

Jak se o eShop starat -

13. Reklama (PPC) a optimalizace (SEO)

Placená PPC reklama na internetu

Zkratka PPC znamená „pay per click“, česky platba za kliknutí. V praxi tedy platíte za to, že někdo klikne na vaši reklamu. Na těchto principech u nás funguje Sklik od Seznamu a Adwords od Googlu. Reklama se pak zobrazuje ve výsledcích vyhledávání jednotlivých vyhledávačů a také na webech, které propůjčily reklamní prostory zmíněným firmám.

U Skliku vám postačí váš stávající účet u Seznamu, zde máte odkaz pro přihlášení. Podobně můžete začít u Googlu na tomto odkazu. Vše můžete zkoušet, aniž byste cokoli platili. To musíte až ve chvíli, kdy chcete reklamní kampaň spustit a tak získat návštěvníky pro svůj elektronický obchod.

Nejdříve musíte vybrat klíčová slova, která souvisí s vaším zbožím. Tím se stává PPC reklama velmi dobře cílená na uživatele. Vaše reklama se bude zobrazovat právě na tato vyhledávaná slova. Na vás pak už je, jak vysoko se budete zobrazovat. I tady, podobně jako u placené verze Zboží.cz, platí, že čím více za proklik zaplatíte, tím bude vaše reklama víc vidět.

Důležité je nezapomenout na reklamní kampaň ihned po jejím spuštění. Pokud chcete opravdu uspět, musíte průběžně reklamu vyhodnocovat a upravovat. Jde o testování reklam, hledání nových klíčových slov (či úpravu stávajících) nebo úpravu vzhledu reklamy.

SEO optimalizace pro vyhledávače

Jde o způsob, jakým se můžete dostat na vyšší pozice ve vyhledávání, aniž byste museli využívat placených pozic PPC reklamy. Asi nejjednodušší rada, jak začít se SEO, je **optimalizovat texty** pro uživatele. Ke každému produktu zkuste napsat pár vlastních slov popisujících produkt, nekopírujte jen popis od výrobce a poctivě vyplňte metatagy (title, keywords a description).

Snažte si **vybudovat zpětné odkazy**, tedy odkazy z cizích stránek, které budou odkazovat na váš eShop. Pokud se stránky budou týkat alespoň okrajově vašeho tématu, je to lepší. Nebojte se ve svém oboru **radit na různých fórech a diskuzích**, kde můžete v podpisu uvést také odkaz na svůj eShop.

Používejte **alternativní texty k obrázkům** při jejich vkládání, např. do popisku zboží ho můžete v příslušném políčku vyplnit. Snažte se jednoduše a stručně vystihnout obsah obrázku, pokud použijete klíčová slova týkající se produktu nebo stránky, máte bod navíc!

POZOR! Snažte se nic nepřehánět a myslíte hlavně na to, že optimalizujete stránky pro uživatele a ne pro roboty. Cílem všech vyhledávačů je doporučit uživatelům stránky, které jsou pro ně příjemné a užitečné. Pokud toto vaše stránky splní, návštěvník vás najde, bude se na webu cítit dobře a třeba i nakoupí.