



In mintea clientului: Ce se ascunde in spatele cautarilor pe Google?



In mintea clientului: Ce se ascunde in spatele cautarilor pe Google?



Nevoi = cerintele primare (si nu numai) ale fiintei umane



Dorinte = nevoile dirijate spre obiecte concrete care satisfac dorinta in cauza



Cerinte = dorinte de a obtine un produs, sustinute prin capacitatea de a plati pentru obtinerea lui



Cand platim pentru trafic ne dorim:

1. Cat mai mult trafic si cat mai ieftin
2. Trafic cat mai targetat (Calitate)
3. Ca fiecare utilizator sa faca ceva (sa cumpere, sa se aboneze la newsletter etc.)

Cum facem o campanie de Google AdWords extrem de targetata si care sa converteasca?



1. Reclama scrisa pentru mindset-ul clientulu
2. Reclama scrisa pentru personalitatea clientului
3. Landing page

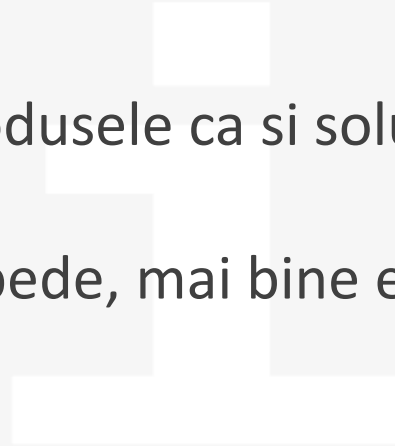
Mindset-ul cumparatorului:

- Informational / Navigare
- Research / Review / Comparare
- Actiune / Cumparare



Informational (Nevoia):

- Stie ce nevoie/problema are si cauta solutii
- Tinde sa foloseasca cuvinte cheie care descriu nevoia
- Cuvinte cheie broad
- Landing page-ul trebuie sa prezinte produsele ca si solutii la problema cumparatorului
- Arata cum rezolva produsul tau mai repede, mai bine etc.



Research (Dorinta):

- Stie ce produs vrea insa nu e decis care solutie este cea mai buna
- Are nevoie sa fie ajutat sa se decida
- Cuvintele cheie potrivite: review, cel mai bun, vs
- Landing page-ul: care dintre solutiile prezentate e cea mai buna pentru el

Cumparare (Cererea):

- Stiu care este produsul cel mai bun pentru ei
- Nu stiu de unde sa-l cumpere; care e cea mai buna oferta
- Cuvinte cheie: cumpara, ieftin, oferta, promotie
- Landing page: il convingi ca tu esti cea mai buna alegere pentru produsul pe care il doreste

Personalitatea

1. Metodic

2. Spontan

3. Umanistic

4. Competitiv

Metodic

- Partea de research e foarte importanta.
- Este sceptic in ceea ce priveste concursurile, livrarile gratuite si politica de retur.
- li place sa analizeze comparativ produsele pentru a putea lua o decizi rationala.
- Vrea sa stie cum il va ajuta produsul.
- li place sa cunoasca cu acuratete detalii, specificatii, dovezi clare etc.

Reclame

Te Doare Spatele?

Vei Fi Surprins Sa Afli De Ce.

Descopera De Unde Provine Durerea.

X vs Y

Analiza Completa. 84,3% Aleg X
si durerea de spate dispare.

Alege X Cu Incredere

Recomandat De Asociatia Ortopezilor.

Contine 17 Substante Active.



Spontan

- De ce trebuie sau de ce nu trebuie sa cumpar acest lucru acum?
- Prefera deciziile rapide
- Raspunde la reduceri, discount-uri, oferte de stoc sau de timp limitate
- E interesat de livrare rapida
- li place sa stie ca sunt multe review-uri dar nu le si citeste neaparat

Reclame

Durerea De Spate Dispare
AZI. Produsul Pe Care L-ai Asteptat.
Doar 23 De Produse Pe Stoc.

De Ce X?
Nu Te Plictsim Cu Detalii. 84,3%
Aleg X Si Durerea De Spate Dispare.

Comanda X Acum
3 Motive Ca Sa Te Hotarasti Pe Loc.
Livrare Rapida In 24 De Ore.

Umanist

- Nu se grabeste
- li plac marturiile reale (video, audio)
- Vrea sa afle despre experienta altora cu acest produs
- Cauta cadoul perfect
- li pasa de ceea ce spun altii
- Apreciaza suportul live si interactiunea



Reclame

X – alegerea ideala

X a fost votat cel mai bun remediu
pentru durerea de sptate

Nu esti hotarat?

X si Y au schimbat vietile oamenilor.
Citeste acest studiu despre beneficii.

Comanda X

Discuta live cu un doctor pentru a
stabili doza care ti se potriveste

Competitiv

- Se bazeaza pe logica si este rapid in gandire
- Ii place sa fie primul care are produsul
- Raspunde la noutati, best seller-uri
- Nu ii place sa cerceteze in amanunt
- Prefera rezumatele



Reclame

Durerea De Spate
Are Acum Cel Mai Puternic
Inamic. Va Presentam x!

Durerea De Spate: X sau Y
Alege X Si Prietenii Tai Te
Vor Invidia Pentru Flexibilitatea Ta.

Durerea De Spate
Poate Disparea Chiar Maine. Comanda
Azi La Cel Mai Mic Pret.

Multumesc.

real life: Bogdan

twitter: @bogdanaron

email: bogdan.aron@trafic.ro