

## A Diamant-Dent külföldi ügyfélkörének kialakítása a Google AdWords segítségével



### Az ügyfél

- Diamant-Dent, Mosonmagyaróvár
- [www.diamantdent.hu](http://www.diamantdent.hu)
- Ügynökség: Intren

### A kampány célja

- Nemzetközi jelenlét
- Külföldi páciensek számának növelése
- Célcsoport közvetett elérése a keresőbeli hirdetések mellett

### Eszköz

- Külön kampányok a különböző országcsoportoknak eltérő nyelvi és regionális célzással
- Diverzifikált online stratégia a különböző célcsoportok elérésére
- Tartalmi hálózati szöveges hirdetések és vizuális szerkesztővel készített képes hirdetések alkalmazása

### Eredmény

- Külföldi ügyfélkör növekedése
- A honlapon töltött idő és a lapletöltések számának növelése a képes hirdetésekkel

Az immáron 10 évvel ezelőtt alapított mosonmagyaróvári fogászati rendelő mára hotellel kiegészített, teljes körű fogászati és szépségápolási szolgáltatást nyújtó intézménnyé nőtte ki magát. A páciensek a termálfürdőjéről is ismert városban a fogászati kezelés alatt kikapcsolódhatnak, az időt kellemesen töltve pihenhetnek. A Diamant-Dent csapata a wellnesshelyiséggel ellátott hotel, igényes rendelőhelyiségek mellett nagy hangsúlyt fektet a röntgenszobák és műtők berendezésére is, melyek a fogászat csúcstechnológiáját képviselik. A Szalay Ivett és Szalay Ferenc által megálmodott rendelő a bővüléssel párhuzamosan a helyieken kívül első lépésben a nyugat-európai országokat vette célba, mára pedig jelentős elismerést vívott ki az USA-ban és Ausztráliában is.

### A kihívás

A Diamant-Dent az AdWords magyarországi megjelenésétől kezdődően használja a szolgáltatást tevékenysége hazai és nemzetközi népszerűsítésére. A Google AdWords hatékonyan használható az egyes célpiacok, azaz országok, régiók vagy akár városok elérésére; az egyes országokat, régiókat és akár kifejezetten városokat célozva tudják az üzenetüket eljuttatni, az ismertségüket növelni és a cég imázsát építeni anélkül, hogy ezekben az országokban fizikailag jelen lennének. Az AdWords-kampányok az offline médiában történő megjelenéssel jól összehangoltak, a két kommunikációs csatorna egymást erősítő hatását jól kihasználják.

A Google AdWords funkcióját tekintve három szerepet tölt be:

- elérni azokat a pácienseket, akik már tudnak a Diamant-Dentről, pl. olvastak róla egy cikket;
- szól azokhoz, akik közvetlenül fogászati kezelést keresnek;
- megismertetni a vállalkozást azokkal, akiknek nem kifejezetten e témára irányul a figyelmük, de értékes célpiacot jelenthetnek a Diamant-Dent számára (pl. borivók vagy cigarettázók számára fogfehéritési szolgáltatás).

Az első két célcsoport elérése a keresési hálózaton történik. A fő hangsúlyt a német nyelvű országok képezik, ezeket német nyelvű hirdetéssel és kulcsszólistával célozzák.

A többi európai, valamint az amerikai célközönséget országcsoportokra bontva angol nyelven érik el, a költségkeretet pedig az adott ország vagy országcsoport stratégiai fontosságának megfelelően állítják be.

A harmadik célcsoport megtalálása leginkább a tartalmi hálózat segítségével vált lehetővé. A szöveges hirdetések mellett képes hirdetéseket is indítottak, kihasználva azt, hogy 2009 áprilisától a vizuálshirdetés-készítő a magyarországi AdWords-ügyfelek számára is elérhetővé vált. A képes hirdetéseket tartalmazó kampányok teszjelleggel egyelőre csak német nyelven futnak, és mivel külön kampányban szerepelnek a képes, a szöveges tartalmi és a keresőbeli hirdetések, ezek könnyen összehasonlíthatóak.

---

## A Google AdWords hirdetési program

A Google AdWords™ egy teljesítmény alapú hirdetési rendszer, amely költséghatékony és teljes egészében mérhető hirdetési megoldást kínál kisvállalkozóknak és multi-nacionális vállalatoknak egyaránt. A kattintás alapú elszámolás révén a hirdető csak a hirdetésekre érkező kattintásokért fizetnek. A kereső-hirdetésekkel 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](http://www.google.hu/adwords)

---

## A Google tartalmi hálózata

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

---

## A vizuálshirdetés-készítő

Az AdWords-fiókból elérhető ingyenes eszközzel a szöveges kampányok grafikus elemekkel és animációkkal tehető változatosabbá; az új vizuális hirdetések létrehozása könnyebb és gyorsabb.

---

## Google Analytics

Ingyenes webanalitikai program, amely segítségével mérhető a weboldalra érkező forgalom, a látogatók interakciója a web-oldallal, valamint az online marketing megoldások megtérülése.

---

## Eredmények

A folyamatos és egyre növekvő arányú külföldi AdWords-hirdetések a Diamant-Dent országhatáron túlról érkező pácienseinek számát növelték, a diverzifikált online marketingstratégia hatására pedig egyre szélesebb közönséget értek el. A páciensek számának növekedése lehetővé tette a cég bővülését, az általuk fontosnak tartott magas színvonalú szolgáltatás fenntartását és továbbfejlesztését.

A külföldi tartalmi hálózatot széleskörűen alkalmazták: a kezdeti szöveges hirdetéseket áprilistól egészítették ki a könnyen és gyorsan létrehozott képes hirdetések. A vizuálshirdetés-készítőnek köszönhetően ezek elkészítése nem igényelt jelentős erőforrást. A képes hirdetések indítását követő tesztidőszak egy hónapja alatt közel egy millió megjelenést értek el a német nyelvű tartalmi hálózati hirdetésekkel, amely jóval meghaladta a keresőbeli megjelenések számát. A képes hirdetések indításával a tartalmi oldalakon való megjelenésszámot megduplázták, a kattintásszámot 80%-kal növelték. Az Analytics-adatok elemzéséből továbbá kiderült, hogy a képes hirdetésekkel magas arányban értek el új látogatókat, a kattintók pedig több oldalra tekintettek meg, mint a keresőből érkező társaik. Az átlagosan az oldalon töltött idő is több volt a tartalmi hálózatról érkezők esetében.

„A képes hirdetésekkel a célpiac eddig rejtve maradt szegmense is elérhető – azaz pl. azokhoz is szólhatunk, akik a szöveges hirdetéssel nem találkoztak vagy nem keltette fel az érdeklődésüket” - emelte ki Földi Zsuzsa, az AdWords-kampányok kezelője. „Emellett a többi kommunikációs eszköz hatékonyságát is növeli, ha az üzenetet több módon juttatjuk el a célcsoport felé, sőt imázs- és brand-építő hatása is van.”

## Későbbi tervek

Mivel a képes hirdetések már a tesztidőszakban is kimagaslóan jó eredményeket értek el, így több irányba is tervezik ezek alkalmazását: további nyelveken, több célpiacot akarnak megcélózni. A piacokat kisebb szegmensekre bontják, amelyeken célzott üzenettel jelennek meg. Emellett további eszközöket is tesztelnek majd, többek között a video- és mobilhirdetéseket.

