



Sonce.net predstavil inovativno marketinško orodje

Na iskalnikih že kar vsak tretji Slovenec

LJUBLJANA, 12. 11. 2008 Sonce.net, specializirano podjetje za digitalni marketing, je predstavilo OZI indeks, novo brezplačno marketinško orodje, ki omogoča lažji pregled nad stanjem na iskalnikih. Z njim bodo imela podjetja in zainteresirane javnosti boljši pregled nad uspešnostjo pojavnosti na iskalnikih, predvsem v primeru velikega števila zakupljenih ključnih besed in iskalnikov, na katerih se ključne besede pojavljajo. Pregled bo mogoč tudi za daljše časovno obdobje, z indeksom pa bo mogoča tudi primerjava s konkurenco.

Z vse večjo uporabo interneta in vse večjim številom njegovih uporabnikov se večja tudi pogostost uporabe iskalnikov, ki jih vsakodnevno uporablja 64 odstotkov uporabnikov interneta oziroma že kar vsak tretji Slovenec. Iskalniki so izhodiščna točka večine uporabnikov interneta in delujejo kot usmerjevalniki uporabnikov na spletna mesta, ki se pojavljajo na straneh z rezultati uporabnikovih iskalnih fraz. Kar 80-89 odstotkov klikov na iskalnikih se zgodi na prvi strani z rezultati iskanj, večina jih je zgoraj levo.

OZI indeks, ki ga je mogoče najti na spletnem mestu www.ozi.si, omogoča enostaven pregled rezultatov optimizacije za iskalnike. Prikazuje oceno uspešnosti optimizacije za iskalnike, ki se navezuje na razmerje med prikazi in kliki na iskalniških straneh z rezultati. Omogoča analizo stanja na iskalnikih na neomejeno število ključnih besed, v neomejenem časovnem obdobju in na neomejenem številu iskalnikov. Z njim je mogoče izdelati tudi pregled povprečja rezultatov bodisi na posameznem iskalniku, bodisi na posamezen datum ali na skupino ključnih besed.

Iskalni marketing je zagotovo eden najpomembnejših delov spletnega oglaševanja in predstavlja pomembno vez med uporabnikom in oglaševalcem. Temu namreč ponuja možnost objave svojega sporočila prek različnih spletnih iskalnikov takrat, ko uporabnika to zanima. Iskalniki predstavljajo najučinkovitejšo obliko direktnega marketinga, zato postajajo vse pomembnejši. V Sloveniji prevladujeta predvsem Najdi.si in Google.si.

»OZI indeks smo razvili, ker smo se z naročnikom znašli v položaju, ko je bilo treba pripraviti poročilo o večjem številu besed na več iskalnikih za daljše obdobje. Soočili smo se z veliko nepregledno tabelo, ki je od bralca terjala veliko časa za pregled stanja. Iskali smo način, kako to enostavno predstaviti naročniku. Razvoj OZI indeksa nas je pripeljal do preproste predstavitve stanja na iskalnikih. Naročnik tako točno ve, kaj dobi, in tako meri uspešnost optimizacije za iskalnike,« je povedala [Katja Klepec](#), vodja iskalnega marketinga pri Sonce.net.

Iskalni marketing sestavljata dve temeljni dejavnosti, ki se lahko dopolnjujeta ali delujeta ločeno ena od druge. Optimizacija za iskalnike pomeni, da iskalnik ključno besedo podjetja uvrsti na prvo stran zadetkov zato, ker je ta za iskano besedo pomembna. Pri zakupu ključnih besed podjetje zakupi svojo prisotnost na prvi strani iskalnika. Pomemben dejavnik pri obeh dejavnostih je izbor



sonce.net

ključnih besed, pri čemer je treba upoštevati vse tri faze nakupnega procesa na iskalnikih, hkrati pa je treba preveriti, kako pogosto posamezne ključne besede uporabniki iščejo, saj je od tega odvisno, kolikšen delež svoje ciljne skupine bodo zajeli.

###

O podjetju Sonce.net:

Sonce.net je specializirano marketinško podjetje za snovanje, načrtovanje in izvedbo celovitih spletnih nastopov in spletnih oglaševalskih akcij. Z razumevanjem svetovnega spleta, s specializiranimi marketinškimi znanji in pravilno uporabo interaktivnosti je podjetje ustvarilo napredno spletno oglaševanje, ki prinaša konkretne merljive rezultate. Sonce.net je vodilni slovenski ponudnik celovitih naprednih rešitev za kreativno spletno komuniciranje.

Dodatne informacije:

Podjetje: Sonce.net, d.o.o.

Kontaktna oseba: Zoran Trojar

Naslov: Šmartinska c. 106, Ljubljana

Telefon: 01 600.37.20

E-pošta: zoran.trojar@sonce.net

Spletna stran: www.sonce.net