

# ETARGET VODIČ: 7 PRAKTIČNIH SAVETA ZA INTERNET OGLAŠAVANJE

## Kako da firmu učinite vidljivijom u vreme prolećne kupovine

*Šta je najvažnije u internet ekonomiji? Odgovor je: pažnja. U poplavi informacija najveći izazov je zadobiti pažnju u pravom trenutku. (McKinsey)*

Bez obzira da li ste podlegli trendu nešto novijeg datuma i obeležavate Valentinovo sa svojim partnerom ili pak čekate 8. mart za kupovinu poklona, skori dolazak proleća obećava i nove kupovine. Nove modne kolekcije, kuće i stanovi spremni za krećenje sa prvim toplijim danima, tradicionalna velika spremanja kada se dosta toga izbaci i ponešto novo kupi - sve su to dobri razlozi da se na vreme pripreme i kupci i prodavci.

U razdoblju shoppinga raste potrošačka aktivnost za kupovinom i po nekoliko desetina procenata. Na primer, merenja reklamne mreže Etarget za period od 5 nedelja pre Božića pokazala su da se interes potrošača za informacijama na stranicama firmi koje oglašavaju preko Etargeta, **povećao za 30%**.

Od proleća pa nadalje, kako predviđaju istraživanja vodećih svetskih agencija, još više će se surfovati u potrazi za idealnim odnosom cene i proizvoda, više će se koristiti internet da se cene uporede pre kupovine, a finansijska kriza na poneke će uticati i tako što će hteti da uštede na vremenu i novcu koji odvajaju za gorivo tako što će kupovati preko interneta.

**Etarget** je oglasna mreža koja na internetu traži potencijalne klijente i dovodi ih na vašu stranicu





## Kako funkcioniše Etarget >>

Ove sezone kupovina sa razumom biće sve važnija i sve zastupljenija, ne samo zbog finansijske krize. Informacije pre kupovine već sada su navika mnogih ljudi, a kada dođe trenutak odluke čak i oni koji inače ne provode vreme na internetu odlučuju se da prosurfaju i uporede cene u potrazi za najboljom kupovinom.

## Odluka o kupovini se donosi uz internet

Merenja od strane Etargeta pokazala su da dominiraju dva trenda:

- stranice firmi su sve posećenije od strane onlajn populacije
- kada treba da se donese odluka o kupovini robe koja ne spada u široku potrošnju, pretraga oglasa u potrazi za optimalnim odnosom cene i kvaliteta raste i kod onih koji nisu često na internetu

Potrošačke ključne reči su važne za pridobijanje pažnje kupaca i povećanje broja posetilaca na sajtu vaše firme.

U godini finansijske krize kupci će se radije opredeljavati za proizvode koji su praktični, a manje za luksuzne.

Etarget reklama je već dugo omiljena alatka za pridobijanje pažnje kupaca i klijenata, naročito kada postoje sezonske kupovne aktivnosti.

Kako učiniti Vašu firmu vidljivom?

### 1. Povećajte broj oglasa

Iskustva iz prethodnog perioda govore da povećanje aktivnosti na internetu preduzeća najviše osećaju onda kada dođe sezona za kupovinu.

Kod kontekstualne reklame je uvek dobro imati **više oglasa**, ali kada očekujete povoljan period ili sezonu za kupovinu, imajte na umu da ih tada treba imati još više.

Povećanjem broja reklamnih oglasa postići ćete veću prodornost Vaše reklame.



Kod **83%** kupaca glavni razlog da se opredele za kupovinu je pristupačna cena robe (istraživanje e-tailing Group)

Prema istraživanju Delloite, za odluku o online kupovini najveći izazov predstavlja brzina i isporuka robe. **Razmislite da ponudite besplatnu dostavu!**

**66%** ljudi surfuje internetom u potrazi za nižom cenom. Kada procenite da za vas dolazi povoljan period, ponudite popust i stavite to u oglas. **Razmislite da plasirate kupone sa popustom i van sezone.**

## 2. Naciljajte svog potrošača

Svoje usluge možete uz pomoć Etargeta oglasiti tačno onome koga ste vi odabrali. Zainteresujte svoje kupce tako što ćete precizno odrediti osnovne mete:

### Proizvod

Ciljana reklama znači da sužavate krug na one koje interesuje upravo Vaš proizvod i tako štedite novac. Što konkretnije opišete proizvod raste verovatnoća da će se Vaš oglas pojaviti pored tematski srodnih članaka.

### Potrošač

Ključne reči koje odaberete da pridobijete pažnju šire interesne grupe služe za povećanje broja posetilaca vašoj stranici.

**Ključne reči treba da govore o potrebama i željama potrošača, o onim stvarima koje zanimaju Vašeg potrošača.**

Zato je veoma važno da razmislite šta je to što će Vaš oglas vezati za interes korisnika, i za druge sklonosti koje on ili ona gaje. Tako se vaš oglas može naći na:

- Portalima sa domaćim vestima
- Ženskim stranicama
- Sportskim izveštajima i prognozama
- PC alatima

U svakom trenutku od ponedeljka do petka od 9 do 17h, naši account manageri koji se bave radom sa klijentima će Vam rado pomoći sa potrošačkim rečima. Kontaktirajte nas telefonom 011 32 88 952 i email-om [prodaja@etarget.rs](mailto:prodaja@etarget.rs)



## Kako da Vaš oglas bude relevantan?

Pored broja posetilaca, obratite pažnju i na off-site efekte prodaje.

Mnogi potrošači,

**92%** po istraživanju SEMPO, kupuju robu koju su videli na internetu u prodavnici koja im je najbliža.

Internet je veoma moćna alatka za pridobijanje pažnje za Vašu reklamu. U proseku građanin Srbije provede 6 sati ispred televizora, a oko 4 sata na internetu.

Polovina MSP investira **10%** budžeta u internet oglašavanje.

**Zašto Etarget ne bi postao deo Vašeg marketing plana?**

Na vašim stranicama i direktno u oglasu probajte da navedete u čemu se sastoji vrednost za kupca.

- Za koju želju ili potrebu potrošača nudite rešenje
- Po čemu je proizvod drugačiji od drugih, zašto ste jedinstveni
- Navedite u oglasu cenu, ako je privlačna, i popust ako ga nudite
- Ukoliko postoji garancija povratka novca, navedite to u oglasu
- Važno: probajte da postavite oglas u formi pitanja obraćajući se direktno tamo gde Vašeg kupca svrbi npr. *Dosta vam je bola u leđima? Imamo rešenje.*

### O Etargetu

Šta će vam sajt ako za njega niko ne zna? Etarget dovodi posetioce na Vaš sajt tako što omogućava da se Vaš oglas prikazuje kroz mrežu partnerskih portala. Ova mreža stalno raste i broj klikova se povećava iz sezone u sezonu. Naši korisnici određuju ključne reči pomoću kojih se oglasi vezuju za sadržaje na internetu i prikazuju pored tematski srodnih članaka. Na ovaj način obezbeđujemo da oglas bude usmeren prema onoj grupi korisnika koja je stvarno zainteresovana za to područje.

Etarget posluje u 8 zemalja centralne i jugoistočne Evrope: u Srbiji, Slovačkoj, Češkoj, Mađarskoj, Rumuniji, Hrvatskoj, Bugarskoj i Poljskoj. U Srbiji smo pristupili od kraja 2007. godine, a sedište se nalazi u Bratislavi.

#### Kontaktirajte nas

Pružićemo Vam savet kako da poboljšate uspeh svoje reklame

telefonom: 011 32 88 952 ili email-om

[prodaja@etarget.rs](mailto:prodaja@etarget.rs)

[www.etarget.rs](http://www.etarget.rs)

**\*O savetima u ovom dokumentu.**

Savete je pripremila kompanija Etarget na osnovu 4 istraživanja firmi Nielsen, SEMPO, Deloitte i McKinsey.