

Akademia Młodego Ekonomisty



TRENDY W E-BIZNESIE

dr Michał Kucia

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
15 listopada 2010 r.

Organizatorzy



AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSIY.PL

Pojęcia

- E-biznes
- Internet
- Model biznesowy
- Model reklamowy
- Link płatny (boksy reklamowe)
- Model reklamowy – Google AdSense
- Zawężanie emisji – targetowanie

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSIY.PL

E-biznes

E-biznes jest to rodzaj działalności gospodarczej opartej głównie na rozwiązaniach teleinformatycznych – zazwyczaj na aplikacjach internetowych.

E-biznes to „trend”, który stanowi bazę umożliwiającą sprawne i efektywne prowadzenie działalności gospodarczej z wykorzystaniem technologii internetowych i nowych kanałów dystrybucji.

Internet

...to globalna sieć komputerowa lub inaczej światowy system sieci komputerowych.

Internet nie ma jądra, centralnego miejsca w sieci, a sam system składa się z tysięcy niezależnych podsieci (małych sieci komputerów) łączonych większymi bądź mniejszymi łączami telekomunikacyjnymi.

Model biznesowy

Model biznesowy to przyjęta przez firmę metoda powiększania i wykorzystywania zasobów w celu przedstawienia klientom oferty produktów i usług, której wartość przewyższa ofertę konkurencji i która jednocześnie zapewnia firmie dochodowość.

Model reklamowy

W **modelu reklamowym** (*advertising model*) właściciel witryny WWW udostępnia atrakcyjne treści i usługi w celu przyciągnięcia internautów.

Źródłem dochodów są opłaty pobierane od reklamodawców za zamieszczanie bannerów, stałych przycisków (*permanent buttons*) i innych form reklamy umożliwiających dotarcie z przesłaniem firmy/osób do osób odwiedzających strony internetowe np. Google.

Model reklamowy pozwala włączyć się do rywalizacji na rynku niemal każdej osobie, która dysponuje atrakcyjną witryną internetową!!!

Link płatny – boksy reklamowe

Linki sponsorowane (boksy sponsorowane) to płatne reklamy oferowane przez wyszukiwarki.

Charakterystyczne dla boksów reklamowych jest PPC (pay per click) - „koszt za kliknięcie”.

Oznacza to, że zleceniodawca/reklamodawca płaci jedynie za wejście na stronę www dzięki linkom, ale nie płaci za wyświetlenie tej reklamy.

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSIY.PL

Boksy reklamowe w Google

The screenshot shows a Google search for "kotek filemon". The search bar contains the text "kotek filemon" and a "Szukaj" button. Below the search bar, it says "Około 811 wyników (0,08 s)". The search results include a sponsored advertisement for "AME Akademia Młodego Ekonomisty Wiedza i zabawa www.gimiversity.pl Śląskie". A blue arrow points to the advertisement box.

- Czy można to zrobić samemu?
- Czy jest to trudne?
- Ile to kosztuje?

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSIY.PL

Model reklamowy - Google AdSense

Google AdSense umożliwia wydawcom witryn internetowych (niezależnie od ich wielkości) „bezpłatne” i łatwe zarabianie pieniędzy na wyświetlaniu w witrynach trafnych reklam Google.

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSITY.PL

Metody zawężania emisji (targetowania reklamy)

Targetowanie proste czyli możliwość zawężenia emisji do wybranych dni tygodnia, wybranych zakresów godzinowych czy nawet rodzajów przeglądarki użytkownika.

Capping to limit emisji jednej reklamy dla jednego użytkownika.

Targetowanie złożone:

Geotargeting – pozwala na emisję reklam w obrębie całej sieci tylko tym użytkownikom, którzy łączą się z Internetem z wybranego regionu kraju lub miasta.

Meteotargeting to serwowanie reklamy w zależności od aktualnej pogody w wybranym rejonie kraju.

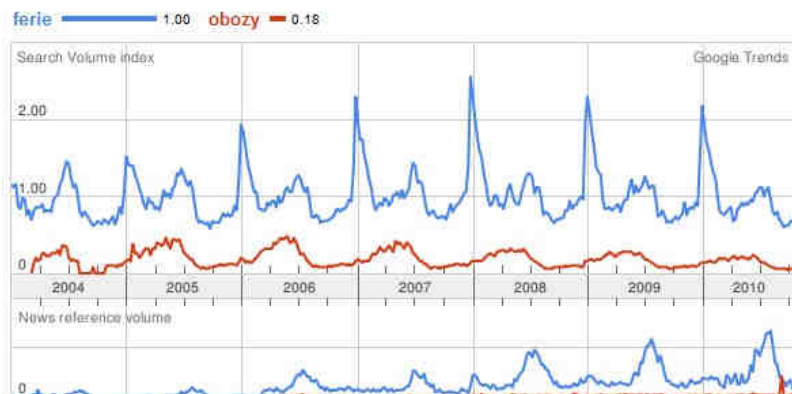
Retargeting to reklama adresowana do użytkowników, którzy już wykonali czynność założoną przez reklamodawcę.

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSITY.PL

Kiedy „ruszyć” z promocją w sieci?

Na to pytanie odpowie Google Trends - www.google.com/trends



AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSITY.PL

Jak sprawdzić efektywność naszych działań?

$$\text{CTR} = \frac{\text{liczba kliknięć w formę reklamową}}{\text{liczba odsłon formy reklamowej}} \times 100\%$$

CTR (*Click Through Rate*) to jedna z najpopularniejszych miar skuteczności wykorzystania danej formy reklamowej. Określa ona stosunek reklam "klikniętych" do całkowitej liczby wyemitowanych reklam (np. boksów reklamowych).

Wartość ta podawana jest najczęściej w procentach i zazwyczaj oscyluje w okolicy 0-10 % procent, im wyższa wartość tego wskaźnika, tym wyższa skuteczność danej formy reklamowej.

Innym ważnym wskaźnikiem jest CPA – określa stosunek wykonanych założeń reklamowych (kliknąłem reklamę obozu wędrownego i zapisałem się na obóz) do całkowitej liczby wyemitowanych reklam (reklamy obozu).

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSITY.PL

WASZE ZADANIE

Zaprojektować boks reklamowy fajnego obozu zimowego/letniego (narciarskiego/żeglarskiego)

w tym:

- zaprojektować boks – podać link – np. www.zagle.pl
- określić słowa kluczowe (np. obóz żeglarki itd.)
- gdzie i kiedy ma się wyświetlać boks reklamowy?
- jak będziemy badać skuteczność naszego boksa?