

Jak reklamować stronę?

Autor:
Andrzej Gajewski

Wrocław 2003

Spis treści

| | |
|---|---|
| Budowa strony www | 3 |
| Indeksacja czyli wpis do wyszukiwarek i katalogów | 3 |
| Pozycjonowanie | 4 |
| Reklama internetowa..... | 4 |
| Mailing | 5 |
| Działania uzupełniające | 5 |

To bardzo częste pytanie: „Jak reklamować stronę www?”. Odpowiedź niestety nie jest ani prosta ani jednoznaczna. Dlaczego? Ponieważ stron internetowych jest wiele, są kierowane do różnorodnych odbiorców a ich właścicielami są osoby lub firmy dysponujące zróżnicowanym budżetem reklamowym, najczęściej niezwykle ograniczonym. Oczywiście najprostszym rozwiązaniem było by wykupić spot reklamowy w najlepszym czasie antenowym w jednej z ogólnopolskich telewizji ale nie o takie rozwiązanie tu chodzi.

Skoro strona zagnieżdżona jest w internecie zwrócę przede wszystkim uwagę na promocję w sieci. Jako element uzupełniający natomiast potraktuję pozostałe formy promocji.

Budowa strony www

Myślenie o reklamowaniu posiadanej strony www powinniśmy rozpocząć już na etapie jej budowy. Poprawna budowa strony zwłaszcza jej część kodowa jest niezwykle ważnym czynnikiem decydującym o skuteczności późniejszych działań promocyjnych. Dlatego właśnie w trakcie budowania serwisu nie należy zapominać o tzw. znacznikach „meta name”. „Description” czyli opis, „keywords” – słowa kluczowe oraz chyba najważniejszym „title” czyli tytule strony. Umieszczenie tych znaczników w stronie www pozwoli w późniejszych działaniach na indeksację strony przez „roboty” (programy indeksujące) wyszukiwarek sieciowych.

Indeksacja czyli wpis do wyszukiwarek i katalogów

Pierwszym elementem promocji witryny internetowej jest jej indeksacja. Indeksacja jest procesem dodania adresu strony www do wyszukiwarek i katalogów najważniejszych, z punktu widzenia właściciela, serwisów. Jeśli treść witryny kierowana jest do osób zamieszkujących Polskę witrynę należy zindeksować w największych polskich serwisach z których Polacy najczęściej korzystają: Onet.pl, Wp.pl, Interia.pl, Gazeta.pl. Dla stron kierowanych do użytkowników zagranicznych będzie to np. Google lub Yahoo. Oczywiście nie ma żadnych przeciwwskazań by stronę umieścić w obu wyżej wymienionych kategoriach. Przy wyborze katalogów należy także pamiętać o katalogach tematycznych i branżowych. Są one budowane z uwzględnieniem wymagań i oczekiwań konkretnych branż, skierowane do wąskiej grupy osób poszukujących informacji bardzo specjalistycznej, a tym samym celującej

do szczególnej grupy odbiorców. Właśnie umiejscowienie linka o zbudowanej stronie w tego typu katalogach może przynieść w przyszłości największe efekty.

Pozycjonowanie

Przy okazji działań promocyjnych mających na celu zwiększenie liczby odwiedzin na stronie www warto pokusić się o jej pozycjonowanie w wyszukiwarkach. Pozycjonowanie to sztuczne wpływanie na pozycję strony w wynikach wyszukiwania. Ponieważ samo dodanie strony do wyszukiwarki i katalogu nie gwarantuje jej wysokiej pozycji na liście znalezionych stron po wpisaniu słowa kluczowym, warto pomyśleć o tej formie działań promocyjnych.

Pozycjonowaniem zajmuje się wąska grupa specjalistów od systemów wyszukiwawczych, którzy zgłębiają wiedzę na temat programów wyszukiwawczych. Dzięki tej wiedzy są w stanie za pomocą odpowiednich działań spowodować, by strona www była jeśli nie pierwsza na liście znalezionych stron w wyszukiwarce to na pewno widoczna bardzo wysoko.

Dodatkowym atutem tego typu działań jest fakt, iż w odróżnieniu do większości działań promocyjnych, ta forma opłacana jest dopiero po osiągnięciu pewnego wyniku np. zajęcia przez daną stronę pozycji nr 1 na liście wyszukanych stron.

Reklama internetowa

Do klasycznej formy promocji strony www należą niewątpliwie kampanie banerowe lub inne wykorzystujące elementy graficzne. Banery, butony, bilbordy, top layery to niektóre formy używanej dzisiaj reklamy w postaci elementów graficznych. Coraz bardziej wymyślne, często interaktywne – wymagające od internauty zaangażowania i aktywności – wykorzystujące nieskomplikowane animacje w plikach z rozszerzeniem .gif po zaawansowane historyjki wykonane w technologii flash. Takie narzędzia używa się w dzisiejszym internecie do zwabienia widza na własną stronę.

Z jednej strony kampanie darmowe, polegające na wymianie między grupą znajomych, którzy dzięki takim działaniom „wymieniają” się widownią przychodzącą na własne strony www. Z drugiej zaś strony kampanie bardzo wysokopłatne gwarantujące dotarcie do jak najszerszej liczby odbiorców, organizowane z niezwykłą starannością i szczegółowym doбором odbiorcy, gwarantującym wysoką skuteczność, a co za tym idzie przełożenie na sprzedaż.

Wybór formy reklamy zależy oczywiście od zasobności kieszeni lub liczby znajomych, którzy mogą wyświetlić na własnej stronie nasz baner.

Mailing

Do promowania serwisu internetowego można użyć także pocztę elektroniczną. Informacja przesyłana za pomocą tego narzędzia niekoniecznie musi dotyczyć strony www. Wskazano jest aby informowała raczej o zawartości strony: informacji którą na niej można znaleźć np. o ofercie firmy. Oczywiście w tego typu reklamie zamieszczamy różnego rodzaju linki do strony www, tak by osoba czytająca zawiadanie z informacji w poczcie reklamowej mogła bez problemu przejść do jej pełnej wersji umieszczonej na naszej witrynie.

O czym należy pamiętać przy tego typu działaniach? O spamie, a właściwie o tym by się przed nim bronić. Co to oznacza w praktyce? Sprawdzenie w jaki sposób adresy list mailingowych zostały zebrane i czy wszyscy jej uczestnicy wyrazili chęć otrzymywania tego typu poczty. Informacje te wydawać by się mogły błahie, jednakże mają kolosalny wpływ na postrzeganie poczty i tym samym jej nadawcy. W skrajnych przypadkach adres www z którego poczta została wysłana trafić może na listę Spamerów, a tego byśmy na pewno nie chcieli.

Działania uzupełniające

Będąc posiadaczem strony internetowej należy o niej pamiętać. Dotyczy to zarówno jej treści jak i przekazywaniu informacji o jej istnieniu. Przy wydawaniu wszelkiego rodzaju tradycyjnych materiałów reklamowych: ulotek, papierów firmowych, wizytówek czy też pieczętek firmowych należy pamiętać o tym medium i umieszczać w miarę możliwości adres strony www. Każda informacja tego typu może spowodować pozyskanie nowego widza.

Całość działań reklamowych powinna być monitorowana przez odpowiedni system statystyczny. Informacja o skuteczności działania, liczbie odwiedzających naszą stronę osób i tym samym źródle ich pochodzenia jest niezwykle cenną informacją pozwalającą nam na planowanie szerszych działań promocyjnych. Dlatego też nie należy zapominać o statystykach odwiedzalności, które koniecznie powinien posiadać każdy serwis www.