

2.7. Optimalizálási lehetőségek

Ami az egyik nézőpontból óriási előny és lehetőség, az a másik oldalról folyamatos veszélyeket hordoz magában, és rendszeres munkát teremt a hirdetőknél: a rengeteg beállítási lehetőség és a licitálási mechanizmus következtében sokszor nagyon kis dolgokon múlik egy kampány sikeressége vagy sikertelensége.

Ebből kifolyólag egyik napról a másikra is “tönkre mehet” egy, a korábban rendkívül sikeresen működő kampány, mert folyamatosan érkeznek a rendszerbe az új hirdetők, illetve a meglévők is – akár napi szinten – állítgatják meglévő kampányaikat.

Aki kellő energiát és időt fordít a dologra, persze mindig sikeresebb lehet konkurensainál! A hirdetések optimalizálására 6 “lehetőségcsoport” áll rendelkezésre:

1. **Kulcsszavak.** A sikeres kampány egyik alappillére, hogy megfelelően válassza meg azokat a kulcsszavakat, amelyekre hirdetni fog.
2. **Hirdetések.** Megfelelő hirdetési szövegek nélkül sosem lehet egy kampányt a maximális-, vagy ahhoz közeli hatékonysággal működtetni.
3. **Licitálás.** Tudnia kell, hogy mik azok a kattintási árak, amiknél még több lesz a bevétel, mint a hirdetési költség. Rá kell jönnie, hogy melyek az optimális hirdetési pozíciók a különböző hirdetések esetén.
4. **Fogadó oldalak.** Döntő szerepe van egy kampány sikerességében annak az egyetlen oldalnak, ahová a látogatók érkezni fognak a hirdetésre való kattintás után (fogadó oldal = angolul landing page). Milyen a felépítése, mit tartalmaz, milyen cselekvést vált ki az oda érkezőkből, és egyáltalán: elég hatékony?
5. **Elhelyezés.** A hirdetések megjelenhetnek keresőprogramokban (pl. google.hu) és az ún. tartalmi hálózat különböző helyein (pl. gmail.com, expressz.hu, stb.), ráadásul az Ön által szabályozható időpontokban. A maximális hatékonyság érdekében a megjelenések helyét mindenképpen, s gyakran a megjelenések idejét is érdemes optimalizálni.
6. **Termék.** Tréfás, de igaz mondat: egy gyenge termék/szolgáltatás értékesítését elősegítő kampánynak egy eredménye lesz: mindenki tudja majd, hogy gyenge a portékája... A sikerhez persze jó “áru” is kell.