

Tisková zpráva

Praha, 13. ledna 2022

Google oznámil konec rozšířených textových reklam

Již před časem skončilo v Google Ads snadné přidávání klasických textových reklam ve formátu tři nadpisy a dva popisky. Nyní Google oznámil termín ukončení tohoto formátu, na 30. června 2022. Co to bude znamenat pro marketéry a správce kampaní, proč mají responzivní kampaně lepší výsledky a jak využít smart kampaně, popisuje analýza fullservisové digitální agentury LCG New Media.

Skončí tedy textové reklamy úplně? Ne tak docela. Nebude možné je vytvářet ani upravovat, bude možné je pouze pozastavit, obnovit či odstranit. V aukci tedy zůstanou i nadále, nicméně se nedá předpokládat, že si do budoucna udrží svůj výkon. Dle statistik dokážou Google responzivní kampaně už teď získat v průměru o 7 % více konverzí. V praxi bývá toto číslo ještě vyšší a během příštího léta lze očekávat jeho další nárůst.

Lepší výsledky responzivních kampaní

Google ve svém sdělení přiznal, že textové reklamy nedokážou v aukcích udržet krok s dobou. Denně ve vyhledávači přistane 15 % nových, dosud nehledaných klíčových slov a je tak nejvyšší čas dát prostor automatizaci. Do responzivní kampaně můžete vložit až 15 nadpisů a 4 popisky. Taková kampaň tak má v aukci na daný vyhledávací dotaz logicky šanci na větší úspěch, navíc dokáže soutěžit v několika různých relevantních aukcích.

Milovníci dostihů a sázek asi zapláčou, ale u responzivních kampaní už nepocítíte ten lehký adrenalin a několikadenní sledování, zda se kampaň rozběhla. Zde svého koně připravujete ještě ve stáji. Díky předpokladu síly reklamy před spuštěním víte, zda výkon kampaně bude nízký, průměrný či skvělý. Otáčky tachometru síly reklamy se otáčí s relevantností, použitím klíčových slov v nadpisech a také s výjimečností. Otřepané fráze už přes tuto funkci neprojdou.

Úplná kontrola nad zobrazovaným textem

Jeden z důvodů, proč byly rozšířené textové reklamy milovány, byly statické pozice v nadpisech a popiskách. Tvůrci měli úplnou kontrolu nad tím, jak se kampaň potencionálním zákazníkům zobrazuje, existovala nepsaná pravidla, díky kterým měly kampaně jednotný řád: první místo se týkalo produktu nebo kategorie, druhé místo mělo za úkol získat zájem a třetí místo bylo určeno pro brand. Tuto kontrolu je možné zachovat u responzivní kampaně pomocí připnutí nadpisu k dané pozici. Bohužel to ale výrazně sníží sílu reklamy. Nadpisy a popisky tedy musí být připraveny s větší promyšleností a připraveností, aby navzájem v každé pozici dávaly smysl. Je třeba přenechat důvěru Googlu a jeho snaze přinášet uživatelům co nejrelevantnější obsah. S tím také souvisí nechávání klíčových slov ve volné shodě v kombinaci s chytrými nabídkami.

„Tak tam hod’me smartku!“

Tahle věta vyvolává rozpaky, jedni si bez ní strukturu kampaní neumí představit, druhým se z ní dělá mdlo. U smart kampaně se vytváří stejně jako u rozšířené textové reklamy tři nadpisy a dva popisky. Google tvůrce stejně jako u starého modelu propagace ve vyhledávání vybízí k přidání až tří textových reklam pro větší úspěch. Rozdílem zůstává,

že smart kampaň nehledí na frázovou či dokonce přesnou shodu klíčových slov. Místo toho vybraná klíčová slova bere jako témata, pomocí kterých se dostane ke konverzi nadefinované z Google Analytics a dostane se z vyhledávání i do obsahové části, na YouTube nebo do Gmailu.

LCG New Media je fullservisová digitální agentura specializující se na brandovo-výkonnostní kampaně. Mezi aktuální klienty patří BAYER, PANDORA, STOCK, HONOR, CinemaCity, Schuelke, festivaly HradycZ, MAPO Group, Nemocnice Šumperk, Loterie Korunka, Festo, Bondster, Perrigo, Bartida a další firmy. V referencích má agentura společnosti jako Omega Pharma, OC Galerie Harfa, Armáda ČR, Správa železnic, Bubbleology, Edenred, Grandhotel Pupp, BTL, Tour Espana, ERV pojišťovna, ERGO, BigBoard nebo Ferring. V roce 2020 se agentura stala absolutním vítězem soutěže WebTop100 se svou kampaní na podporu dárcovství plazmy pro klienta MAPO plasma. Více informací najdete na www.lcgnewmedia.cz.

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, leadové, brandové nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizitních kanálů a budování značky skrze sociální sítě a influencer marketingu. Jsme partnerem Google a Facebook. 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/.
