



A CégTaláló nem találgat: az online marketing költségvetésről a pontos megtérülési adatok döntenek

Az ügyfél

CégTaláló

VoXinfo Kft.

www.CegTalalo.hu



2002-ben indult online céginformációs szolgáltatás, éves szinten tízezres nagyságrendben teszi lehetővé hiteles céginformációk letöltését online fizetés ellenében.

„A Google AdWords és az Analytics használatával pontosan tudjuk mérni a látogatóink útját a hirdetésre való kattintástól egészen a vásárlásig. Emiatt az AdWords számunkra nem csupán egy hirdetési megoldás, hanem a leghatékonyabb és legjobban megtérülő értékesítési csatorna.”

Dr. Domán András
ügyvezető igazgató

A CégTaláló 2002-ben indította el online szolgáltatását; különféle hiteles és közhiteles cégbírószági dokumentumokat forgalmaz online fizetés ellenében. Kezdetben heti két-három dokumentumot töltöttek le az oldalról, mára viszont több helyen, így például okmányirodákban és bankokban is hivatkozási alapként tekintenek rá, és évente tízezres nagyságrendben szolgálja ki a hiteles online cégdokumentumok iránti igényeket. A marketingtevékenység célja eleinte az volt, hogy a potenciális vásárlók tisztában legyenek azzal, hogy a hiteles cégbírószági dokumentumok az internetről szerezhetők be a legkényelmesebben.

A CégTaláló tipikusan olyan szolgáltatás, amelyet a céltudatos internetes keresésekre lehet alapozni. „Senki sem vásárol cégkivonatot spontán, egy érdekes reklám hatására, hanem csak akkor, ha pontosan arra van szüksége. Ilyenkor a legelső lehetőség, ami az ember eszébe jut, az internetes keresés. A Google ingyenes találatok mellett, ahol lassan értük el a célul kitűzött helyezést, az AdWords szponzorált linkjei gyors eredményt hoztak. Megfigyeltük, hogy az ingyenes találatok között elért jó helyezés esetén is több értékes forgalmat szerezhetünk az AdWords-hirdetéseinkkel” – avat be a sajátosságokba Dr. Domán András ügyvezető igazgató.

„Eleinte pusztán a weboldalunk látogatottságának növelésére koncentráltunk. Amérhető hirdetésilehetőségek térnyerésével és a webanalitika elindításával viszont egyre inkább a hirdetéseinkre fordított pénz megtérülésének pontos mérését helyeztük előtérbe.”

- teszi hozzá Hinek Pál, a cég projektmenedzsere.

Azok az ügyfelek, akik az AdWords-hirdetések révén, például a cégkivonat szóra keresve ismerték meg a CégTalálót, a későbbiekben egyre többször, közvetlenül érkeztek az oldalra, így idővel jelentős törzsvásárlói kör alakult ki. „Ezen túl a kampányok és a kulcsszavak hatékonyságát folyamatosan figyelemmel tudjuk kísérni, és gyorsan tudunk változtatni, ha korrekcióra van szükség. A hirdetésszöveg-változatok megfelelő időzítésével pedig hangsúlyozni tudjuk az online cégdokumentumok non-stop elérhetőségét is.

A Google AdWords hirdetési program

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

További információ:
www.google.hu/adwords

Konverziókövetés

Az AdWords ingyenesen használható funkciója, amellyel mérhető, hogy a hirdetésre kattintó érdeklődők milyen arányban vásárolnak vagy regisztrálnak a hirdető weboldalán.

Google Analytics

Ingyenes webanalitikai program, amelynek segítségével mérhető a weboldalra érkező forgalom, a látogatók interakciója a weboldallal, valamint az online marketing megoldások megtérülése.

További információ:
www.google.com/analytics

A teljesítményadatok alapján a kampányokat folyamatosan optimalizáljuk, így a legfontosabb kulcsszavainkra az átkattintási arány 8-25 százalék közötti.

Jelenleg az AdWords kiváló mérhetősége, nyomon követhetősége folytán a legjelentősebb szerepet kapja marketingmixünkben. Hat évvel ezelőtt havi szinten még csak 3-4000 forintot fordítottunk a Google AdWords kampányunkra, de azóta ezt az összeget a kapacitásunk és a keresési volumen növekedése, valamint az egyre élesedő versenyhelyzet miatt a sokszorosára növeltük. A növekedéssel párhuzamosan elindítottuk az AdWords konverziókövetés funkcióját, amely révén arról is pontos adataink vannak, hogy az AdWords-hirdetésekről érkező látogatóinkból hány „fizető vendégünk” lesz, hány tranzakció teljesül és mindehhez milyen ügyfélszerzési költség tartozik.”

„Ennél azonban többre volt szükségünk – folytatja Hinek Pál. 2005-től a Google Analytics webanalitikai programmal is mérjük a hirdetésekéről érkező látogatók viselkedését és a hirdetések megtérülését. A tranzakciókat az egyes dokumentumtípusok (például cégkivonat, mérleg) és fizetési mód (többek között bankkártyás vagy emelt díjas telefonos) bontásában is követjük. Bár ezek mindegyikéhez eltérő árrés tartozik, az Analytics-ben könnyen átlátható a hirdetéseink megtérülése, egészen a kulcsszavak és a hirdetésszövegek mélységéig. Erre az Analytics célkonverziós jelentései és a célértékek alkalmazása ad lehetőséget. Az AdWords konverziókövetése és az Analytics mellett a saját rendszerünkben is követjük a látogatókat és vásárlásaikat.

A részletes elemzési lehetőségek és a mintegy kilencvenféle jelentés ellenére az Analytics gyorsan megtanulható és könnyen kezelhető, ráadásul segítségünkre van a honlap optimális tartalmának kialakításában is.”

„A Google AdWords és az Analytics használatával pontosan tudjuk mérni látogatóink útját a hirdetésre való kattintástól egészen a vásárlásig. Emiatt az AdWords számunkra nem csupán egy hirdetési megoldás, hanem a leghatékonyabb és legjobban megtérülő értékesítési csatorna.”

Dr. Domán András, ügyvezető igazgató

