

Marketing ve vyhledávačích (SEM¹) je pozoruhodný, protože na rozdíl od téměř každé další formy marketingu, se nespolehá na techniku *vyrušení*. Na moment se znovu zamyslete nad tím, co jsem nazval marketingem „starých pravidel“ a nad jeho inzertními technikami, založenými na vyrušení. Jak jsme pojednávali v předchozích kapitolách, stará pravidla vyžadovala, abyste vyrušili televizní diváky a doufali, že už nepřepínají na další kanál, nebo abyste vyrušili lidi, když třídí poštu, a abyste doufali, že vaše zpráva nepříjde na hromadu určenou k odstranění s ostatní reklamní poštou, nebo abyste vyrušili čtenáře časopisu a doufali, že se pozastaví nad vaším vloženým (páchnoucím) vzorkem parfému. V těchto dnech jsou reklamy všude – na značkách kolem dálnice, na stranách košíků v supermarketu, ve výtažích. Tato vyrušení nejen že jsou pro zákazníky otravná (a pro značku škodlivá, pokud jsou přehnaná); jsou také zvyšující se měrou neefektivní.

Nyní se zamyslete nad tím, jak používáte vyhledávače. Na rozdíl od nezacíleného, na vyrušení založeném marketingu, jsou informace, které se objevují ve vyhledávačích poté, co jste napsali frázi, obsahem, který ve skutečnosti chcete vidět. Ve skutečnosti se na něj díváte. Toto by měl být splněný sen marketéra.

Zde je něco velice důležitého ke zvážení: tato celá kniha je o marketingu ve vyhledávačích. Prosím zastavte se, abyste se od toho mohli odrazit. Jestli

1 např. www.seo-sem.cz, <http://www.jakpsatweb.cz/seo/search-engine-marketing.html>, pozn. redakce

jste následovali Nová pravidla marketingu a PR tak, jak byla vyličená na těchto stránkách, vytvoříte fantastický marketingový program, založený na vyhledávacích! Začali jste s vaší osobností kupujícího, potom jste vytvořili obsah konkrétně pro tyto zákazníky – obsah, který mluví o problémech, kterým tito lidé čelí, ve slovech a frázích, které používají. Poté jste doručili obsah na online fóra, která tito lidé preferují (podcasty, blogy, e-knihy, webové stránky a tak dále). Tento úžasný obsah navržený konkrétně pro vaše zákazníky bude indexován vyhledávači a ... to je vše. Už máte skvělý marketingový program založený na vyhledávacích!

Ale dokonce i skvělý program může mít užitek z cílevědomých vylepšení, takže v této kapitole budeme mluvit o tom, jak dále vytvářet a zlepšovat vaši strategii marketingu ve vyhledávacích. Začneme s několika základními definicemi:

- *Marketing ve vyhledávacích* znamená používání vyhledávačů k přímému oslovení zákazníků. Mezi vyhledávače patří jak obecné vyhledávače, jako jsou Google a Yahoo!, tak i vertikální vyhledávače, portály, které jsou specifické pro vaše odvětví nebo pro lidi, které se snažíte oslovit.
- *Optimalizace pro vyhledávače (SEO, Search Engine Optimization)* je umění a věda, sloužící tomu, aby slova a fráze na vašem webu, blogu a dalším online obsahu byla nalezena vyhledávači, a – jakmile jsou nalezena – k tomu, aby vaše stránka získala nejvyšší možné umístění ve výsledcích přirozeného hledání (tj. podle toho, co považuje algoritmus vyhledávače za nejdůležitější pro zadanou frázi).
- *Inzerce na vyhledávacích* je to, když marketér zaplatí za to, aby se reklama objevila ve vyhledávacích, když uživatel zadá konkrétní frázi, kterou si marketér „zakoupil“. Tato inzerce se obvykle objevuje ve formě malých textových reklam, které se objevují vedle přirozených výsledků vyhledávání pro konkrétní hledaný výraz. Google Adwords² a Yahoo! Search Marketing³ jsou dva velké marketingové programy vyhledávačů. Marketéři přihazují, aby byly jejich reklamy, založené na klíčových slovech a frázích, zobrazeny, čímž soutěží s ostatními, kteří chtějí ty stejné fráze. Vaše reklama se objeví někde v seznamu reklam pro danou frázi v závislosti na formuli použité vyhledávačem, který bere v úvahu dva hlavní faktory: kolik jste ochotni nabídnout za každou osobu, která klik-

2 <https://adwords.google.com/>

3 <http://searchmarketing.yahoo.com>

ne na reklamu plus vaše míra prokliků (počet lidí, kteří kliknou na vaši reklamu podělený počtem lidí, kteří ji vidí ve výsledcích vyhledávání).

Optimalizace pro vyhledávače

Podle mých zkušeností, lidé často nepochopí marketing ve vyhledávačích, protože existuje moře SEO firem, které mají na svědomí to, že se všechno zdá zatraceně komplikované. A ještě navíc mnoho (ale určitě ne všechny) SEO firem je tak trochu pochybných tím, že slibují hvězdné výsledky z obyčejného manipulování s klíčovými slovy na vaší stránce. Asi jste už viděli e-mailové spamy některých z těch prodejců hadího olejíčku (já jsem dostal stovky nevyžádaných e-mailů s titulky jako: „Nejlepší umístění na vyhledávačích zaručeno!“). Přičemž mnoho firem, zabývajících se marketingem ve vyhledávačích, jsou úplně solidní a přidávají ohromnou hodnotu do marketingových programů; jsem přesvědčen, že tím nejlepším, co můžete udělat, abyste zlepšili váš marketing ve vyhledávačích, je zaměřit se na vytvoření skvělého obsahu pro vaše zákazníky. Marketing ve vyhledávačích by neměl být záhadný a už určitě ne klamavý.

Nicméně spousta skutečně složitých věcí ale i maličkostí, které dělají dobrý marketing vyhledávačů skvělým, jsou mimo možnosti této krátké kapitoly. Mnoho výborných zdrojů vám může pomoci zjistit dokonce ještě více o složitosti marketingu ve vyhledávačích a obzvláště o podrobnostech pro algoritmy, které vyhledávače používají, jako například vaše URL, umístění určitých slov v obsahu, značky (tagy), metadata, vnitřní odkazy a další detaily. Tyto zdroje také doplňují naši diskusi v kapitole 10 o tom, jak určit vhodná klíčová slova a fráze. Skvělým místem, kde začít studovat optimalizaci pro vyhledávače, je Search Engine Watch,⁴ kde najdete zdroje a aktivní fóra, které můžete prozkoumávat. Také doporučuji knihu nazvanou Search Engine Marketing, Inc. od Mike Morana a Billa Hunta⁵. Abyste se dozvěděli více o inzerci na vyhledávačích, začněte s tutoriály a se stránkami často kladených dotazů na webech Google AdWords a Yahoo! Search Marketing.

4 <http://searchenginewatch.com/> nebo české www.seo-sem.cz, www.dobryweb.cz, interval.cz, www.vitdlouhy.cz a další (pozn. redakce)

5 pozn. redakce: nabízíme i knihu SEO – Search Engine Optimization, www.zonerpress.cz