

Að nota leitarvélar til að ná hámarksárangri.

Fyrirtæki eru í vaxandi mæli að nýta sér internetið til að selja vörur og þjónustu og til að kynna starfsemi sína að öðru leyti. Ein leið til að ná árangri í markaðsstarfinu og ná til fleiri viðskiptavina er að nota leitarvélarnar á netinu á markvissan hátt. Á ensku, sem er tungumál upplýsingatækninnar, er þessi tegund markaðssetningar kölluð Search Engine Marketing (SEM) sem þýða má sem ”markaðssetningu með notkun leitarvéla”. Ef leitarvélarnar eru rétt notaðar má auka stórlega árangur sölu- og markaðsmála með því að:

- Búa til ný viðskiptatengsl
- Auka sölu
- Efla vörumerkið
- Bæta sýnileika fyrirtækis

Markaðssetning með notkun leitarvéla er í raun blanda af tveimur aðferðum. Önnur aðferðin er leitarvélagreining (e. Search Engine Optimisation) en hin aðferðin er keypt leit (e. Paid Search eða Pay per Click).

Leitarvélagreining

Internetið samanstendur af milljónum vefsíðna og leitarvélar á borð við Google, MSN og Yahoo auðvelda mönnum leit að upplýsingum sem þar leynast. Leitarvélarnar hafa það hlutverk að safna saman og skila í gagnagrunna öllum þeim upplýsingum sem þær safna saman af internetinu. Hver leitarvél býr til viðeigandi uppflettiorð í gagnagrunn sinn sem hún flettur upp í þegar lögð er fram leitarfyrirspurn. Þannig leitar hún að upplýsingum í gagnagrunninum en ekki á internetinu sjálfu. Niðurstöðum er svo raðað í röð, þar sem þær upplýsingar sem taldar eru skipta mestu máli eru settar efstar og svo koll af kolli. Það er því mikilvægt fyrir fyrirtæki sem vilja nýta sér internetið í markaðsmálum að leitarvélarnar taki gott afrit af vef þeirra. Það er hinsvegar ekki sjálfgefið að vefsvæðið sé allt lesið og að leitarvélarnar hafi afrit af öllu því efni sem þar er að finna í gagnagrunnum sínum. Ýmsar leiðir eru hinsvegar til að tryggja að tekið sé gott afrit af vefsvæðinu og auka þannig líkurnar á að það birtist ofarlega í leitarniðurstöðu.

Leitarvélagreining er fólgin í því að byggja vefsvæðið þannig upp að það skori hátt á leitarvélum við innslátt þeirra lykilorða sem viðskiptavinir fyrirtækisins mundu að öllum líkindum nota þegar þeir leita á netinu. Ef leitarvélagreining er framkvæmd á faglegan hátt, þá á vefsvæðið að finnast vel á öllum helstu leitarvélunum. Það þýðir að vefsvæðið fær heimsóknir sem ekki þarf að borga sérstaklega fyrir. Þessi aðferð er nokkuð tímafrek og að það krefst mikillar þekkingar að koma vefsvæði ofarlega í niðurstöðu á leitarvélum. Eftir að slíkt hefur tekist þarf svo að halda stöðunni með því að uppfæra vefsvæðið reglulega og fylgjast með samkeppninni og þeim breytingum sem verða á leitarvélunum. Í framhaldinu þarf að fá vísanir á vefsvæðið af öðrum vefsvæðum sem hafa hátt skor á leitarvélum og skrá það á helstu gagnagrunnanna.

Keypt leit og skráning gegn gjaldi

Ólíkt leitarvélagreininu er “keypt leit” fljótleg og árangursrík leið til að gera vefsvæðið sýnilegt á leitarvélum og helstu gagnagrunnum. Keypt leit hefur náð talsverðum vinsældum að undanfögnu og bendir margt til að vöxturinn muni aukast mikið í framtíðinni, því vaxandi fjöldi fyrirtækja er farin að verja umtalsverðum fjármunum í þessa tegund af markaðssetningu.

Keypt leit er fólgin í því fyrirtæki bjóða í þau lykilorð sem þau telja að viðskiptavinir þeirra muni nota þegar þeir leita á netinu. Sá sem býður hæst í viðkomandi lykilorð birtist efstur í leitarvélunum. Greiðsla fyrir hvert lykilorð getur numið frá 4 centum upp í nokkra dollara eftir vinsældum viðkomandi lykilorðs. Fyrirtækin ráða hversu mörg lykilorð þau velja, en almennt er ráðlagt að velja þau orð og/eða setningar sem lýsa vel því sem verið er að kynna.

Margar leitarvélar og gagnagrunnar bjóðast einnig til að skrá vefsvæði handvirkt gegn ákveðnu skráningargjaldi. Getur það stýtt mjög þann tíma sem tekur fyrir ný vefsvæði að finnast á viðkomandi leitarvél eða gagnagrunni. Þessi þjónusta getur einnig hentað fyrir þau vefsvæði sem uppfærast mjög oft, því örar uppfærslur auka líkur á að leitarvélarnar séu með eldri útgáfu vefsins á skrá hjá sér. Með því að borga fyrir að leitarvélarnar afriti vefsvæðið reglulega er komið í veg fyrir slíkt. Fréttasíður eru dæmigerð vefsvæði sem þyrftu að íhuga að kaupa reglulega afritunartöku.

Keypt leit og skráning gegn gjaldi getur átt vel við þau fyrirtæki sem telja sig ekki vera að fá viðunandi niðurstöðu í gegnum almenna leit á leitarvélum, fyrirtæki sem eru í ákveðinni skammtíma markaðsherferð og þeim sem eru að selja vörur og/eða þjónustu í gegnum vefsvæðið sitt.

Báðar aðferðirnar krefjast mikills tíma, fyrirhafnar og þekkingar en ef vel er staðið að málum getur markaðssetning á leitarvélum komið markaðsstarfi fyrirtækja að miklu gagni. Það er því mikilvægt að sérfræðingur sé fenginn til að aðstoða fyrirtæki við þessa markaðssetningu þar sem um er að ræða síbreytilegan miðil sem krefst þess að menn séu alltaf á tánum.

Höfundur er internet ráðgjafi og rekur internet markaðsfyrirtækið Libius ehf.

Dagur Jónsson
Libius Ráðgjöf
libius@libius.is
www.libius.is