

Publicitate online. Cu ce începem?

Contents

Lansarea site-ului web (prima versiune).....	1
Alegerea numelui de domeni.....	1
Alegerea platformei pe care va functiona site-ul web.....	1
Alegerea serviciului de hosting	2
Continutul site-ului web (content management)	2
Campanii de promovare online	2
Primele proiecte de promovare (fara costuri media)	2
Instalarea instrumentelor de monitorizare si analiza	2
SEO (Search Engine Optimization)	2
Promovarea informatiilor pe canalele online relevante	3
Campanii de promovare online contra cost.....	3

Lansarea site-ului web (prima versiune)

Aceasta etapa este punctul de plecare in stabilirea identitatii online a unei afaceri. Pentru ca poate deveni un proces complex pe care il veti optimiza permanent, va recomand ca prima varianta a site-ului sa fie functionala, rapida, usor de actualizat si nu neaparat costisitoare. Dupa o experienta de cateva luni veti afla cum trebuie sa arate a doua versiune a site-ului dumneavoastra.

Alegerea numelui de domeni

Alegerea numelui site-ului este un moment important. Rezervarea domeniului este o decizie de marketing care va avea efect pe toata durata de viata a site-ului iar modificarile ulterioare se pot dovedi costisitoare.

Alegerea platformei pe care va functiona site-ul web

Platforma pe care va fi dezvoltat site-ul web poate fi schimbata si ulterior lansarii acestuia dar este un proces care consuma energie. Un site web poate fi dezvoltat de o echipa specializata in programarea de site-uri web pentru sume care variaza intre probabil 300 EUR si 10.000 EUR sau poate mai mult.

Alternativa este configurarea unui [CMS \(Content Management System\)](#)

Alegerea serviciului de hosting

Alegerea unui furnizor de hosting este relativ simplă. Există cel puțin câteva zeci de furnizori cu servicii la un nivel onorabil pe care îi puteți găsi cu o simplă căutare pe Google (ex: furnizori servicii hosting România). Alegerea unui furnizor cu sediul în România simplifică relația comercială (contract, factură, suport tehnic) dar puteți alege oricând și un furnizor cu sediul în afara țării (ex: Google).

Chiar în cazul unei alegeri mai puțin inspirate, puteți opta oricând pentru mutarea site-ului web.

Continutul site-ului web (content management)

Orice specialist în promovarea pe Internet va spune că cel mai important element al campaniilor online este relevanța informației publicate. Deși forma de prezentare și imaginea sunt importante, prima funcție a Internetului este livrarea de informații relevante.

Cine anume poate redacta aceste informații (text, imagine, documentații, material video)? Orice o poate face bine. La început o poate face chiar clientul. Ulterior poate apela la consiliere din partea unei agenții sau poate colabora cu un specialist în comunicare. Pentru performanțe ridicate va fi implicată o echipă specializată în content management (inhouse sau externalizată).

Continutul publicat merită să fie în acord cu fiecare canal utilizat (Site web, Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.)

Campanii de promovare online

După ce a fost încheiată prima etapă a prezentei pe internet (punerea în funcțiune a site-ului web și publicarea primelor informații), urmează campaniile de promovare și actualizarea periodică a conținutului.

Primele proiecte de promovare (fără costuri media)

Dincolo de recomandările pe care le veți găsi în acest material, vă recomand cu căldură

Instalarea instrumentelor de monitorizare și analiză

Înainte de alocarea unor resurse în proiectele de promovare online, se vor instala primele instrumente de monitorizare a rezultatelor (audiiență, comportamentul vizitatorilor, urmărirea eficienței informațiilor, conversii).

Cel mai utilizat instrument de analiză este Google Analytics. Nu este singura opțiune dar este suficient de complex pentru majoritatea proiectelor online. Monitorizarea traficului și a performanțelor unui site sunt importante pentru optimizarea continuă a conținutului și pentru configurarea corectă a campaniilor plătite.

SEO (Search Engine Optimization)

Pentru a răspunde la căutările Google, un site are nevoie de informații relevante și să fie înscris în Google. Pentru a performa mai bine decât alte site-uri concurente care au un conținut asemănător, este

nevoie de ceva mai multa experienta atat la nivel de redactare a informatiilor, cat si la nivelul structurarii informatiei.

Alegerea continutului si a frazelor cheie utile (generatoare de conversii) presupun o cunoastere buna a pietei, a produsului promovat si a comportamentului utilizatorilor.

Promovarea informatiilor pe canalele online relevante

Fiecare canal online poate fi relevant pentru anumite modele de afacere:

Iata cateva canale online in care se poate extinde comunicarea: Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Flickr, Google Images, forumuri si grupuri de discutii specializate, bloguri, directoare de companii sau de produse, site-uri B2B.

Eficienta utilizarii acestora lor depinde de influenta dobandita de editor in mediul respectiv si de capacitatea de a integra mesajul transmis in contextul specific.

Nu orice postare pe Facebook este utila unei campanii de promovare. Grupurile de discutii pot fi utile promovarii online dar numai daca informatiile sunt relevante, credibile si utile in contextul publicat.

Campanii de promovare online contra cost

Campaniile platite pot fi testate inca din primele etape ale prezentei online dar alocarea unui buget consistent merita sa fie facuta dupa ce au fost puse la punct etapele de mai sus. Cu cat bugetele alocate campaniilor online sunt mai mari, cu atat se justifica mai mult implicare unei agentii specializate in marketing online.

Cele mai folosite platforme sunt : Google Adwords (cu campaniile de tip Search, Display, Video) si FacebookAds.

Datorita complexitatii platformei sale, Google a publicat un sistem amplu de cursuri online care pornesc de la nivelul de Adwords Beginner pana la nivelul experti pe fiecare segment. Formarea de specialisti marketing online este practic principalul instrument prin care Google reuseste sa atraga un volum din ce in ce mai mare din bugetele de promovare la nivel global.

Avand la dispozitie instrumente avansate de analiza si control, o agentie specializata in marketing online asigura clientilor finali un Return Of Investment (ROI) ridicat.

Multe afacerile mici sau chiar medii se pot limita la etapele de promovare mentionate in acest document. Campaniile cu amplitudine mai mare apeleaza insa (prioritar sau in completarea strategiei online) si la canale de comunicare traditionale: TV, Outdoor, PR, BTL.