

Fókuszban a megtérülés a Google AdWords hirdetési programmal

KULCS-SOFT

Az ügyfél

Kulcs-soft Számítástechnika Zrt.

www.ks.hu

- Alapítás: 1989
- Tevékenység: szoftverfejlesztés, értékesítés (ügyviteli szoftverek)
- Alkalmazottak száma: 65
- Nettó árbevétel: 625 millió Ft (2008)

A Kulcs-soft elismerései

- Üzleti Superbrands díj – 2008, 2009

A kampány célja

- Értékesítés növelése és támogatása
- A márka erősítése

A megoldás

- Google AdWords hirdetések a Google keresőben és a tartalmi hálózaton

A magyarországi kis- és középvállalkozások 15%-a Kulcs-Soft szoftvert használ a cégen belüli ügyvitel kezelésére, ami vezető pozíciót jelent ezen az igencsak sokszereplős piacon.

A Google AdWordsszel 2006-ban próbálkoztak meg először, amikor még igen kevés hazai vállalkozás élt a keresőmarketing nyújtotta lehetőségekkel. Kezdetben 3 Kulcs-Soft termékre indítottak csak AdWords-kampányt, ma már a teljes termékportfólió marketingjére ezt az eszközt használják. Céljuk az volt, hogy növeljék a honlapjuk látogatóinak számát, ugyanis az internetes értékesítés miatt minden látogató potenciális vásárló a cég számára. A Kulcs-Soft olyannyira elégedett volt az eredményekkel, hogy a cég marketingköltségvetésének legnagyobb, és most is növekvő részét az AdWords teszi ki.



„A Google AdWords hirdetések a leghatékonyabbak az általunk próbált hirdetési megoldások közül, ezért szinte már csak ezt használjuk. Az AdWords hirdetésekre költött pénz teszi ki marketing-költségvetésünk 90%-át. Cserébe egy olyan eszköz áll rendelkezésünkre, mellyel pontosan nyomon követhetjük minden egyes elköltött forint eredményességét és hatékonyságát.”

Mivel a Kulcs-Soft honlapján található webshopban zajlik az értékesítés, a cég számára minden látogató potenciális vásárlót jelent. 2009 első félévében az AdWords hirdetések 300 000 látogatót tereltek az oldalra. Ezeknek a látogatóknak mintegy 10%-a vásárolt vagy letöltötte valamelyik termék kipróbálásra szánt változatát.

„Számunkra az utóbbi kategóriába eső látogatók is rendkívül értékesek, hiszen a demoletöltők 15-20%-a később vásárlóvá válik. Átlagosan egy „konverzió” (demo letöltés vagy vásárlás) 340 forintunkba kerül, az értékesített programok ára pedig 10 000 és 100 000 Ft között mozog, így a megtérülési mutatóink igen jól alakulnak.” – avat be a megtérülésszámítás mögötti számtanba Kovács Krisztina, aki a Kulcs-Soft „házon belül” AdWords szakértője.

A vállalat tehát maga kezeli a kampányait. Krisztina egy héten hozzávetőlegesen öt munkaórát tölt az AdWords-kampányok menedzselésével. Mivel termékenként követik nyomon a különböző kampányokat, Krisztinán kívül a termékmenedzserek is foglalkoznak az AdWords-kampányokkal és azok optimalizálásával.

„Kezdetben csak a keresőhirdetéseket használtuk, azonban az egyre fokozódó verseny miatt a kattintások ára megnövekedett. Ezért elkezdtünk a tartalmi hálózaton is hirdetni, ahol jóval olcsóbbak a kattintások.”

Ma már az AdWordsból érkező látogatók fele keresőhirdetésekről, a másik fele pedig a tartalmi hálózatról érkezik. Egyelőre csak a szöveges hirdetéseket használják, mert azokkal viszonylag kevés energiával is hasznos látogatókat szerezhetnek oldalukra, de a cég gondolkodik egyéb hirdetésformák elindításán 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 kattintás-sokért fizetnek. A kereső-hirdetésekkal 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

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 hirdetésekén túl többféle egyéb formátumban futtathatók kreatívok – kattintás és megjelenés alapú árazással egyaránt.

„Az AdWords legnagyobb előnyei: minden pontosan célozható és mérhető. A hirdetésünk egy befogadó pillanatban találja meg a potenciális ügyfeleket, a kattintásonkénti fizetés miatt pedig csak a látogatókért fizetünk. Cégünkönél egyértelműen a Google AdWords a legfontosabb marketingeszköz.” – foglalja össze Kovács Krisztina.

„Ha felajánlanának nekem egy aranybányát és a Google AdWords tudásomat, én a Google AdWords tudást választanám.”

Kulcsár Tibor, elnök-vezérigazgató

