

VODIČ ZA PROMOCIJU INTERNET SAJTA

Kako da znaju gde ste na internetu?

Postojanje internet sajta firme je samo start, a do cilja možete da stignete samo ako ciljna grupa posetilaca sazna da on i postoji na internetu

Autor: Lazar Bošković,
marketing,
PR i internet konsultant,
www.agitprop.rs



Najčešći problem internet sajtova domaćih firmi je to što ih njihovi vlasnici zaborave onog dana kad su napravljeni i postavljeni na internet. Ali, ovdje neće biti priče o održavanju i ažuriranju sajtova, to je roman za sebe, često sa tužnim krajem u našem okruženju. U srećnijoj varijanti, sajt postoji, neko brine o njemu, sve je lepo i krasno - samo posetilaca na sajtu nema! Šta ste uradili da promovirate postojanje svog sajta? Ako i nemate velika sredstva i resurse za promotivne aktivnosti, postoji ipak mnoštvo načina da besplatno, za malo novca ili uz malo znanja i truda, promovirate svoj internet sajt.

Klasične, a besplatne metode

U realnom svetu, van interneta, uradite sve što promovirate vašu internet adresu i najčešće ne košta ništa. Stavite adresu sajta

na vizitkarte, na sve poslovne papire (memorandume, račune...) i promo materijale (prospekte, kataloge, kese, blokove, poklone...). Postavite natpise sa adresom sajta na vaša vozila, radne uniforme, poslovne prostore... Ispišite adresu sajta i na sva promo sredstva (roll-up, poster, pano...) na sajmovima, prezentacijama, prodajnim mestima...

Prilikom oglašavanja u medijima, ne zaboravite da pozovete slušaoce, gledaoce i čitaoce na svoj sajt. Pomenite obavezno adresu sajta u radijskim i TV spotovima, napišite je u novinskim oglasima i na bilbordima. Ako gostujete na radiju ili televiziji, ili dajete izjavu za štampane medije, uvek saopštite da više informacija mogu da nađu na vašem sajtu. Jednostavno, svuda gde su vaši kontakt-podaci, mesto je i za adresu vašeg sajta, bitnog dela identiteta vaše firme.

Put do prve strane na Guglu

Korisnici interneta pronalaze vaš sajt pretraživanjem ključnih reči vezanih za vašu ponudu proizvoda ili usluga. Zato je neophodno da vaš sajt bude dobro optimizovan za internet pretraživače. SEO (Search Engine Optimization) obuhvata primenu tehnika i taktika za bolje pozicioniranje stranica vašeg sajta u rezultatima pretrage na internet pretraživačima, za određene ključne reči koje najbolje opisuju vaše proizvode ili usluge. To je najpre optimizaci-

ja sadržaja sajta pomoću profesionalno napisanih tekstova na sajtu, koji sadrže bitne ključne reči, kao i odabir ostalih sadržaja (fotografije, audio, video...). U SEO spada i tehnička optimizacija sajta, odnosno podešavanje veb servera, ispravnost HTML koda i strukture sajta. Za SEO su veoma bitni linkovi ka vašem sajtu sa drugih sajtova, jer pokazuju vaš kredibilitet u poslu kojim se bavite.

Ako je SEO urađen kako treba - pola posla vaše promocije na internetu je obavljeno! Time ste ušli u indeksiranje na internet pretraživačima i sada predstoji napredovanje ka glavnom cilju - pojavljivanju na prvih nekoliko strana rezultata pretrage. O SEO treba najpre da brine onaj ko vam pravi internet sajt. Zato dobro pazite kome poveravate taj posao, jer amateri su najskuplji! Prvo platite njima neke "male pare", a onda gubite pare zbog loše pozicije na pretraživačima i na

kraju morate ipak da platite profesionalce da za "pristojne pare" urade posao kako treba.

Društveni mediji dovode posetioce

Pored SEO, postoji i SMO (Social Media Optimization), o čemu ste takođe morali da vodite računa prilikom izrade sajta. Ali, samo postavljanje dugmića na vaš sajt, za "šerovanje" putem društvenih mreža, nije dovoljno. Potreban vam je ipak profesionalac, ili agencija, koji bi se bavio vašim kompanijskim nastupom na društvenim mrežama.

Imajte u vidu da društvene mreže služe za promociju i privlačenje posetilaca na vaš sajt - a ne obrnuto! Pored Facebooka, kao firma možete da imate i svoju stranu na Google+, što je veoma bitno za bolje rezultate pretrage. Kompanijski profil na LinkedInu je mesto gde možete da okupite i sve lične profile

zaposlenih na toj društvenoj platformi za profesionalce. A za plasiranje vesti o aktivnostima firme i brz kontakt sa korisnicima odličan je Twitter.

Postoje i online servisi za objavljivanje video, foto i drugih sadržaja. YouTube je namenjen za postavljanje video-sadržaja, Flickr za fotografije, a za žensku internet publiku zanimljiv je Pinterest. I ne zaboravite da linkove na sve svoje profile i strane na društvenim medijima stavite i na svoj sopstveni sajt! A, ako ste vi i kolege iz firme dovoljno daroviti za pisanje, možete da pokrenete i kompanijski blog.

Ima se, oglašava se...

Plaćeno online oglašavanje je dobro ako su izabrani adekvatan način i mesto za te promo poruke i povećanje posećenosti vašeg sajta. Na posećenim

internet portalima moguće je oglašavanje putem banera, "lebdećih oglasa" (iskačući prozori sa slikama i animacijama) i video oglasa. Tu su i in-text oglasi koji reaguju na prelazak mišem preko linkovanih reči u tekstu, kao i kontekstualni oglasi, koji se pojavljuju na stranama čiji je sadržaj povezan sa temom oglašavanja.

Posebna priča je oglašavanje na pretraživačima, odnosno plaćeno pozicioniranje u rezultatima pretrage. Naravno, moguće je i oglašavanje na društvenim mrežama, kao i oglašavanje kroz aplikacije na mobilnim uređajima. U stvari, napretkom tehnologije, stalno se pojavljuju novi načini internet oglašavanja. Obratite se specijalizovanim agencijama za oglašavanje na internetu ili sami odlučite koji je način internet oglašavanja najefikasniji za vašu ciljnu grupu.

Obaveštavajte, ne spamujte

Slanje i-mejl poruka je stara, takoreći besplatna metoda promocije na internetu, ali često zloupotrebljena! Ne zasipajte ogroman broj nepoznatih ljudi i-mejl porukama koje nisu tražili, jer je to zabranjeno odredbama čak četiri domaća zakona (Zakon o oglašavanju, Zakon o elektronskoj trgovini, Zakon o elektronskim komunikacijama i Zakon o zaštiti potrošača).

Osim toga, to je nekulturno i neprofesionalno i može da stvori lošu sliku o vama, a možete da se nađete i na "crnim listama" kao adresa sa koje stižu spam poruke, što dovodi do blokiranja prijema vaših budućih poruka. Šaljite i-mejl poruke samo na osnovu podataka prikupljenih kroz formulare na vašem sajtu ili na druge dopuštene načine, od ljudi sa kojima

ste lično bili u kontaktu i koji su izričito pristali da od vas primaju poruke. A, kada oformite kvalitetnu mailing listu, možete slobodno da svojim internet poznanicima šaljete pozivnicu, newsletter, link na novi katalog proizvoda i usluga... odnosno sve ono zbog čega bi posetili vaš sajt.

Bitan detalj: vaša i-mejl adresa treba da bude sa vašim internet domenom na kraju (ono posle @), a ne sa gmail.com, yahoo.com ili internet domenom vašeg internet provajdera. Ne želite da delujete neozbiljno, zar ne? Ako je poslovanje vaše firme usmereno na domaće tržište, preporučljivo je da su i vaša web i i-mejl adresa na nacionalnom internet domenu. Na sajtu www.nadjimelako.rs objašnjeno je zašto je dobro da imate svoj .rs domen, kako da ga pravilno odaberete i gde i kako da ga registrujete. ■

