

Kedves Olvasó!

Ön megtette az első lépést afelé hogy gyökeresen megváltoztassa a vállalkozással kapcsolatos atitűdjét azon információk és ismeretek birtokában melyet kurzusunk segítségével fog elsajátítani az elkövetkező hónapokban. Persze csak akkor ha tényleg változtatni akar, ezt komolyan is gondolja és elfogadja azt a tényt hogy jelentős élettapasztalattal és szakmai múlttal a háta mögött még Önnek is van mit tanulnia. Honnan tudom mindezt? Nagyon egyszerű. Én is alig néhány éve léptem erre az útra és álmomban sem hittem hogy mennyi tanulni való van még a saját szakmám területén, nem beszélve arról az elképesztő sebességű változásról mely elsősorban az internet technológiákat érinti. Másrészt kb. két tucatnyi ügyfelem van akik együttműködésünk kezdetén esetleg Önhöz hasonlóan tamáskodva fogadták annak a forradalminak tekinthető marketing szemléletnek a módszereit melyet gerillamarketingnek, online marketingnek hívnak. Néhány hónappal később viszont már jelentős részük ilyen-olyan szinten és formában már alkalmazta, alkalmazza is azokat a módszereket amelyek jelentős mértékben megnövelték cégük forgalmát. Miért lenne ez másként az Ön esetében. Valljuk be ez azért azon is múlik hogy mekkora a kényszer. Ha az Ön üzlete kiválóan prosperál a válság ellenére, akkor Ön kevésbé motivált arra hogy tanuljon és változtasson. Ha viszont.....

Nos mindenek előtt lássuk mire alapozom azon feltételezésemet hogy a jelenlegi körülmények között ha nem is az egyetlen, de a legfontosabb "üdvözítő" megoldás az online, vagy internet marketing, ezt azért még kiegészíteném a gerrilla marketing kifejezéssel, de erről majd később.

Online marketing. Csodaszer a kis és középvállalkozások számára a válság túléléséhez?

Az internet talán napjaink legdinamikusabban fejlődő iparága, hihetetlen iramban nő a felhasználók és az elérhető tartalmak száma is. A világháló az élet számtalan területét alakította át az elmúlt évek során, de ez még valószínűleg csak a kezdet, a jövő bizonyára még nagyon sok meglepetést tartogat az emberiség számára.

Az internet az életünk szinte minden területét átszövi, legyünk egyszerű felhasználók akik a hálón böngészve vásárolunk, hivatali ügyet intézünk, tanulunk vagy csak szórakozunk, esetleg egy vállalkozás tulajdonosaként az internet az értékesítési tevékenységünk elengedhetetlen része.

Mind e-közben kevesen gondolnak arra hogy minek köszönhető hogy az információk elképesztően hatalmas kínálatában jó esetben a látogató rábukkan arra amit keres, a webáruház kínálatára pedig elegendő vásárló érkezik. Csak Magyarországon sok millióra tehető az üzleti célú weboldalak száma. Manapság persze már nemcsak a vállalkozásoknak, intézményeknek, szervezeteknek, hivataloknak van weblapja hanem a magánszemélyek hobbi oldalai is duzzasztják az amúgy is bőséges kínálatot.

Hogyan találnak meg a látogatók egy weboldalt?

A laikus internetezők nemigen látják át a világháló működési mechanizmusát, azt azonban szinte mindenki tudja hogy ha valamilyen Őt érdeklő tartalmat keres, akkor beírja a keresőbe az adott szót vagy szavakat. Ez a kereső hazánkban az esetek több mint kilencven százalékában a Google. Ez az oka annak hogy ha keresésről beszélek akkor kizárólag Google-re fogok hivatkozni ezután.

Az könnyen belátható, ha nem lennének keresők akkor nagyságrendekkel szűkebb keretek között barangolhatnák a hálón, az egyes tartalmak, oldalak között. Ebben az esetben csak úgy juthatnánk el egy adott oldalra ha ismernénk a címét (url) vagy az oldalakon elhelyezett linkek segítségével. Ez bizony nem ugyanaz mint amikor beírjuk a keresőbe a keresett szót és a Google találatok százazreit, millióit kínálja fel, és akkor még csak a magyar nyelvterületről beszélünk.

Valószínű hogy a felhasználók többsége még sohasem töprengett el azon hogy a kereső egyrészt honnan ismer ilyen hihetetlenül sok oldalt és miért éppen az adott honlapokat, miért az adott sorrendben kínálja fel. A netezők számára csak az a lényeg hogy ezek a találatok relevánsak legyenek, vagyis megtaláljuk a felkínált oldalakon azt amit éppen kerestünk. A kereső tulajdonosa számára is ez a cél és egyben a legnagyobb kihívás. Olyan oldalakat sorolni a találati lista elejére, ami kiszolgálja a felhasználók igényeit. Ellenkező esetben az internetezők elpártolnának a kereső szolgáltatótól. Hogy csinálják mindezt?

A Google a keresők királya

A Google kereső óriás viszonylag rövid, néhány éves története igazi sikersztori és nem túlzás azt állítani hogy a Microsoft után a világ második informatikai és gazdasági csodája. Néhány egyetemista garázs vállalkozása kevesebb mint tíz év alatt sok milliárdos üzletté nőtte ki magát. A cég több ezer alkalmazottja a világ szinte valamennyi internethasználójának életére gyakorol valamilyen hatást, hisz a keresőn kívül számtalan egyéb szolgáltatást nyújt hogy csak a legfontosabbakat említsem, a Gmail, a Google map. Kurzusunkban megismerkedünk majd Google kereső szolgáltatásának működésével. Ez elsősorban azok számára lesz hasznos akik üzleti vagy egyéb célból működtetett weblapjaik látogatottságát szeretnék megnövelni. A látogatók száma természetesen nem kizárólag azon múlik hogy az oldalunkat a Google hányadik oldalon hozza, de több év tapasztalatai és statisztikai alapján nyugodt szívvel kijelenthetem hogy átlagos üzleti site látogatóinak több mint hatvan százaléka a kereső segítségével talál el az adott honlapra. Ez alól csak a legismertebb portálok, pl. origó, index, stb. a kivétel. A nagy kérdés tehát az hogy min múlik hogy egy oldal hogyan szerepel a Google-ben?

Mi dönti el hogy egy weboldal a Google találati listájának hanyadik helyén jelenik meg?

Természetesen maga a Google. Az on-line marketing egyik legfontosabb és legizgalmasabb területe a keresőoptimalizálás, más néven keresőmarketing, vagy angol mozaikszóval SEO, azaz Search Engine Option. (Ezen kurzus tananyagának nagyobbik része erre a tevékenységre koncentrálna számtalan különféle aspektusból. Nem véletlenül

hisz a weboldala látogatottsága szempontjából ennek elképesztően nagy a jelentősége, hisz a nézelődőből lesz a vásárló.) Érdekesség hogy ezt a három szót (Search Engine Option) beírva a Google-be 315 millió találatot kapunk. Ez nagyjából, de nem pontosan azt jelenti hogy a Google adatbázisában 315 millió olyan weboldal található melyekben a fenti három szó előfordul. Azért csak nagyjából mert a listában többször is előfordulhat ugyanazon weboldal különböző aloldalai. De a szám azt gondolom így is döbbenetes. Nézzük mi a helyzet a kifejezés magyar megfelelőjével. "Kereső optimalizálás". 1 760 000. Ez sem kevés, különösen hogy egy közel sem általánosan elterjedt kifejezésről van szó, annyira nem hogy valószínűleg nincs százezer ember az országban aki hallott erről. Meglepő azonban hogy hazánk egyik legismertebb személyisége, mindenki Győzikéje mindössze csak 422 000 találattal jelenik meg a Google-ben. Én azért sejtem ennek magyarázatát, de erről majd később. A későbbiekben részletesen foglalkozunk majd azzal hogy a Google hogyan képes ilyen hatalmas információtengert feltérképezni, katalogizálni és abból másodpercek tört része alatt listát készíteni a keresési feltételeknek, más szóval kulcsszavaknak megfelelően.

Online marketing távoktató sorozatunk következő részét egy hét múlva fogja megkapni. Abban arról lesz szó hogy milyenek egy weboldalnak az esélyei arra hogy könnyen megtalálható legyen a világhálón és hogy a potenciális látogatók, érdeklődők eljussanak az oldalunkra. Megtudhatja azt is hogy milyen segítséget tud nyújtani ehhez ez a kurzus.

Köszönöm megtisztelő bizalmát és érdeklődését, remélem hasznosnak és érdekesnek bizonyult a közölt ismeretanyag.

Horváth Zoltán
online marketing tanácsadó
Kontraszt Oline Marketing Tanácsadó Iroda
Tel.: 62/492-549, 30/9289-390
kontraszt@tizsanet.hu
www.kontraszt.com