

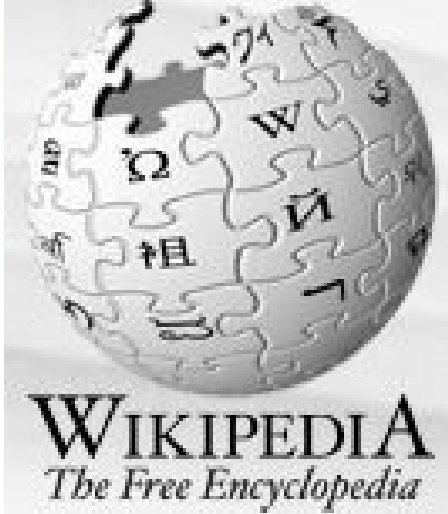
# Ефективност в онлайн рекламата чрез Landing Page



- Каква е реалността в момента, когато говорим за ефективност в онлайн рекламата ?
- Каква ефективност и цел предлагате на вашите клиенти ?



- Как измервате ефективността на Landing Page?
- Какви отчети и анализи предоставяте на клиента след края на интернет кампанията ?



- In online marketing a **landing page**, is the page that appears when a potential customer clicks on an advertisement or a search-engine result link.
- The page will usually display content that is a logical extension of the advertisement or link, and that is optimized to feature specific keywords or phrases for indexing by search engines.
- In pay per click (PPC) campaigns, the landing page will also be customized to measure the effectiveness of different advertisements.



- Каква е Целта на Landing Page
  - Мотивира, информира, убеждава
  - Продава
  - Реализира някакво действие (регистрация, обратна връзка...)
  - Събира информация за потребителите
  - Да позволи на потребителите да download пробна версия на софтуер или .pdf файлове с ценови оферти и т.н.
  - Изпращане информацията на свои приятели и познати
  - Да научат важна и ценна информация, възможност за публикуване на коментар или мнение – обратна връзка

# Структура на Landing Page



- Pre-Headline – два реда интродукция , точно над Headline
- Headline – трябва да съдържа три основни елемента:
  - Да грабне вниманието на потребителя
  - Да обясни целта на страницата / кампанията
  - Информация, която да съвпада с тази от рекламния банер или текстова реклама
- Body Structure
  - Paragraphs – кратки абзаци
  - Sentences – точни и ясни сентенции, а call to action действие
  - Bold subheadings – разяснение темата на параграфа
  - Bulleted Information – обобщение на важна информация от текста, трябва да бъде лесно за четене, без да бъде отегчително
- Използвайте снимки, но не прекалявайте с тях, не разсейвайте потребителите с ненужна информация
- Оптимизирайте съдържанието и ключовите думи (SEO)
- Форма за “Call to Action”



You are here: [www.ing.be](http://www.ing.be) > request ING Lion Account

[NL](#) | [FR](#) | [EN](#)

## Your free current account

ING Lion Account for private use | [Professional use?](#)

### ► Easy

You open your account **directly online**. Very handy when you have a packed professional and private life!

### ► Free

One bank card by holder with Maestro and Proton functions, access to Home'Bank, the e-banking software package, transactions and ING ATM withdrawals (0,05 per withdrawal at non-ING ATM).

### ► Handy

Consult the balance of your accounts or make a last-minute payment. You manage your ING Lion Account the way you want to: online, **24 hours a day, 7 days a week!**

### ► 100% electronic

The ING Lion Account is reserved for customers who wish to use **electronic channels** exclusively (Self'Bank, Phone'Bank, Home'Bank). Because of this, some counter transactions are not possible (such as withdrawals, payments, transfers, etc.).

► [More info](#)



## Open here your free online current account!

First name\*  Name\*

E-mail\*

Yes, I authorise ING to send me information via e-mail.

[Start your application](#)



\* Required fields

# Пример за Landing Page



**GMAC Mortgage**

[Log On](#) | [Site Map](#) | [Contact Us](#) | [Help](#)

[Search](#)

[Home](#) [Purchase](#) [Refinance](#) [Home Equity](#) [Check Rates](#) [Calculators](#) [Resource Center](#) [My Account](#)

✓ Refinance ✓ Home Equity ✓ Purchase

Rates as low as

**5.788** %  
APR

**GET STARTED**

[Assumptions]



or call 1.866.510.9570



" We are very pleased to have GMAC Mortgage as our mortgage company. You have excellent personnel to help or answer any questions. Other businesses should be like yours. "

George K., Alger, MI

[Privacy](#) | [Legal Information](#) | [Auto Insurance](#) | [Contact Us](#) | [About Us](#) | [Careers](#) | [Site Map](#)



© 2008 GMAC Mortgage, LLC (f/k/a GMAC Mortgage Corporation). All rights reserved.  
GMAC is a registered service mark.





- Измервайте поведението на потребителите
- Използвайте програми като Google Analytics
- Всяка информация за потребителите е изключително важна:
  - Продажби, регистрации, попълнени заявки
  - Bounce Rate на страницата
  - Брой уникални посетители
  - Импресии на страницата
  - New vs. Returning посетители
  - Лоялност на посетителите (1 times, 2 times...)
  - Ресенсу – чистота на посещенията, след първото посещение
  - Време на престой
  - Дълбочина на сесията, колко вътрешни страници е посетил потребителя



- Източници на трафик – от кой рекламен инструмент идват най-много потребители, които са направили желаното от вас действие
  - Директен трафик
  - Referring sites
  - Търсачки
- Ключови думи – по кои ключови думи ви намират
- Goals – Действие
- Мониторване пътя на потребителя до реализиране на желаното действието - “Funnel Path” и измерване чистота на завършване на целия път



- Направете няколко Landing Pages, с малки разлики и вижте коя е най-ефективната
- Тествайте - променете заглавие, булети, снимки, бутони и т.н., направете A/B Testing
- Използвайте инструменти като Google Web Site Optimizer, Gemius Direct Effect



- Анализирайте резултатите
- Получете обратна връзка от рекламодателя
- Изпратете детайлен отчет
- Предложете нови решения и идеи за следващи кампании





- Най-често допусканите грешки при реализиране на онлайн кампании:
  - Линка от рекламния банер или текстовата реклама води към Home Page на дадения рекламодаател
  - Не се създава специално за целите на рекламната кампания Landing Page
  - Не се определя каква ще е желаната ефективност
  - Не се измерва и анализира поведението на потребителите посетили Landing Page
  - Много често информацията на Landing Page не съвпада с тази от рекламата
  - Много често на Landing Page има много ненужна и объркваща посетителя информация



- Тествайте, Тествайте, Тествайте
  - Поставете ясни цели на кампанията
  - Измерайте ефективността на Landing Page
  - Винаги създавайте специално за целите на кампанията Landing Page
  - Винаги искайте и търсете обратна връзка от рекламодателя за ефективността на кампанията
  - Рекламодатели: търсете дигитални агенции, които ви предлагат цялостни завършени интернет стратегии
  - Дигитални агенции: обединете интернет креатива и медия планирането. Обучавайте клиентите си
  - Онлайн медии: консултирайте агенциите за възможностите на онлайн рекламата. Предлагайте измерими рекламни решения



... Landing Page е ключов фактор

за успеха на всяка една



Дигитална агенция Interactive Share

Управител: Мартин Попов

Email: [martin.popov@interactive-share.com](mailto:martin.popov@interactive-share.com)

