

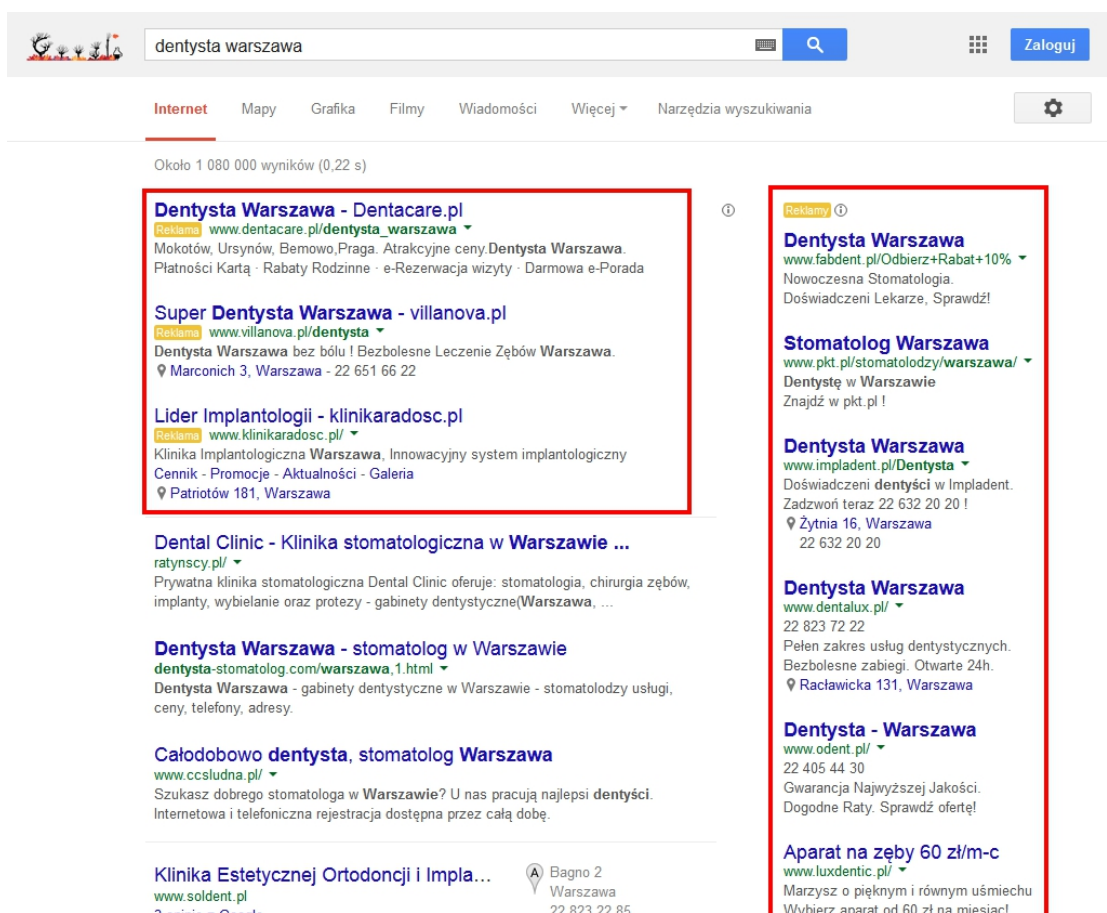


REKLAMA W GOOGLE

PPC

PPC – Pay Per Click (płatność za kliknięcie) — to model opłat za reklamę w wyszukiwarkach (Google), gdzie opłata jest naliczana dopiero, gdy klient wejdzie na stronę internetową reklamodawcy. Ponieważ model został spopularyzowany przez wyszukiwarki, przyjęło się poprzez PPC określać reklamę płatną w wyszukiwarkach, czyli tzw. wyniki płatne.

w czerwonej ramce zaznaczono płatne reklamy - **Twoja strona też tu będzie**



SEO

SEO - czyli pozycjonowanie. Do niedawna najpopularniejszy sposób wpływania na pozycję witryn w wyszukiwarce. Jednak Google ciągle zmienia mechanizmy wyszukiwania, na efekty pozycjonowania trzeba długo czekać, pozycje witryny często się wahają. Poza tym duża konkurencja doprowadziła do radykalnego zmniejszenia opłacalności tej formy reklamy... dlatego SEO odchodzi w zapomnienie... od pewnego czasu już nie zajmujemy się pozycjonowaniem stron internetowych.

PPC vs SEO

	PPC	SEO
efekty	natychmiastowe	po paru miesiącach
pozycje	stabilne	zmienne
rozliczenie	przejrzyste	skomplikowane
skuteczność	wysoka	ograniczona
koszty	umiarkowane	umiarkowane

Głównymi wadami pozycjonowania (SEO) są:

- długi okres oczekiwania na wyniki, od kilkunastu dni do nawet kilkunastu miesięcy,
- duża zmienność pozycji pozycjonowanych serwisów. Przez kilka dni serwis może być na daną frazę na pierwszej pozycji, a pewnego dnia spadnie na trzecią stronę wyników wyszukiwania.

**Dlatego płatna reklama w wyszukiwarce (PPC)
jest właśnie dla Ciebie**

PPC - co trzeba wiedzieć

Żeby dokładnie zrozumieć sposób rozliczania i sposób wyświetlania reklam, przyda się wytłumaczenie kilku podstawowych pojęć:

- **fraza (słowo kluczowe)** - to wyrażenie, które wpisuje osoba korzystająca z wyszukiwarki by znaleźć interesującą ją informację np. "dentysta Warszawa",
- **CPC** - stawka za pojedyncze kliknięcie. Jest to cena, jaką płaci się za pojedyncze kliknięcie w reklamę strony internetowej. Stawka ta jest dynamiczna, ustalają ją mechanizmy Google. Zależy głównie od konkurencyjności frazy oraz pozycji, na której będzie wyświetlana reklama. CPC może wynosić 0,54 zł za jedno kliknięcie, ale może też wynosić 8 zł za jedno kliknięcie w reklamę,
- **budżet kampanii** - jest to kwota, którą jesteśmy skłonni przeznaczyć na kampanię reklamową w wyszukiwarce Google w danej jednostce czasu. Np. budżet na kliknięcia może wynosić 300 zł miesięcznie. Jeśli np. średnia stawka CPC wynosi 1 zł za jedno kliknięcie, to budżet 300 zł miesięcznie wystarczy na 300 wejść na naszą stronę. Budżet kampanii to kwota, jaką pobiera Google.
- **link sponsorowany** - to pojedyncza reklama strony internetowej wyświetlana przy wyszukiwaniu danej frazy przez użytkownika wyszukiwarki Google. Dana kampania powinna zawierać kilka różnych reklam, tak by dopasować ją do wyszukiwanych fraz.

Reklama PPC zwana jest również linkami sponsorowanymi, kampaniami linków sponsorowanych, reklamą kontekstową, reklamą w Google AdWords... są to różne określenia tej samej formy reklamy - płatnej reklamy w wyszukiwarce Google!

**Przewagą PPC jest płatność dopiero,
gdy ktoś wejdzie na Twoją stronę internetową**

PPC - to ile to w końcu kosztuje

Wybierz jeden z poniższych pakietów, dostosowany do swoich potrzeb:

	Start	Optymalny	Premium
max ilość słów kluczowych	5	15	40
max ilość linków sponsorowanych	2	5	15
budżet na kliknięcia	250 zł	500 zł	800 zł
prorowadzenie kampanii	150 zł	200 zł	250 zł
RAZEM (netto)	400 zł	700 zł najczęściej wybierany	1050 zł

Wybierz strategię, która Ci odpowiada:

Strategia Oszczędnościowa

Pozwala na wyświetlanie reklamy najdłużej, ale niekoniecznie na najwyższych pozycjach wobec linków sponsorowanych konkurencji. Zamawiający ten rodzaj kampanii mają pewność, że koszt kliknięcia w reklamę będzie najniższy z możliwych.

Strategia Optymalna

Umożliwia linkom zajęcie wysokich pozycji przy zachowaniu optymalnych kosztów. Nasi specjaliści tak dysponują budżetem, aby pozycjonowane reklamy lokowały się na najwyższych miejscach wobec linków konkurencyjnych. Jednocześnie cena za jedno kliknięcie pozostanie optymalna.

Strategia Agresywna

Wiąże się z wyższymi kosztami za kliknięcie, ale jej celem jest zajęcie przez pozycjonowaną stronę pierwszego miejsca w kolumnie reklam. Czas, na jaki wystarczy budżet, nie będzie długi, ale za to linki będą na najwyższych pozycjach.

Jeśli masz już doświadczenie z PPC i wiesz, jak skuteczna jest to forma reklamy, określ własny budżet, a przedstawimy Ci indywidualną ofertę.

PPC - jak zacząć

WYBIERZ PAKIET I STRATEGIĘ



SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI



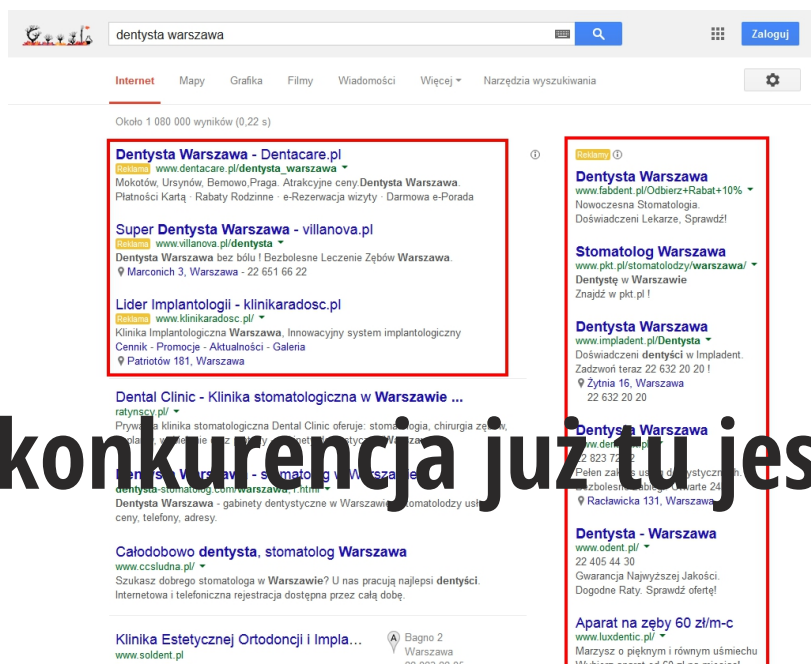
OPŁAĆ FAKTURĘ PRO-FORMĘ, KTÓRĄ DO CIEBIE PRZEŚLEMY



ZAAKCEPTUJ TREŚĆ REKLAM I FRAZY



CIESZ SIĘ Z EFEKTÓW I **PŁAĆ TYLKO ZA KLIKNIĘCIA!**



Twoja konkurencja już tu jest, a Ty?