



# Czy wiesz, że Twoja firma potrzebuje reklamy w Internecie?

data aktualizacji: 2024.07.31



**Jeśli czytasz ten tekst, Twoja odpowiedź na pewno jest twierdząca. Pytanie tylko, jakiej dokładnie reklamy potrzebuje Twoja firma w Internecie? Ten ostatni zmienia się przecież dynamicznie. Czas odruchowo pomijanych banerów i przypadkowych reklam się skończył. Pora na SEM oraz na dotarcie do osób aktywnych zawodowo.**

## Czym jest SEM?

Zapewne znane jest Ci pojęcie SEO (Search Engine Optimization). A czy wiesz, czym jest [SEM](#)? Skrót ten oznacza Search Engine Marketing, czyli po prostu marketing w wyszukiwarkach internetowych. SEM to niejako najlepsze z „obu światów”: pozycjonowanie oparte o SEO (strona spełnia intencje użytkowników i zajmuje wysokie pozycje w organicznych wynikach wyszukiwania), połączone z płatnymi reklamami typu PPC, czyli Pay Per Click (po wpisaniu słowa kluczowego, strona wyświetla się na górze wyników, a reklamodawca płaci dopiero za kliknięcie użytkownika w ów wynik). **Razem tworzą kompleksową strategię - działania w ramach SEM wspierają dział handlowy Twojej firmy na każdym etapie tzw. lejka sprzedażowego.** Jeśli mielibyśmy sprowadzić rzecz do jednego wzoru, byłoby to więc: SEM = SEO+PPC.

Bardzo ważne jest tu precyzyjne targetowanie odbiorców - chodzi o to, by reklamy Twoich

produktów bądź usług docierały wyłącznie do zainteresowanych nimi osób. Jak dotrzeć do ich największej grupy? Tutaj dotykamy istoty SEM i jego przewagi nad izolowanymi SEO oraz PPC. SEM oferuje bowiem, jak wspomnieliśmy wcześniej, organiczne wyszukiwania Twoich przyszłych klientów połączone z płatną reklamą. **Co ważne, strategia SEM to zawsze mierzalne rezultaty - na każdym etapie agencja odpowiedzialna za SEM Twojej firmy śledzi efekty działań i niemal w czasie rzeczywistym optymalizuje te działania, by osiągnąć jak najlepsze rezultaty.**

## Komu powierzyć działania SEM?

To bardzo ważne pytanie. SEM jest oczywiście świetną strategią, ale tylko w rękach sprawdzonego zespołu ekspertów. Ci najlepsi, zanim zaczną działać, nastawiają się najpierw na... słuchanie. Ciebie oczywiście. Poproszą Cię, żeby opowiedzieć im o swojej działalności. Ważny jest przecież tzw. „core” Twojej firmy - tylko Ty rozumiesz go najlepiej. **To wszystko powinno odbyć się w ramach darmowej konsultacji (to pierwszy wyznacznik dobrej agencji zajmującej się SEM, innym jest transparentność działań: na bieżąco informują cię o postępach kampanii i poniesionych kosztach).** Co następuje później? W dużym skrócie:

- **opracowanie strategii SEO**, której efektem będzie optymalizacja Twojej strony internetowej pod kątem najpopularniejszych wyszukiwarek;
- **przygotowanie kampanii PPC**, w jej ramach stworzone zostaną efektywne (a nie tylko efektowne) reklamy, które dotrą do Twoich potencjalnych klientów;
- **monitoring i optymalizacja**, sens tych dwóch słów sprowadza się do analizowania rezultatów działań opisanych powyżej, a wszystko po to, żeby zapewnić Ci maksymalny zwrot z inwestycji.

Komu więc powierzyć działania typu SEM? **Tylko firmie, która dysponuje odpowiednim doświadczeniem przekładającym się na branżową wiedzę.** Zwróć uwagę, czy firma ta posiada doświadczenia w działaniach B2B i B2C. Sprawdź też zakładki typu „pracowaliśmy dla/zaufali nam” - im więcej uznanych marek tam znajdziesz, tym bardziej może oznaczać to, że agencja tworzy efektywne strategie oparte na spersonalizowanych działaniach przynoszących wymierne rezultaty.

## LinkedIn Ads

Jak dotrzeć do kilku milionów najbardziej wartościowych odbiorców zaangażowanych biznesowo? **Warto wybrać [LinkedIn Ads](#) - świetne narzędzie promocji firm, dla których istotny jest profesjonalny wizerunek i precyzyjne targetowanie.** To ostatnie jest możliwe, ponieważ LinkedIn jest medium społecznościowym, którego osoby korzystające z tego kanału dostarczają szczegółowych informacji dotyczących sfery związanej z pracą: stanowiska i funkcji w organizacji, CV, wykształcenia, kompetencji i zainteresowań zawodowych.

**Profile osób użytkujących LinkedIn połączone są z profilami firm - dzięki temu LinkedIn Ads stanowią rewelacyjne narzędzie do działań marketingowych B2B oraz oczywiście do przeprowadzania procesów rekrutacyjnych.** Zgodnie ze specjalistycznym charakterem opisywanej platformy, reklamy na niej obecne występują w kilku formatach określanych przez trzy główne kategorie: świadomość, zainteresowanie i konwersję. Wspomniane formaty to:

- **Text Ads** - reklamy tekstowe wyświetlane wyłącznie na desktopie;
- **Sponsored Content** - treści sponsorowane pojawiają w aktualnościach grupy docelowej;
- **Dynamic Ads** - dynamiczne reklamy z treścią dopasowaną do odbiorcy. Mogą skupiać się na pozyskiwaniu obserwujących (Follower Ads), promowaniu produktu czy usługi (Spotlight Ads)

lub wydarzenia (Event Ads);

- **Message Ads** - wiadomości wysyłane bezpośrednio do skrzynek odbiorczych, mogą być rozwijane w konwersację (Conversation Ads).

Każda firma jest unikalna, taka też powinna być jej strategia reklamowa w Internecie. **Strategie oparte o SEM i LinkedIn Ads sprawią, że dotrzesz do jak największej liczby swoich potencjalnych klientów.** Jeśli oczywiście kampanię tego typu powierzysz najlepszym w branży.

*Material partnera.*

Źródło: <https://www.infoilawa.pl/aktualnosci/item/75400-czy-wiesz-ze-twoja-firma-potrzebuje-reklamy-w-internecie>