimalizálja a licitre fordított kiadásokat. Ezzel az Árukereső.hu egyszerre több célt is elér: olcsóbb és hatékonyabb liciteket használ, jobb konverziós arányt biztosít, gyorsabban jut adatokhoz, kevesebb időre és emberi erőforrásra van szüksége, végül, de nem utolsó sorban pedig partnerboltjai is nagyon elégedettek az elért eredményekkel.

Ezzel a modellel az Árukereső.hu minden egyes termékhez külön kulcsszavakat állíthat be, így jobb és még relevánsabb keresési eredményekhez segíti a vásárlókat. Az alkalmazás lehetővé teszi, hogy a cég csak abban az esetben reklámozzon, ha ez megfelelő nyereséget eredményez. A manuális beállításokkal elérhető 8%-os CTR-rel szemben az ADAM 40%-os növekedést tud elérni, a CPC-t 50%-kal olcsóbbá teszi és a relevánsabb hirdetéseknek köszönhetően a konverziók mennyisége 18%-kal nő!

Az alkalmazást folyamatosan fejlesztik, hogy a dinamikus Google AdWords kulcsszó generálás mind jobb és jobb legyen. Az alkalmazás kizárólag releváns eredményeket kínál a fogyasztóknak, ezzel kiváló felhasználói élményt biztosít, a webshopok az ADAM segítségével pedig a számukra fontos és megcélzott fogyasztói csoportokat érik el.