

Помощ и често задавани въпроси

1 Как се изобразяват рекламните линкове на Facebook.com?

ETARGET представи нов маркетингов инструмент в рамките на Facebook Ads API, който позволява реклами създадени в системата на ETARGET да се изобразяват и на сайта Facebook.com.

Благодарения на това предложение Ви предоставяме една уникална възможност - поддържане на рекламната кампания чрез един профил, от който ще може удобно да ръководитерекламата си за сайтове като

Facebook.com, News.bg, Blitz.bg, Lex.bg и други сайтове в България.

За да рекламират и в Facebook.com,на българските рекламодатели сме предоставили нови възможности за таргетиране, а именно:

- таргетиране според пола- мъж или жена;
- таргетиране според възрастта;
- таргетиране според семейното положение;
- таргетиране според завършеното образование;
- таргетиране според интересите въз основа на ключовите думи.

Вашата реклама може да се изобразява там където са вашите клиенти, затова се възползвайте от уникалната комбинация от контекстна реклама и ползите от социалния маркетинг, обединени в един инструмент, който е именно Етаргет.

Основни предимства:

- огромен обхват на потребителите в българското интернет пространство от едно единствено място;
- плащате само за клик;
- възможност за таргетиране, което увеличава възвращаемостта на вашите инвестиции.

Какво би трябвало да знаете за контекстната реклама и за социалния маркетинг.

- Големият обхват Ви дава възможност да се обърнете към всички потенциални клиенти, а не само към тези, които са решили активно да търсят в интернет по-евтини покупки.
- Може да се обърнете към клиента още преди да започне да избира между фирмите. Това е

голямо предимство пред конкуренцията.

- Този вид реклама е евтина. Сравнете цената за клик с останалите възможности за реклама.
- Ретаргетинга ще повиши още повече ефективността на вложените рекламни средства. (повече на <http://www.etablet.bg/retargeting/>)

Следете конверсиите направо в профила си в Етаргет и така ще може да направите оценка и съответно да подобрите рекламната кампания.

2 Средната цена на клик

Средната цена на клик е индивидуална, според продукта и качеството на уеб- страницата.

Цените на клик се определят според принципа на наддаване, не задавате цената конкретно, а само определяте максималната цена, която бихте платили за клик. Системата автоматично оправя цените на вашите думи така, че да не надхвърлите този лимит и да плащате оптимална цена за всеки клик.

Максималната цена е горната граница на цената, която бихте платили за посетител на дадена ключова дума на рекламния линк. Плащате само за посетителите на Вашата страница, изобразяването на рекламата е безплатно.

2.1 Как да се създаде атрактивна реклама - retarget

Идеалната реклама трябва да бъде преди всичко привлекателна и атрактивна за клиента. Ето защо, в съдържанието ѝ трябва да има точна информация относно продуктите или услугите, които клиентите ще намерят на уебсайта ви.

Благодарение на Ретаргетинга ще се насочите към хората, които вече са посетили вашия уебсайт. Затова напишете рекламата, така че да припомни на клиента за вашите продукти или услуги. Ако например имате оферта на конкретен продукт, то и ретаргетинг рекламата е добре да пренасочва към същия продукт.

Ако искате повече информация относно настройките *изтеглете Ретаргет наръчника*.

4

4.1 Каква е разликата между рекламата в търсачките и контекстната реклама?

Въпреки, че контекстната реклама и рекламата в търсачките имат много общи черти се различават както в разположението така и в маркетинговите механизми, които използват.

Общи черти:

- 1. Плащане за клик (pay-per-click, PPC).** Рекламодателят не плаща за изобразяването на рекламните, а плаща чак когато потенциалния клиента кликне на рекламата и се отвори сайта му.
- 2. Насоченост.** Както рекламата в търсачките така и контекстната реклама са целеви, т.е. търсят в интернет потенциалните клиенти на фирмата и ги довеждат до сайта им.
- 3. Текстова форма.** И двата типа реклами са под формата на кратък текст, понякога придружен и със снимка.

Специфичност на рекламата в търсачките

- 1. Активно търсене на продукти.** Ако сърфиращите клиенти активно търсят думи свързани с вашата фирма в търсачките, този тип реклама ще ви осигури клиента да попадне точно на вашата фирма по време на събиране на информация за съответния продукт.
- 2. Не е подходяща за повишаване на информираността относно марката.** Ако клиентите не търсят активно вашия продукт в търсачките, то рекламата в търсачките би трябвало да е само като допълнение към маркетинга ви.
- 3. Изобразяване в търсачките.**

Пример:

Ако клиентите търсят DVD на Celine Dion и вашият on-line магазин продава такова DVD, трябва да рекламирате в търсачките и така да доведете купувачите на вашия сайт.

Специфичност на контекстната реклама

- 1. Осигуряване на продажби и информация относно фирмата.** Контекстната реклама освен, че ще ви осигури нови активни клиенти служи и за адресиране към тези, които не търсят вашите продукти.
- 2. Клиентите ви са при конкуренцията?** Ако се опитвате да спечелите клиентите на конкуренцията, трябва активно да им напомнята за вашите оферти - това е целта на контекстната реклама на сайтовете, които посещават вашите потенциални клиенти.
- 3. Изобразява се предимно под статиите на медиите в интернет.** Контекстната реклама се изобразява целево в зависимост от съдържанието на статиите на медиите в интернет или според интересите на читателите на сайта.

Пример 1

Банка въвежда нова платежна карта. Този тип продукти не е често търсен в интернет и затова банката ще използва контекстната реклама при статиите, които четете целевата група на

банката.

Пример 2

Козметична фирма всеки месец въвежда нов продукт и иска да засили продажбите. Чрез контекстната реклама дългосрочно насочва посетителите на женските сайтове към своите сайтове.

Пример 3

Куриерска фирма е на пазар с висока конкуренция и за да се развие иска да привлече клиентите на конкуренцията. Рекламира чрез контекстна реклама до статиите, които четете целевата ѝ група клиенти.

5.2 Какво означава PPC?

PPC или плащане за клик е форма за плащане на контекстната реклама и на рекламата в търсачките.

Не се плаща за изобразяването на рекламата а плаща се чак когато потенциалния клиент кликне върху рекламата и се пренасочи към фирмения сайт.

Друго наименование: pay-per-click, CPC, cost-per-click

6.3 Понятието целева реклама

Понятието целева реклама най-често се използва за два подобни вида реклама - реклама в търсачките и контекстна реклама. И двете форми

са средство за набиране на целеви посетители, затова се използва изразът целева реклама.

Каква е разликата между рекламата в търсачките и контекстната реклама?

7.4 Защо да привличам посетители на сайта ми?

Сайтът не е просто представяне в Интернет. Може значително да допринесе за привличане на нови клиенти.

Много хора преди да купят даден продукт търсят информация само в интернет. Относно покупката често е решаващо дали ще намерят първо вашия сайт или сайта на конкуренцията. Информацията, която сте предоставили на уебсайта ви информира клиентите, повишава лоялността му към компанията ви, както и нейните продукти или услуги.

8.5 Какво са ключови думи?

Ключовите думи са думи или изрази, които служат за целево насочване на контекстната реклама и на рекламата в търсачките. Ключовите думи посочват къде да се изобрази вашата реклама.

9.6 Какво е CTR? CTR (от англ. Click Through Rate, измерване на кликаемостта) е международно понятие, което показва стандартно измерване на контекстната реклама. Обикновено се посочва в проценти и дава отговор на въпроса: "Какъв е процента на хората, които са видяли моята реклама и са кликнали?"

Пример:

CTR 0,3 означава, че от хиляда изобразявания на рекламата са кликнали трима клиента.

Както при рекламата в търсачките така и при контекстната реклама рекламодателя не плаща за изобразяването на рекламата. Плаща чак когато на рекламата му кликне онлайн потребител.

10.7 Как да започнете да рекламирате с Етаргет?

Достатъчно е да се регистрирате на www.etarget.bg.

Рекламата на Етаргет се изобразява под формата на кратък текстови линк с информация за продуктите или услугите ви. Целта ѝ е да доведе до уеб сайта на рекламодателя избрана група потенциални клиенти.

1. Какво искате да кажете?
2. На кого искате да го кажете?
3. Колко искате да инвестирате?
4. И на края - може ли да се каже още по-добре?

11.8 Мога ли да рекламирам ако нямам www страница?

За съжаление, услугите на Етаргет може да използвате само ако имате уеб сайт. Ако искате да създадете уеб сайт, изберете измежду нашите клиенти.

12.9 Нямам фирма, мога ли да се регистрирам?

Разбира се, тази служба е и за физически лица. В полето "име на фирмата" напишете просто Вашето име и фамилия.

13.10 Къде ще се изобрази рекламата на Етаргет?

Рекламата на Етаргет се изобразява на повече от 700 сайта в българското интернет пространство.

Списък на порталите на Етаргет

14.11 В кои държави може да рекламирате с Етаргет?

Благодарение на Етаргет може да рекламирате в девет европейски държави.

Списък на държавите: (кликнете върху името на държавата и ще ви се отвори сайта на Етаргет в съответната страна)

1. *Полша*
2. *Словакия*
3. *Чехия*
4. *Унгария*
5. *Хърватия*
6. *Сърбия*
7. *Румъния*
8. *България*
9. *Австрия*

15.12 Какви видове таргетиране предлага Етаргет?

За да постигнете добро насочване на рекламата си е необходимо да познавате всички начини, с които Етаргет таргетира.

1. **Широко таргетиране.** Таргетиране, което осигорява максимален обхват на вашата рекалма.
2. **Таргетиране според ключови думи.** Насочване на рекламата към релевантно съдържание на дадени уеб сайтове според избраните ключови думи.
3. **Таргетиране според категориите.** Насочване на рекламата според типа уеб сайтове.
3. **Ретаргетинг** Таргетиране на потребителите, които веднъж вече са посетили вашия сайт.

16.13 Как Етаргет избира да покаже рекламните линкове към статиите? Системата Етаргет автоматично анализира статиите и съдържанието, при които се намират рекламните ни полета. Етаргет сравнява статиите с рекламните линкове на рекламодателите и избира най-подходящите реклами. Целият този процес се извършва за няколко милисекунди.

Етаргет избира рекламния линк към съответната статия измежду няколко десетки реклами на принципа на търг. При изборът системата Етаргет се ръководи основно от три фактура:

- релевантност на ключовите думи;
- CTR (измерване на кликаемостта);
- цена на клик.

17.14 Според какви критерии Етаргет ще изобрази като първа реклама ми?

1. Релеванция

Най-важният фактор, който определя на коя позиция ще се изобрази вашия рекламен линк е именно релеванцията на всички ключови думи. Това означава, че ако клиента търси "застраховка живот" ще се изобразят първо клиенти, които рекламират "застраховка живот" и чак после ще се изобразят клиенти които рекламират на думата "застаховка".

2. Цена и CTR

Колкото по-качествен е вашият линк (по-високо CTR) и сте задали по-висока цена за клик, толкова по-високо (в търсачките) и толкова по-често (контекст) рекламните линкове ще се изобразяват.

В случай, че на една и съща ключова дума рекламират повече клиенти, линковете се избират според цената за клик, която са задали в системата умножена с нормалното CTR за съответния линк и дума.

При линковете под статиите вместо нормалното CTR за определяне релеванцията на линковете и думите към съответната статия.

3. Час

В случай, че горе посочените фактори са идентични се взема в предвид от кога е активиран рекламния линк. Линк се активира от момента когато кредита ви е зареден. По-скоро активираният се изобразява по-високо.

18.15 Важна е релеванцията на рекламния линк или цената?

Целта на Етаргет е да изобрази на интернет потребителите съдържанието, което ги интересува. Затова при изобразяването на линковете е от голямо значение релеванцията на линка (ключовите думи) към статията, както и добре написаният линк, който ще впечатли потенциалните клиенти (CTR).

Качественият линк ще намали сумата, която ще изхарчите в Етаргет. Некачествения линк и неподходящите ключови думи ще увеличат разходите ви за реклама. Ако релеванцията на конкурентен линк е подобна определяща е цената.

19.16 Какво е CTR (click-through-rate, измерване на преклика)?

CTR (от англ. Click Through Rate, измерване на прекликанията) е международно понятие, което показва стандартно измерване на контекстната реклама. Обикновено се посочва в проценти и дава отговор на въпроса: "Какъв е процента на хората, които са видяли моята реклама и са кликнали?"

Пример:

CTR 0,3 означава, че от хиляда изобразявания на рекламата са кликнали трима клиента.

Както при рекламата в търсачките така и при контекстната реклама не плаща рекламодателя за изобразяването. Плаща чак когато на неговата реклама някой кликне.

Етаргет следи са успеха на рекламните линковете под статиите. В случай, че линка има високо CTR (означава, че съответните читатели са проявили интерес) се изобразява по често.

20.17 Какви видове ключови думи използваме?

Ключови думи са изрази, които служат за целене на контекстните реклами и на рекламите в търсачките. Ключовите думи определят къде да се изобразяват вашите реклами.

Етаргет използва два вида ключови думи:

- a) думи описващи продукта или услугата на рекламодателя (продуктови думи);**
- b) думи описващи клиента (клиентски думи).**

Ключовите думи трябва да характеризират вашя продукт и интересите на клиентите ви. С въвеждането на ключовите думи ще определите къде да се изобрази рекламния линк на какви уеб сайтове в интернет.

21.18 Как се изобразяват линковете въз основа на ключовите думи?

1. Когато някой в интернет чете статия, която съдържа вашите ключови думи ще му се изобрази вашия линк.
2. Когато някой зададе до търсачката вашата ключова дума ще му се избaзи вашия линк (важи само за думите описващи вашия продукт).

22.19 Как да изберете продуктови ключови думи?

В полето "думи, които описват Вашия продукт" в профила ви в Етаргет въведете:

Думите , които описват това, което рекламирате в рекламния линк . Внимавай те, това не са думи, които описват дейността на цялата ви фирма, а само това, което искате да рекламирате в този линк .

Пример:

За рекламния линк "Обзавеждане на вашия офис" използвайте думи като: офис мебели, офис оборудване, офис техника, офис мебели, корпоративни мебели...

Продуктовите думи задайте до полето "думи, които описват Вашия продукт", в профила ви в Етаргет.

Инструмент за намиране на ключови думи

23.20 Какво е целенасоченост според интересите на клиента?

Целенасоченост според клиента е разширен начин за целенасоченост на рекламните линкове на Етаргет. Думите, които характеризират клиента са важни, за да се постигне по-широк интерес и да се увеличи броят на посетителите на сайта.

Рекламен линк таргетиран според клиентските ключови думи цели:

- свързан с интересите на клиента, който чете статията;
- **не е тематично обвързан** със съдържанието на статията.

Пример:

Въз основа на продуктовите ключови думи рекламният линк за продажба на автомобили ще се появи при статиите за автомобили.

Въз основа на клиентските ключови думи рекламният линк за продажба на автомобили ще се появи при статии, които не са свързани с автомобилизъм, но са свързани с интересите на целевата група на рекламодателя. Например относно спортен автомобил при статиите:

за спорта (мъже интересувани се от спорт); с информация от фондовите борси (икономически силна целевата група); в статии за голф (препокриваща целевата група).

24.21 Как да изберете клиентски ключови думи?

При избора на клиентските ключови думи имайте в предвид, за кого е предназначен вашия продукт и

какво интересува или какво четат потенциалните ви клиенти.

Пример:

- Ако вашите клиенти са мъже използвайте думи като "футбол", "кола" и др.
- И обратно ако са жени използвайте думи като "мода", "грим" и др.

Препоръчваме Ви да се средоточите към по-тесен кръг клиенти. Така ще спестите пари и рекламата ще е по целева.

Пример:

- Фирма продаваща луксозни коли ще използва думи характерни за икономически медии, които четат неговата целева група.
- Фирма продаваща планински колела свен продуктите думи "колело" като клиентски думи може да посочи и по-широка гама от думи от областта на индивидуалните спортни дисциплини (плуване, марафон, туристика и др.).

Въз основа на клиентските ключови думи рекламните линкове ще се изобразят предимно при статиите. Няма да се изобразят в търсачките или в каталозите.

25.22 Каква е разликата между продуктите и клиентските ключови думи?

Въз основа продуктите думи рекламните линкове се изобразяват при статиите, които са тематично най-близки с рекламния линк. И продуктите думи трябва тематично да се свързват с рекламния линк.

Клиентските ключови думи служат за по-широк обхват на рекламата. Рекламните линкове не е необходимо да се изобразяват тематично свързани със съдържанието на статията, изобразяват се навсякъде където се намира целевата група на рекламодателя.

Пример:

Рекламата на фирма, която продава колела въз основа на продуктите ключови думи "колело", "теренно колело", "цикlistика" ще се изобразява тематично при статиите посветени на цикlistиката.

В интернет обаче са малко статиите свързани с цикlistиката, а за теренни колела има много по-широк кръг от потребители.

Клиентските думи дават възможност на рекламодателите, които продават колела да рекламират при статиите, които четат неговата целева група без значение от това, че статията не е свързана с цикlistиката. Използвайте думи като "марафон, плуване, волейбол" почитатели на спорта или думи като „IT, notebook, mobil“ почитатели на новите технологии, които също могат да бъдат клиенти на тази фирма.

26.23 Какво означава, че рекламите ми ще се изобразят на общ принцип?

Изобразяване на общ принцип ще Ви осигури повече изобразявания и повече посетители, но без възможност да се изберете на кои сайтове ще се изобрази рекламия линк.

Пример:

Изобразяване на общ принцип е подходящо за клиенти с широк обхват и различни клиенти (например ски почивки, летни почивки и др.)

27.24 Колко струва Етаргет?

За услугата плащате в зависимост от броя кликванията върху вашата реклама (Етаргет рекламен линк). Това означава, че за изобразяването на вашият линк не плащате. Минималната цена за клик е 0,05 лева. Повече информация относно цените и определянето и ще намерите в ценоразписа.

28.25 Какъв месечен бюджет да посоча?

Вижте финансовите препоръки за препоръчителният месечен бюджет за вашата фирма.

Вие определяте максималният размер. Цената на услугата няма да прехвърли вноската, която сте направили или сумата която сте задали като месечен лимит.

Максималния размер на лимита показва реалният интерес на интернет потребителите към предлаганият от вас продукт, т.е. ако интернет потребителите “не изкликат” посочената от вас сума, оставащия кредит ще бъде прехвърлен към следващия период.

29.26 Има ли някакъв минимален размер, който трябва да изхарча за определен период в Етаргет?

В Етаргет не сте обвързани за период, нито пък за изразходването на някаква сума. Единственото ограничение е в размера на първото минимално плащане (зареждане на кредита), то е 100 лева без ДДС. Минималното плащане за всяко следващо зареждане е 50 лева без ДДС.

30.27 Какво е максимална цена?

Максимална цена е горната граница на цената, която се склонен да платите на клика за дадена

ключова дума на рекламния линк. Плащате само за посетителите на вашия сайт, за изобразяването на рекламата не плащате.

Максимална цена за посетител, както и цялата сума изхарчена в Етаргет ще са компенсирани с по-висока печалба. Като резултат може да са пряки поръчки на сайта или осведомяване относно дейността и продуктите на вашата фирма. Средната цена за клик е индивидуална в зависимост от продуктите и качеството на сайта ви.

31.28 Как да определя максималната цена?

Максималната цена може да определите дясната колона в профила ви.

След което в таблицата ще видите на кое поредно място вашите рекламни линкове ще се изобразят. Редът се определя в зависимост от цената, която предлага и от качеството на рекламния линк на вашата конкуренция.

33 Как да определя цената за клик?

Може да определите цената на всяка ключова дума по отделно като кликнете върху линка "Ключови думи", който се намира под всеки рекламен линк.

Цената на думите се определя на принципа на наддаване, цената не я определяме пряко, а със задаване на максималната цена, която сме склонни да платим за клик. След което системата автоматично коригира цената на вашите думи, така че посоченият лимит да не бъде прехвърлен и да платите за всяка дума минимум.

Цените на отделните думи може да намерите тук след като влезете в профила си тук или направете си безплатна регистрация в Етаргет.

33.1 Какво е минималната цена за клик?

Минималната цена за клик за всяка дума е индивидуална. Точната цена за клик ще намерите в профила, ако нямате безплатно може да се регистрирате тук. Новите думи, които нямат история на кликанията, минималната им цена за клик е 0,05 лева.

В случай, че максималната цена за клик е по-ниска от минималната цена за клик, то рекламният линк ще спре да се изобразява.

34.2 Какво е CTR и какво е нормално CTR?

CTR (Click Through Rate – измерване на кликванията) е отношение между кликванията и изображенията. Това означава, че ако вашият линк се е изобразил 100 пъти и има 3 кликвания то CTR е 3 %.

Имайки в предвид, че рекламни линкове на Етаргет се изобразяват на различни позиции (1 до 5) и по-високите позиции имат по-високо CTR трябва да се има в предвид при определянето на качеството на рекламния линк и позицията на която се намира. Това показва нормалното CTR, което показва реалното качество на линка.

35.3 Какво е часово разпределение на изображенията?

Етаргет Ви дава възможност да направите часово разпределение на изобразяването на рекламните линкове. Часовото разпределение ви гарантира, че вашите линкове ще се изобразяват само в определеното от Вас време.

За да се изобразяват рекламните линкове в определено време е необходимо да отбележите точно часовите интервали в таблицата. В периодите, в които не искате да се изобразяват автоматично ще бъдат спрени.

Препоръчваме Ви да използвате тази възможност най-вече ако искате вашите клиенти да се свържат с вас. Излишно е да се върти реклама ако никои не е в офиса.

36.4 Как се използва инструмента за избор на ключови думи?

Инструмента за избор на ключовите думи служи за увеличаване на ефективността и ефекта на рекламата. Ще ви помогне да добавите голям брой ключови думи без значение дали са продуктови или клиентски.

Инструмента за избор на ключовите думи може да ви препоръча подобни думи, като тези които сте задали или такива които са релевантни към сайт ви, към който рекламният линк е насочен.

37.5 Как да създадете идеален линк?

Идеалният линк на първо място трябва да е атрактивен за всички потенциални клиенти. Ето защо неговото съдържание трябва да е еднакво с предлаганият продукт или услуга, която клиента ще намери на вашият сайт.

Изберете ключови думи, които са най-релевантни на предлаганият от вас продукт. Ако например предлагате хладилници като ключови думи може да изберете хладилник, хладилник с фризер, фризер, замразяване на продукти, бяла техника и др.

Като клиентски ключови думи задайте думи, които най-много характеризират клиентите от целевата ви група. Ако искате за привлечете тинейджери изберете думи от типа: mp3, mobil, дискотека, мобилни телефони и др.

Определете цената за клик според възможности си.

Незабравяйте да следите и успешността на ключови ви думи и неефективните думи изтрийте или си добавете нови ключови думи към рекламните линкове.

38.6 Мога ли да определя максимална цена на клик за всички думи?

Да, може да определите цената едновременно на всички думи като попълните полето “Максимална цена за клик на всички думи“ и после кликнете на „Запомети“.

40 Създаване на рекламен линк

41 Основна информация за Етаргет, регистрация, започнете да рекламирате

41.1 Къде да задам клиентски ключови думи?

Клиентските ключови думи задайте в полето “Думи описващи интереса на вашия клиент“ в профила ви.

42.2 Изчислете възвращаемостта на рекламата в Етаргет

Отговор ще намерите в калкулатор за изчисляване на възвращаемостта *калкулатор*.

43.3 Колко ключови думи да въведа към рекламния линк?

Препоръчваме Ви да въведете минимум 50 клиентски ключови думи като оптимално е над 100 думи към всеки линк.

44.4 Колко продуктови думи трябва да задам към всеки рекламен линк?

За да е ефективна рекламата ви е необходимо броя на продуктовите думи да е около 30, но най-добре е повече от 50 продуктови думи.

46 Увод

Имате ли нужда от помощ с рекламната система Етаргет? Търсите по-конкретна информация? Потърсете отговора на вашите въпроси в една от следващите категории.

Ако не сте намерили отговор на вашя въпрос, свържете се с нас на имейл или на телефон.

46.1 Каква реклама ви предлага Етаргет? Каква е целта на рекламата?

Етаргет ви предлага реклама на интернет. Целта на рекламата в Етаргет е да намерите вашите потенциални клиенти в сайтове като Nes.bg, Actualno.com и на над 700 сайта в българското интернет пространство и да ги доведеме на вашият фирмен сайт.

47.2 Какво е продуктова насоченост?

Продуктова насоченост е основен начин за целене на рекламните линкове с Етаргет. Въз основа на продуктовите ключови думи вашият рекламен линк ще се изобразява.

1. При статии тематично подобни на вашия продукт.
2. Ако вашият потенциален клиент зададе ключовата дума в търсачката.
3. Ако вашият потенциален клиент търси ключовата дума в каталозите.

Пример:

Рекламният линк на клиент, който продава коли ще се изобрази при статиите за коли.

48.3 Как да определя цената на ключовите думи?

Цената на ключовите думи за всяка дума поотделно ще определите в последната крачка при създаването на рекламния линк. Минималната цена на ключовата дума е 0,05 лева без ДДС.

В случай, че искате вашият рекламен линк да се изобразява за всички думи на конкретна позиция, кликнете на позицията (1 до 5) и системата автоматично ще го промени.

50 Речник за контекстната реклама

Какво трябва да знаете за контекстната реклама и Етаргет?

50.1 Как да се регистрирам?

Нов профил в системата на Етаргет може да създадете като се регистрирате на <http://www.etarget.bg/registracia-reklamodatel>.

51.2 Как се определя релеванцията в контекста?

Релеванцията се определя като се сравни съдържанието на статията и ключовите думи, които сте задали към рекламните линкове. Колкото в по-голямо съвпадението между съдържанието на статията и ключовите думи, толкова по-голям е шансът рекламната ви да се изобрази до определена статия.

52.3 Колко струва създаването на рекламните линкове в Етаргет?

Регистрацията и създаването на рекламните линкове е безплатно. За да спуснете рекламната кампания е необходимо да заредите кредита, първоначалното минимално плащане е 120 лева с ДДС.

53.4 Как системата определя цената (от максималната цена)?

Основни правила при определяне на цената:

1. реалната цена никога не надвишава определената от вас максимална цена за клик;
2. реалната цена се настройва така, че при определена ключова дума вашият линк да се

изобразява възможно най-високо;

3. реалната цена се определя, така че за определената позиция да плащате възможно най-малко;
4. ако реалната цена е по-ниска от минималната, то системата ще ви настрой минимална цена.

54.5 Какво е Етаргет?

Етаргет е рекламна мрежа, която търси в интернет вашите потенциални клиенти и ги довежда до фирмения ви уеб сайт.

Етаргет слага рекламните линкове на своите клиенти на над 700 сайта между които са сайтове като News.bg, Actualno.com i много други.

Рекламните линкове се изобразяват на посетителите на тези сайтове целево според съдържанието на сайта и интересите им.

Рекламните линковете се изобразяват безплатно, плаща се само ако клиента прояви интерес, т.е. когато кликне на рекламата.

Няколко основни черти на рекламата на Етаргет

1. Изобразяване на рекламния линк едновременно на повече портали

Достатъчно е да си създадете само един рекламен линк и да се във връзка само с една фирма, която ще ви предостави възможността да се изобразявате на над 700 сайта в българското интернет пространство.

Как да напиша линка?

2. Етаргет е целева реклама

Етаргет ще избере сайтовете, на които посещава вашите потенциални клиенти и там ще изобразява рекламните ви линкове.

Как да насоча линка?

3. Плащане за клик

Рекламните линкове се изобразяват безплатно, плаща се чак когато потенциалния клиент прояви интерес и кликне на рекламата.

Цена

4. Лесно създаване на рекламата

Можете сами да създадете цялата рекламна кампания на сайта на Етаргет. Не е необходимо да изпращате поръчки, да се обаждате или да чакате на активиране на рекламната.

5. Актуална статистика, може да следите целия ход на рекламната кампания

- Нон стоп достъп до профила
- Можете произволно да създавате и мените рекламните ликове и ключовите думи
- Достъп до генерираните статистики - точен преглед относно колко клиента са видяли рекламния линк и колко от тях са кликнали на него. Статистиката се актуализира на всеки два часа.

6. Етаргет и различните маркетингови потребности

Рекламата на Етаргет може да я използвате при различни ситуации без значение дали искате да продавате определен продукт, да увеличите брeнда на марката си или да увеличите вашата база от данни и имейли.

55.6 Какво е рекламна мрежа?

Рекламна мрежа е услуга, при която клиента създава реклама и тази реклама се изобразява на различни места в интернет. Етаргет е рекламна мрежа, която може да изобрази вашата реклама на над 700 сайта в българското интернет пространство.

Какви предимства предлага рекламната мрежа

- 1. Еднократно създаване на рекламната.** Създавате рекламната на едно място а се изобразява на изобразява на огромен брой сайтове.
- 2. Насоченост.** Рекламната мрежа избира точно определените места, които посещават вашите клиенти.
- 3. Прегледни статистики.** На едно място получавате информация за хода на вашата реклама.

56.7 Какво е контекстна реклама?

Контекстна реклама е форма на рекламната в интернет, която изобразява рекламната насочено според съдържанието на статията в съответната медия или според интереса на читателите на статията. Рекламната мрежа на Етаргет работи на принципа на контекстната реклама.

Рекламната система Етаргет сканира уеб сайта на съответния медиен партньор, определя неговото съдържание и въз основа на направения анализ изобразява рекламната, която е най-релевантна със съдържанието на отделните статии.

Пример:

Ако статията в медията е с спортна тематика, то при нея ще се изобразяват рекламни със спортни теми, продажба на билети за спортни събития или реклами на спортни продукти.

Контекстна реклама означава:

1. Широко покритие от едно място. Контекстната реклама е насочена към потенциалните клиенти на много места наведнъж, без да е необходимо да създавате реклама на всяко място поотделно.
2. Плащане за клиент. Плащане за клик. С контекстната реклама не плащате за хора, които нямат интерес от вашия продукт или услуга. Изобразяването на контекстната реклама е безплатно, плаща се само за потенциалния клиент, който е проявил интерес и е кликнул на рекламата.
3. Точност. Контекстната реклама е насочена към потребностите на клиента и се изобразява на места, на които има най-много потенциални клиенти.

57.8 Какво е реклама в търсачките?

Реклама в търсачките е текстова форма на рекламата, при която се плаща за клик (PPC - англ. Pay-per-Click, плащане за клик), която се изобразява навсякъде в търсачките. Използва се за увеличаване на посещаемостта от търсачките и целене към потенциалните клиенти, които търсачката информира относно видовете фирми, нейните услуги и продукти.

Етаргет изобразява рекламата и в локалната българска търсачка Jabse.com.

Понятие за реклама в търсачките: search engine reklama, search reklama, search engine marketing (SEM).

Пример:

Ако някой зададе в търсачката думата "спорт", освен така наречените обикновени резултати ще му се изобрази и платена реклама на спортна тематика.