

TOP 10 trendů v PPC reklamě pro rok 2019 – stručně a přehledně

Loňský rok byl dalším velkým rokem ve světě PPC reklamy. Na Googlu se odehrály obrovské změny. Služba Google AdWords byla rebrandována na Google Ads. To s sebou přineslo nové rozhraní a spuštění řady nových typů kampaní, funkcí, vylepšení, možností cílení a nástrojů. Nezahálely ani další reklamní platformy. Amazon zvýšil svůj podíl na trhu online reklamy, Bing Ads přišly s novými funkcemi. Pozadu nezůstal ani tuzemský Sklik, který mimo jiné přinesl kombinovanou reklamu či Branding. Jakým směrem se ale bude ubírat PPC reklama v roce 2019? Na to se zaměřila agentura LCG New Media.

1. Publikum, nikoliv klíčová slova

Význam klíčových slov, jako primárního způsobu cílení reklam, bude slábnout. Klíčem k úspěchu v roce 2019 a letech následujících bude vytvoření detailní strategie různých seznamů publik a vymyšlení způsobů, jakým je můžeme oslovit.

2. Automatizace

Společnost Google uvedla, že reklamy ve vyhledávací síti by měly být „reklamy, které fungují pro všechny“. Proto Google bude pomocí nových vylepšení inzerenty tlačit do větší automatizace správy kampaní. Neznamená to ovšem, že automatizace zcela nahradí lidi.

Pokud ale trávíte hodně času na opakovaných úkolech, jako je sledování nabídek nebo hlášení, měli byste začít více automatizovat a věnovat více času tomu, co je skutečně důležité - vašim zákazníkům.

3. Role správců PPC kampaní

Se stále se rozšiřující automatizací nebude klesat význam správců kampaní. Jen budou více času věnovat vymýšlení marketingových strategií, vyhodnocování reklam a kombinování více reklamních systémů.

4. Multi-channel marketing

V roce 2019 více než kdy předtím bude velká pozornost věnována kombinování více marketingových kanálů a různých reklamních platforem.

Vzhledem k tomu, že svět vyhledávání, sociálních sítí a elektronického obchodování se spojují dohromady, budou chtít firmy mít přehled o pohybu zákazníka v průběhu celého nákupního cyklu a ve správný okamžik ho oslovit.

5. Reklamy

S rozšířením textových inzerátů o další nadpis a popis bude potřeba tvorby reklamních textů věnovat mnohem více pozornosti než doposud.

6. Video

Video je již několik let stále oblíbenějším typem obsahu. Proto bychom video reklamu, především na mobilních zařízeních, rozhodně neměli přehlížet.

7. Remarketing

Také v roce 2019 bude remarketing velmi účinným typem reklamy. Ve srovnání s klasickou obsahovou reklamou dosahuje vyššího CTR a konverzního poměru.

8. Budování značky

Následující rok bude také o budování značky. V poslední době se inzerenti tak moc zaměřili na výkonnost kampaní a návratnost investic, že zapomínají, že stejně důležité je také usilovat o posilování loajality ke značce.

9. Alternativní reklamní platformy

Více než kdy jindy bude důležité diverzifikovat rozpočty do více reklamních platform. Reklama na Facebooku, Amazonu, Bing, LinkedIn či Pinterest bude stále rozšířenější.

10. Nové typy reklam, rozšíření a funkcí

Není pochyb o tom, že vzniknou další reklamní formáty a způsoby oslovení zákazníků. Očekává se, že reklamy začnou pronikat i do jiných služeb společnosti Google či Bing, jako jsou např. mapy.

Ať už se předpovědi naplní či ne, jistě nás v PPC reklamě čeká další zajímavý rok.

Kontakt pro média:

Martin Eckstein

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: martin@eckstein.cz

O LCG NEW MEDIA:

LCG New Media je fullservisová digitální agentura specializující se na brandovo-výkonnostní kampaně. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v digitálním prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní, brandové nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizitních kanálů a budování značky skrze sociální sítě a influencer marketingu. Jsme partnerem Google. Pro naše klienty řídíme kampaně na území Evropy, Ruska a US. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Více informací na www.lcgnewmedia.cz/.
