

PPC sau SEO?

Beneficiile pe termen lung al unei ajustari SEO

SEO si PPC sunt tehnici de marketing care va pot aduce trafic pe site-ul dumneavoastra. Reclamele PPC, sau Plata Pe Click, sunt o cale de a „cumpara” vizitatori pentru site-ul companiei prin licitarea unor anunturi plasate in paginile rezultatelor cautarii dupa anumite cuvinte-cheie. SEO este o cale naturala de a obtine clasari de top in motoarele de cautare prin crearea unui site bogat in cuvinte-cheie si avand o infrastructura solida de linkuri. Dar care metoda este cea mai adecvata pentru compania dumneavoastra?

Desi atat tacticile de marketing PPC cat si cele SEO au avantaje, optimizarea naturala pentru motoare de cautare tinde sa aiba o rata de profit fata de investitie (return of investment - ROI) mai mare de-a lungul timpului. Defapt, un studiu a JupiterResearch a aratat ca acele companii care folosesc atat campanii PPC cat si SEO au un ROI mult mai mare decat cele care folosesc doar optimizarea naturala. Utilizatorii tind sa aibe incredere in rezultatele naturale ale motoarelor de cautare ca fiind informatia de care au nevoie si au tendinta de a urma un link din aceasta lista de rezultate naturale.

Desi apelarea la o firma SEO pentru a obtine o pozitionare cat mai inalta pentru site-ul dumneavoastra necesita o investitie initiala mai mare decat initierea unei campanii PPC, SEO ofera un venit substantial mai bun de-a lungul timpului. Dupa investitia initiala, site-ul SEO va necesita investitii ulterioare apropiate de zero pentru a continua sa atraga trafic motivat. Printr-o campanie PPC, pe de alta parte, de indata ce incetati investitia, inceteaza si traficul venind dinspre motoarele de cautare.

Este o eroare des intalnita a crede ca aceste campanii PPC sunt mai usor de condus decat o campanie SEO. Nimic nu poate fi mai departe de adevar. Pentru a mentine o campanie PPC, compania dumneavoastra trebuie sa investeasca mult timp, bani si efort pentru a analiza campania, a calcula licitatiile si sa scrie noi si noi reclame. SEO necesita o investitie de timp si experienta, PPC necesita timp, experienta si flux constant de bani.

Inca un dezavantaj al PPC este o crestere a fraudei de clickuri. Aceasta este un atac asupra unei campanii PPC pentru a-i distruge profitabilitatea. Un exemplu ar fi un script automat care sa dea click pe linkurile concurenteii extrem de des, costandu-i sume mari de bani dar neprimind defapt nici un trafic pe site. Alt tip de frauda ar fi cautarea repetata fara a da efectiv click pe linkuri PPC, care poate cauza reclamele sa fie inlaturate pentru ca au o rata de afisare/click prea mica. Desi motoarele de cautare fac tot posibilul sa evite aceste fraude, este imposibil sa fie evitate in totalitate. Rezultatele naturale SEO sunt imune la astfel de atacuri.

In schimb campania PPC este adusa la adevarata sa valoare doar in combinatie cu o campanie SEO. Campaniile PPC se pornesc rapid, chiar si in mai putin de 15 minute. Campaniile SEO, pe de alta parte, pot dura pana la trei luni pana incep sa dea rezultate. Campania PPC poate incepe sa aduca trafic pe site inaintea campaniei SEO. PPC poate de asemenea sa primeasca pozitii de top in motoarele de cautare prin aceleasi cuvinte-cheie folosite in SEO. In cele din urma, PPC poate intari pozitia site-ului bazata pe cuvintele-cheie. Utilizatorii motoarelor de cautare vad rezultatele atat in listele naturale cat si in coloana destinata PPC, si se simt mult mai increzatori decat daca vor gasi un singur rezultat.

Pentru a lua legatura cu un expert SEO care va poate ajuta compania sa obtine pozitii de top in motoarele de cautare pentru cele mai importante cuvinte cheie, completati astazi formularul online.