



Итак, сайт создан, оптимизирован, добавлен на индексацию в поисковые системы и разослан в каталоги. Но даже самый идеальный сайт не попадет в ТОП (первые позиции в поисковых системах) сразу. Поисковые системы предпочитают более старые и проверенные ресурсы, ресурсы которым они уже "доверяют". Все поисковики новый сайт сначала проверяют. Они по очереди индексируют все его страницы, следят за тем, как он обновляется, как развивается, какие внешние ссылки на него появляются - и как следствие все больше и больше "доверяют" вашему сайту, следовательно все выше и выше поднимая его в поисковой выдаче.

На этом, начальном этапе, привлечь целевую аудиторию и клиентов - поможет контекстная реклама.

С другой стороны,

если Вы выводите на рынок новый товар / бренд / услугу – Вам необходимо найти новую аудиторию клиентов.

Именно для того, чтобы стать ближе к клиентам и как можно чаще попадать им на глаза, стоит воспользоваться (разместить) контекстную рекламу.

Что такое контекстная реклама?



При использовании поисковой системы Вы наверняка замечали рекламные блоки которые, как правило, находятся сверху и справа от основной поисковой выдачи. Это и есть блоки контекстной рекламы.

Кроме того, существует так называемая Медийная сеть поисковой системы, - это сеть

сайтов-партнеров, которые на своих страницах размещают ту же контекстную рекламу.

Рекламные блоки контекстной рекламы могут быть текстовыми (несколько строк краткой информации и ссылка) и графическими (в виде баннеров). Графический формат объявлений отображается только в медийной сети.

Чем хороша контекстная реклама?

Контекстная реклама работает и отображает объявления на основе ключевых запросов. Иными словами, рекламодатель указывает именно те ключевые запросы, которые характеризуют именно его товар / вид деятельности и следовательно получает посетителей, которых интересует именно ваша продукция / товар / услуга.

Кроме того, в одной рекламной компании можно составить большое количество объявлений (скажем под каждый товар / группу товаров) и соответственно настроить каждому объявлению свою группу ключевых запросов.

Еще одна из возможностей – таргетинг. Это настройка компании под определенную аудиторию (скажем, зачем Вам клики из-за рубежа, если вы работаете только по территории Украины).

Также существует возможность указывать для перехода по клику не только адрес сайта, а и адрес целевой страницы (конкретной страницы с информацией о товаре / услуге Вашего сайта).

Все вышеперечисленные возможности позволяют достаточно гибко и точно настроить Вашу рекламную компанию, для получения аудитории клиентов, которые ищут именно Ваше предложение.

Кроме того, есть возможность оперативно изменять рекламный бюджет и не тратить лишних денег.

Сколько стоит контекстная реклама?

На цену перехода с Вашего объявления на Ваш сайт влияют несколько факторов:

- Конкуренция по ключевым запросам
- Ставка за 1 переход (Сколько Вы готовы платить за каждый клик по объявлению)
- Качество объявления

По опыту хочется отметить, что каждую рекламную кампанию можно и нужно оптимизировать используя все возможности настройки и размещения контекстной рекламы для достижения максимально удовлетворительного соотношения Цена/переход и эффективного переход/заказ(покупка). **О чем стоит подумать перед тем,**

как заказывать контекстную рекламу?

- Ключевые запросы (или указать направление – для подбора списка запросов)
- Ежедневный бюджет
- Ставка за 1 переход
- Количество рекламных объявлений
- Целевые ссылки (если требуется)