

Sieć reklamowa Google – czy się opłaca?

Napisz na biuro@eactive.pl
www.linkisponsorowane.net

Korzyści



Możliwość wyboru sposobu płatności

Najczęściej stosowany jest CPC – płacisz za kliknięcie i możesz obliczyć opłacalność kampanii



Geotargetowanie i możliwość ustawienia czasu reklamy

Możliwość reklamowania się lokalnie



Bardzo duża różnorodność reklam w formie wideo, grafiki lub tekstu



Możliwość retargetingu - lepsze dopasowanie reklam do zachowania klienta



Konieczność śledzenia źródeł – stron, z których pojawiają się klienci na naszej stronie

Przy dużej ilości fraz mogą pojawić się wejścia ze stron, które nie dają konwersji (czyli dokonania przez klienta zakupu lub innej akcji)



Niewielkie ryzyko fałszywych kliknięć

Google radzi sobie z tym problemem coraz lepiej i reaguje blokowaniem kont osób, które oszukują w programie.



Kliknięcia niegenerujące bezpośredniego przełożenia na zysk

Internauta może kliknąć po to, by zapisać się na newsletter, co przyniesie korzyści dopiero po jakimś czasie



Na opłacalność ma wpływ średnie CPC i współczynnik konwersji i transakcji

Masz pełną kontrolę nad wydatkami i opłacalnością



Możliwość zwiększenia opłacalności dzięki lepszemu współczynnikowi jakości



Można zastosować kampanię dwupoziomą

Większa skuteczność w przypadku kampanii dóbr luksusowych, wyższy koszt pozyskania klienta, ale także możliwość sprzedaży droższego produktu.

Minusy

Jak ocenić opłacalność?