

Case study

SEM (search engine marketing)

Sytuacja wyjściowa

W okresie koniec listopada 2006 - początek stycznia 2007 prowadziliśmy działania promocyjne serwisu www.winiary.pl w wyszukiwarkach Google, Onet.pl i Wp.pl. Przygotowaniem, optymalizacją i obsługą całej kampanii reklamowej z wykorzystaniem płatnych linków zajął się WEBLOCUS dział agencji interaktywnej Adv.pl specjalizujący się w reklamie w wyszukiwarkach internetowych. Do promocji w Google wykorzystane zostały boksy reklamowe, w Onet.pl i Wp.pl pojawiły się natomiast linki sponsorowane.

Zadanie dla WEBLOCUS



Celem kampanii było dotarcie do osób poszukujących przepisów kulinarnych związanych ze zbliżającymi się Świętami, a także popularnymi potrawami. Internauci tacy kierowani byli bezpośrednio na serwis WINIARY.PL, na którym znajdowały się treści adekwatne do ich poszukiwań.

Dobór narzędzi i realizacja kampanii

W wyszukiwarce Google boksy reklamowe pojawiły się pod kilkuset słowami kluczowymi, które powiązane były z menu wigilijnym oraz przepisami prezentowanymi na serwisie WINIARY.PL. Dobraliśmy zarówno ogólne słowa kluczowe (np. „przepisy kulinarne”, „potrawy wigilijne”), jak i słowa szczegółowo określające nazwy potraw. Tekst reklamy w Google był prosty, czytelny i bardzo adekwatny do słowa kluczowego wpisanego w danym momencie przez internautę. W okresie 5 tygodni kampanii zliczonych zostało ponad 83 000 przejść z reklam Google na serwis www.winiary.pl. Wysoka skuteczność kampanii przełożyła się na niski koszt pozyskania wejścia na serwis, który nie przekroczył 20 groszy.

Linki sponsorowane w Onet.pl i Wp.pl wyświetlane były dla kilkudziesięciu słów kluczowych, analogicznych, jak w przypadku reklam w Google. Dłuższe niż w Google teksty reklam powiązane zostały bardzo ściśle ze słowami kluczowymi oraz treściami prezentowanymi na serwisie WINIARY.PL. Dobór optymalnych słów kluczowych i tekstów reklam przełożył się na pozyskanie odpowiednio ponad 16 000 przejść z linków sponsorowanych Onet.pl i ponad 23 000 przejść z linków sponsorowanych Wp.pl na serwis www.winiary.pl. Obie kampanie charakteryzowały się współczynnikiem CTR kilkukrotnie wyższym od średniego CTR osiąganego w tego typu reklamach. Następnym wynikiem wysokiej skuteczności kampanii okazał się niski koszt pozyskania wejścia na serwis WINIARY.PL, który w obu wyszukiwarkach nie przekroczył kilkudziesięciu groszy.

Rezultaty kampanii

W omawianych wyszukiwarkach najwięcej wejść na serwis WINIARY.PL nastąpiło po takich słowach kluczowych, jak: „potrawy wigilijne”, „przepisy wigilijne”, „przepisy kulinarne”, „kulinaria”, „gotowanie”, „dania wigilijne” i „kuchnia polska”. Łącznie odnotowano ponad 120 000 wejść na serwis WINIARY.PL z płatnych reklam w Google, Onet.pl i Wp.pl. Istotny jest fakt, że wejścia dokonywane były przez osoby poszukujące informacji na temat potraw wigilijnych i przepisów kulinarnych, a wchodząc na serwis www.winiary.pl znajdowały dokładnie to, czego szukały.