

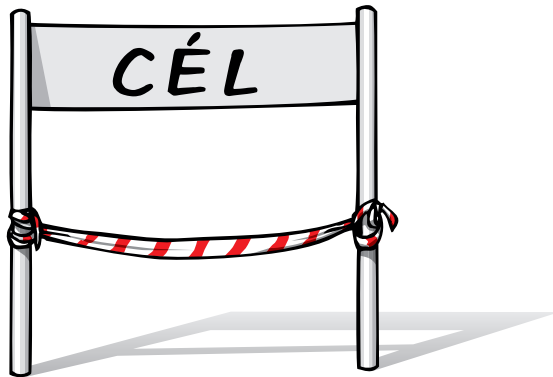


3.2 | A cél

Minden reklámnak kell legyen célja. Az a nulladik lépés, hogy eldöntsük, mit szeretnénk elérni. Nincs ez máshogy a vállalkozás életében sem: célok nélkül nincs fejlődés, nincs tervezettség, így nem tudunk előrelépni.

A reklám céljának egyszerűnek kell lennie. Lehet cél az, hogy jobban ismerjék a cégünket, jobban ismerjék valamelyik termékünket. Lehet cél, hogy többet adjunk el – ez nem egyenlő a nagyobb ismertséggel! Lehetnek persze más jellegű célok is: több hírlevél-feliratkozó, több látogató a weboldalon vagy több telefonos érdeklődő. Az a fontos, hogy már az elején eldöntsük, mi lesz a kampányunk célja.

Látni fogjuk, hogy a reklámozás szempontjából az a jó cél, ami mérhető. Minél könnyebben mérhető, annál jobb, de csak a mérhetőség miatt nem kell leegyszerűsíteni a céljainkat. A mérhetőség egyszerűen azt jelenti, hogy számmal ki tudjuk fejezni, honnan indultunk és hova jutottunk el. Ha eddig a weblapunkon hetente 10 DVD-t adtunk el, akkor az lehet a célunk, hogy ezt a jövőben heti 100-ra növeljük. Ha eddig volt 100 hírlevél-feliratkozónk, akkor lehet a kampány célja ennek a számnak 500-ra növelése. Ha eddig napi 2-3 érdeklődő telefont kaptunk, akkor célul tűzhetjük ki, hogy ez a szám 10-12 legyen. És így tovább, ki-ki le tudja fordítani ezt a saját vállalkozására.



A cél tehát fontos. Nem utolsósorban a cél fog segíteni annak az eldöntésében is, hogy vajon a PPC reklám jó megoldás lesz-e számunkra. Hiszen a PPC reklám nem igazán alkalmas ismertség növelésére, egyszerű látogatottságnövelésre pedig meglehetősen költséges. A PPC reklám elsősorban akkor jó, ha konkrét, pénzben is kifejezhető céljaink vannak, ha valós értéke van egy-egy látogatónak. Mert a PPC reklámban a kattintással látogatót veszünk meg, és csak akkor nem kidobott pénz ez, ha a látogatót rá vesszük valami olyan cselekvésre, ami számunkra előbb-utóbb profitot termel.

Ha már megvan a cél, és tudjuk, hogy a cél eléréséhez PPC reklámot használunk, akkor vágjunk bele: milyen feladataink is lesznek?