

# **10 lucruri pe care (poate:) nu le stiai despre SEo si PPC**

**1. Nu toate cautarile  
sunt egale.**

100%

90%

80%

70%

60%

50%

40%

30%

20%

10%

0%

**Retail****Technology****Travel****Finance & Real Estate**

50%

73%

80%

52%

 Romania - % of purchasers who used a search engine to do research before purchasing

Race: People who purchased the product/service and are part of the online population

**Marketizator**  
THE 3 IN 1 CONVERSION SUITE

# Vizitatori fara intenție de cumpărare:

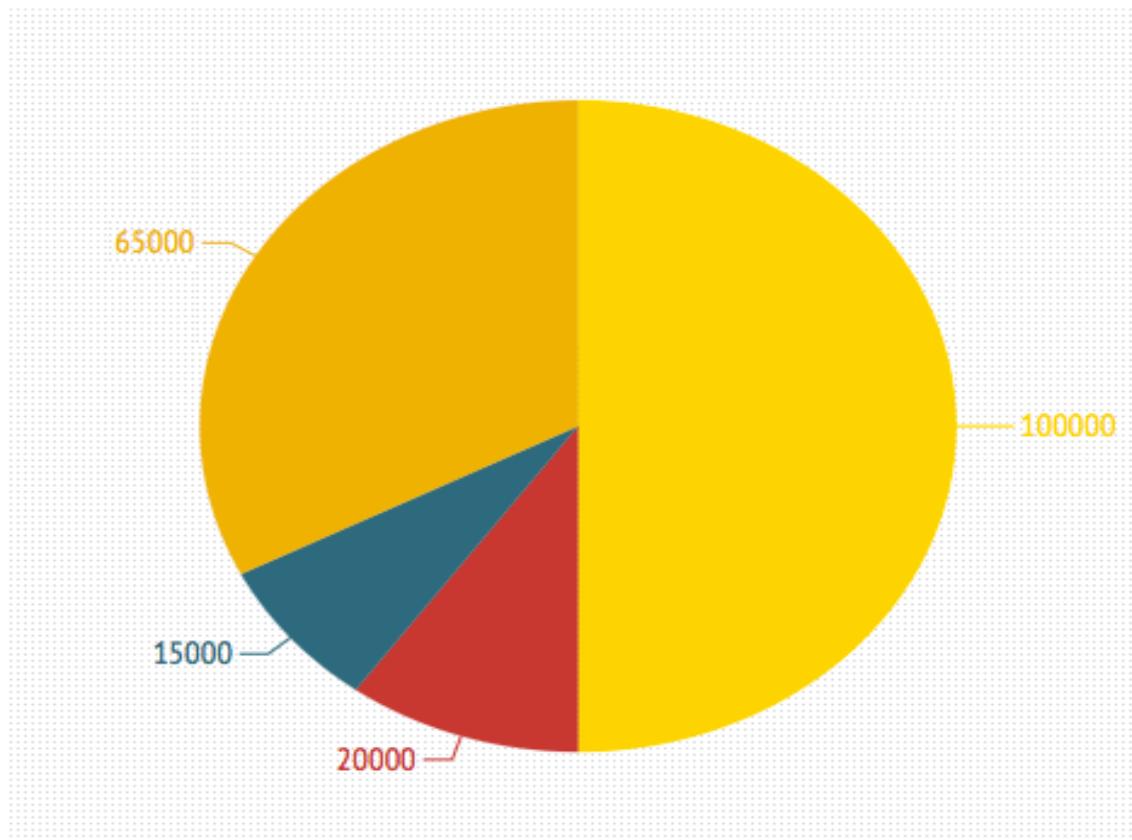


## 2. Ce e ala SPI?



# Search-penetration index

● Total searches ○ Total searches my key category ○ SPI



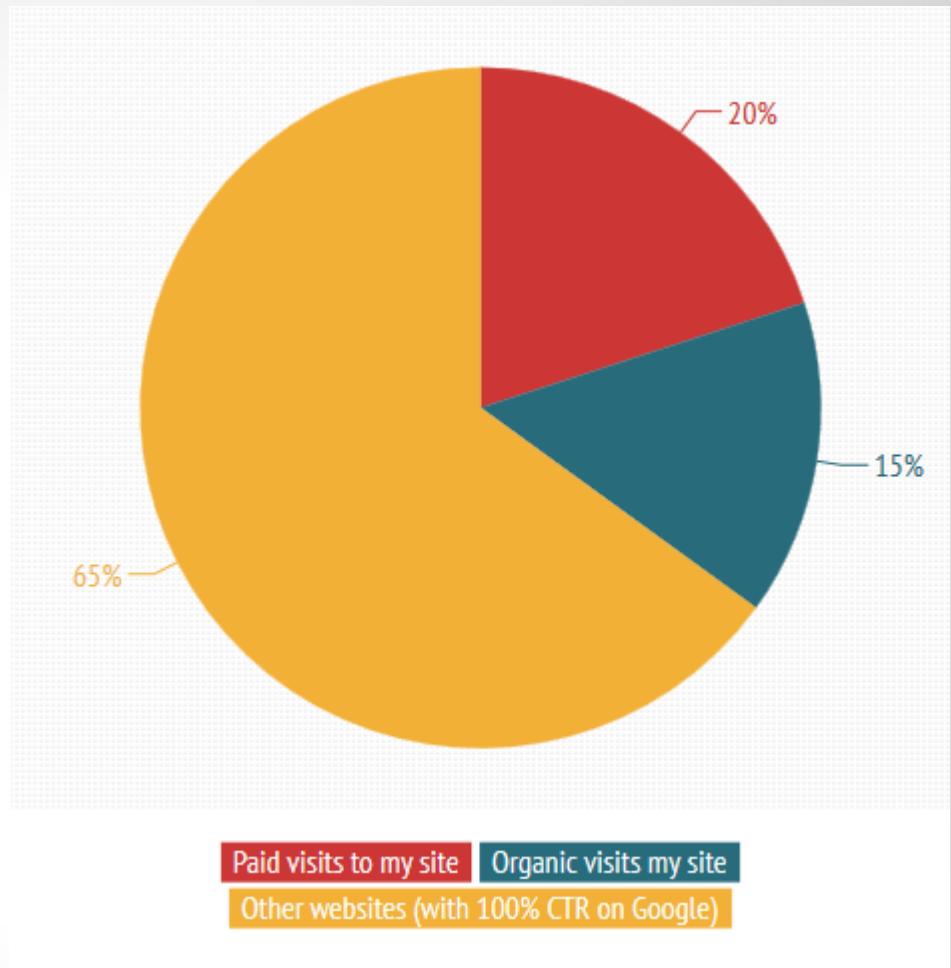
Total no of searches | Paid visits to my site | Organic visits my site  
Other websites (with 100% CTR on Google)

## Pe scurt:

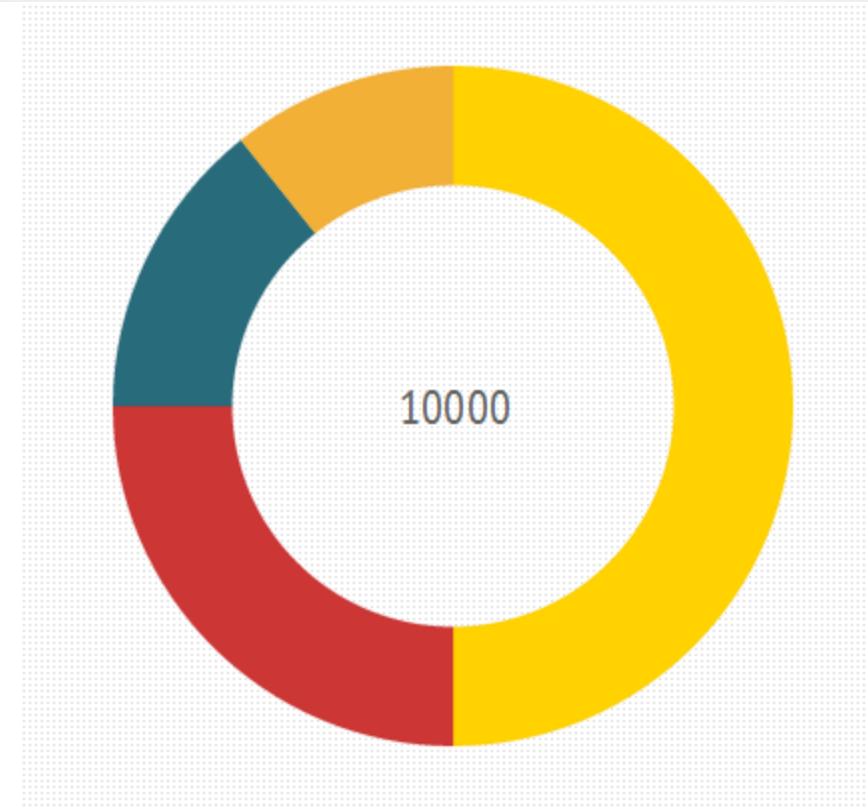
Din **100000** de cautari ale cuvintelor-cheie care ma intereseaza, am atras  
**15% prin organic search si 20% prin Adwords.**

Asta inseamna ca  
**SPI = 35%**

A avea un istoric al modului in care variaza SPI inseamna a observa atat tendintele, cat si performanta agentiei/ echipei noastre de search marketing.



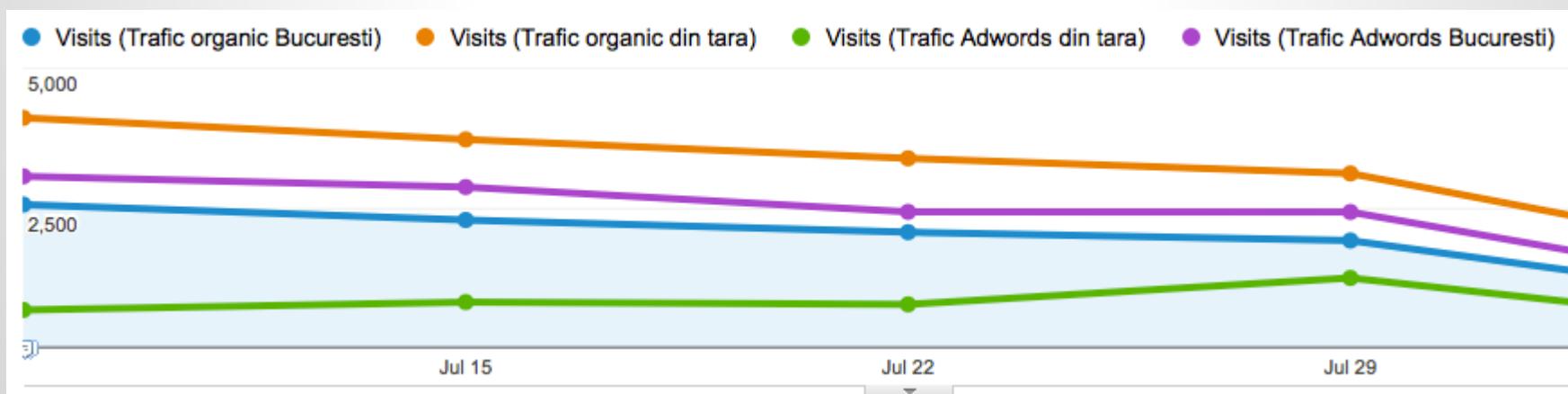
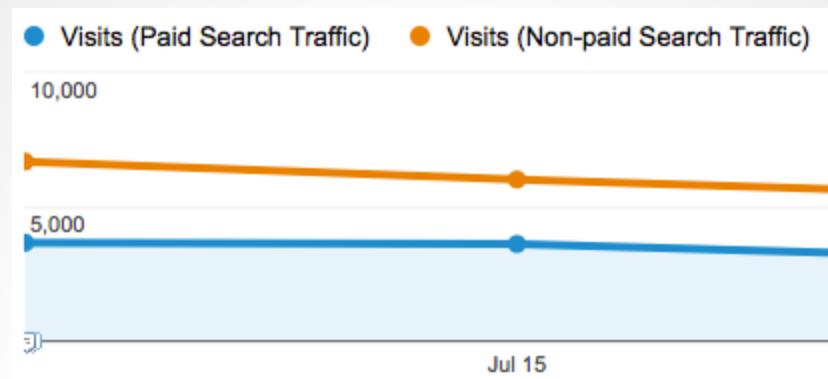
## 10. Purchase intention



Total Vizitatori unici      Pot converti (non-bounce)  
Nu au intenție de cumpărare      Nu pot converti (au facut bounce)

### **3. Ce sunt sub-segmentele si la ce ajuta ele?**

# Exemplu de segmentare pe search



# **Segmentele se pot diversifica in functie de:**

## **1. Sursa de trafic**

(Adwords vs paid, grupuri de keyword-uri, branded)

## **2. Comportament**

(new vs returning, >5 pagini, etc.)

## **3. Rezultate**

(Heavy-buyers vs new-comers)

## **4. Demografice**

(Bucuresti vs provincie, etc)

# La ce ne ajuta segmentarea?

1. Identificam principalele segmente care produc venituri/rezultate (Pareto sa traiasca), tipare de comportament / anomalii pe baza carora...
2. Realizam sondaje, afland informatii relevante privind nevoile, motivatiile, asteptarile si barierele diferitelor segmente.
3. Ne adresam diferit diverselor segmente, in functie de specificul acestora. Putem testa diferite mesaje, imagini, oferte, versiuni de site

**4. Poti face survey-uri pentru a afla barierele vizitatorilor veniti din search**



## Ai vrea un astfel de medic de familie?

Atunci nu mai face schimbari bazate doar pe asumptii/ipoteze/scenarii ce nu sunt sustinute de date relevante.



## Survey-urile

- se fac atat pe vizitatori, cat si pe cei care convertesc
- intentia de conversie per total sau pe fiecare segment important ne poate valida si politica de achizitie trafic
- ne ajuta sa aflam motivele pentru care vizitatorii cumpara sau nu cumpara



## KPI-uri de urmarit lunar prin survey-uri:

**VSI** (visitor satisfaction index)

**CSI/LSI** (customer/lead satisfaction index)

**PI** (purchase intention)

**NPS** (Net Promoter Score)

# Exemple de survey-uri segmentate

Survey name	Status	Questions
Pararea ta este importanta _org	ACTIVE 	QUESTIONS (3)
Pararea ta este importanta _adw	ACTIVE 	QUESTIONS (3)

## **Cand/cum lansam un survey?**

- dupa ce a vizitat o pagina importanta pentru noi
- la momentul cand face o actiune relevanta (se aboneaza la newsletter, adauga un produs in cos, etc)
- la momentul cand vrea sa iasa de pe o pagina importanta pentru noi (on-exit interaction)

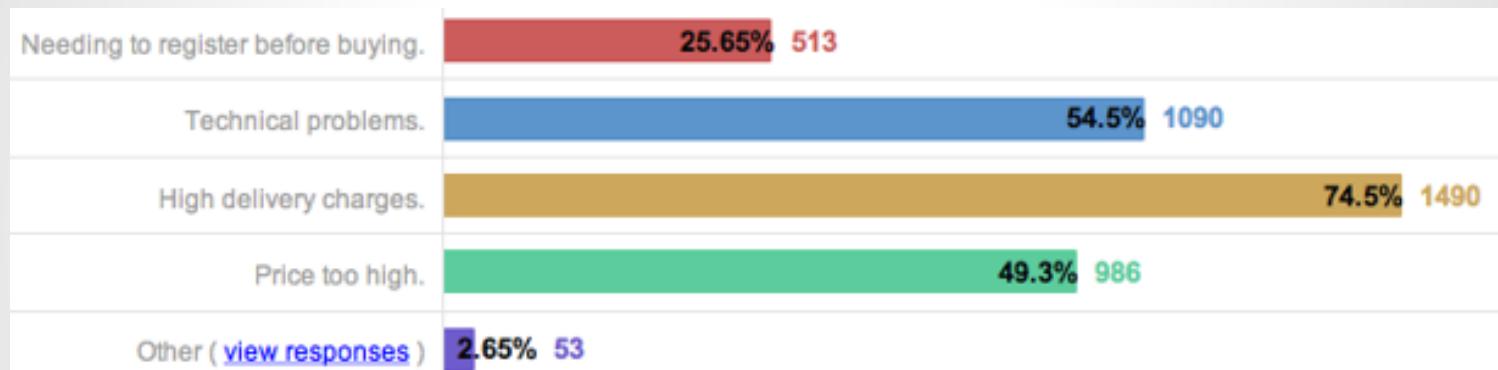
# Exemplu de interactiune pt survey la iesirea de pe pagina

The screenshot shows a Marketizator website page. At the top, there's a navigation bar with links for Features, Case studies, Resources, Pricing, About Us, and Contact. On the left, there's a sidebar with a "Try it now" button and a URL field containing "http://www.yoursite.com". A large, semi-transparent overlay covers the main content area. Inside this overlay, there's a white callout box containing text in Romanian:

Parerea ta este mai mult decat valoroasa!  
Este vitală!  
Ne răspunzi la 3 întrebări?  
[Da, sunt om de omenie >](#)  
Nu, multumesc!

Below the text, there's a photo of a smiling man pointing upwards. The background of the overlay shows a blurred image of a toy store interior.

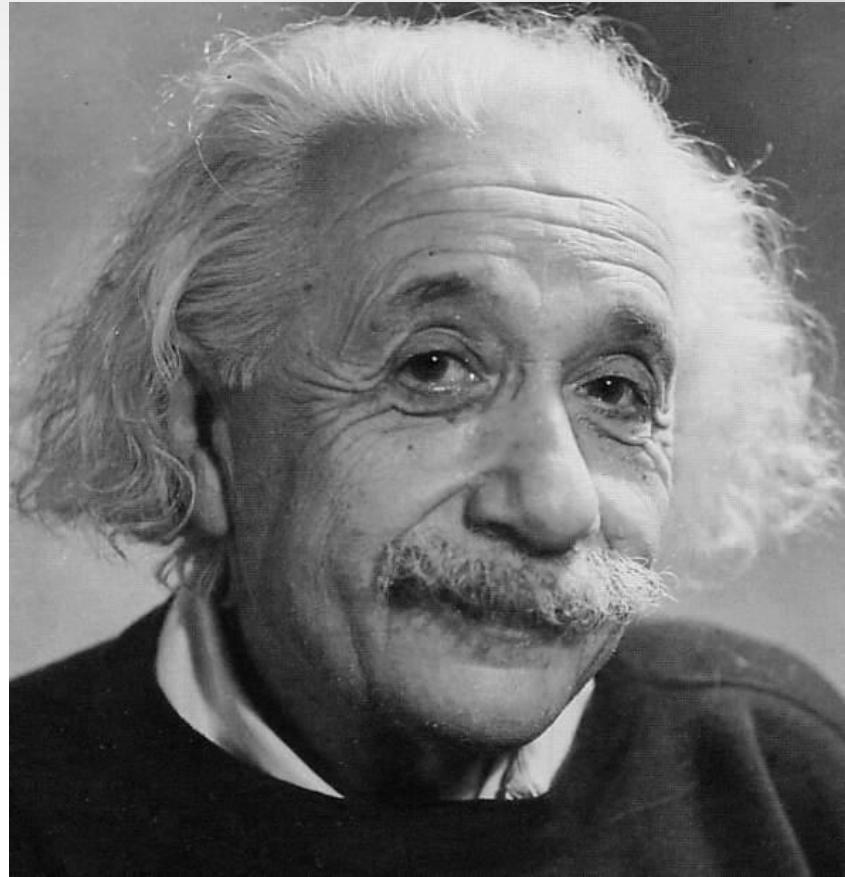
# Ce te-a facut sa renunti la achizitie dupa ce ai adaugat produsul in cosul de cumparaturi?



Sursa: econsultancy.com 2013

*“No amount of experimentation can ever prove me right; a single experiment can prove me wrong.”*

Robert Einstein



**A observat cineva ceva suspect la slide-ul anterior?**

## 5. Testeaza!



Conform econsultancy.com, site-urile care au facut AB Testing au crescut rata de conversie cu ~20%

# Ce poti testa?

- Headline-uri in concordanta cu ad id-ul sau keyword-ul
- Culori
- Imagini
- Text
- Ordinea elementelor principale



Ad:

[www.rca-ieftin.ro](http://www.rca-ieftin.ro) Oficial - 80% din Clienți Economisesc 300RON

[www.rca-ieftin.ro/](http://www.rca-ieftin.ro/) ▾

Află Imediat Prețul și Comandă **RCA!**

Livrare Gratuită în Aceeași Zi

Economisește Peste 30%

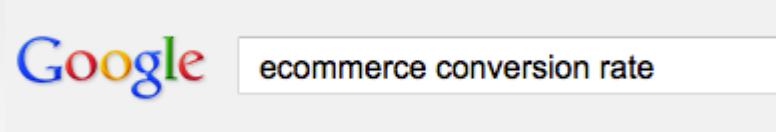
Recomandat de 9 din 10 Clienti

Calculează Cel Mai Mic RCA

# Landing page:

The screenshot shows the homepage of the RCA ieftin website. At the top left is the logo 'RCA ieftin'. Below it, a banner proclaims 'CEL MAI IEFTIN RCA\* DIN ROMANIA DIN 2006'. To the right, there are links for 'Cine suntem?', 'Compara tarife', 'Casco', 'Cum comand?', and 'Contact'. A central section highlights '10 MINUTE' delivery via email, showing a clock icon. Another section emphasizes 'LIVRARE GRATUITA' (free delivery) worldwide, featuring a truck icon. Logos for ABC Asigurari and Allianz Jimpeacă are visible. At the bottom, a testimonial states '80% dintre clientii nostri economisesc 300 lei' (80% of our clients save 300 lei), with a note about the difference from the highest tariff in 2012. Three smiling staff members in uniforms are shown at the bottom right.

# Keyword:



This screenshot shows a user interface for creating and managing A/B test variations. At the top, there are tabs for "VARIATIONS", "TARGET & FREQUENCY", "TRAFFIC ALLOCATION & GOALS", "SCHEDULE", and "FINAL STEP". There is also a "FULLSCREEN" button. Below these are buttons for "CONTROL", "VARIATION #1", "VARIATION #2", and "+ NEW VARIATION".

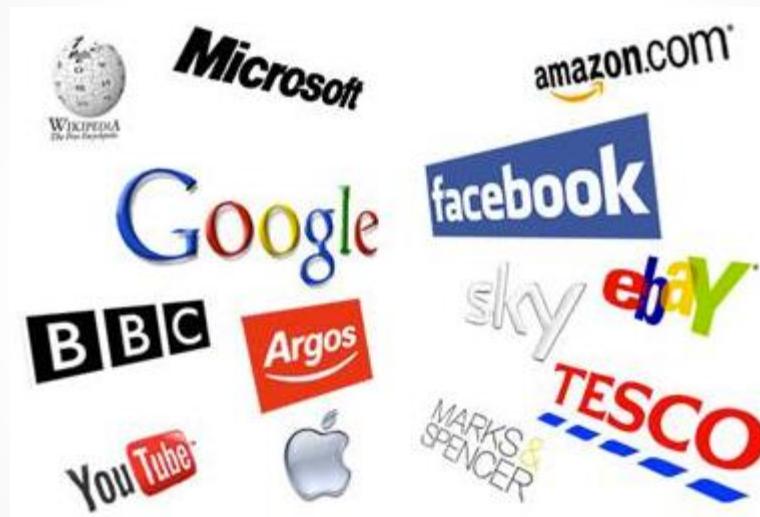
The main area displays two variations of a website. Variation #1 (Control) has the headline: "Which website do you plan to super-optimise?". Variation #2 (Test) has the headline: "On which website do you plan to sky-rocket the ecommerce conversion rate?". Both variations include a URL field containing "http://www.yoursite.com" and a pink "Try it now" button.

A modal window titled "Edit content" is open over Variation #2, showing a rich text editor toolbar with options like HTML, Bold, Italic, Underline, etc., and a preview of the edited headline.

# Beneficii AB Testing:

- poti obtine coerență între cuvinte cheie, ad-uri și site-ul tau
- poti vedea ce merge și ce nu doar pe o anumită audiencă și doar pe x % din acea audiencă
- elimini disputele inutile din echipă
- costa foarte puțin (de la gratuit în sus)
- nu necesită skill-uri de programare/design

## 6. Branded vs Non-branded search



# Ce inseamna branded search?

- > brandultau
- > brandultau.ro
- > cuvant cheie + brandultau

Eu in aceasta galeata adaug si vizitorii directi, sunt cam aceeasi specie, desi acestia din urma sunt cei mai de dorit.

# Ce inseamna non-branded search?

Vizitorii care ajung pe site-ul tau din search, fara a mentiona brandul tau in cuvantul cheie de pe care au venit.

	<b>Branded search</b>	<b>Non-branded search</b>
Intentie de cumparare	mare	medie
Loialitate	mare	mica
Familiaritate	mare	deloc

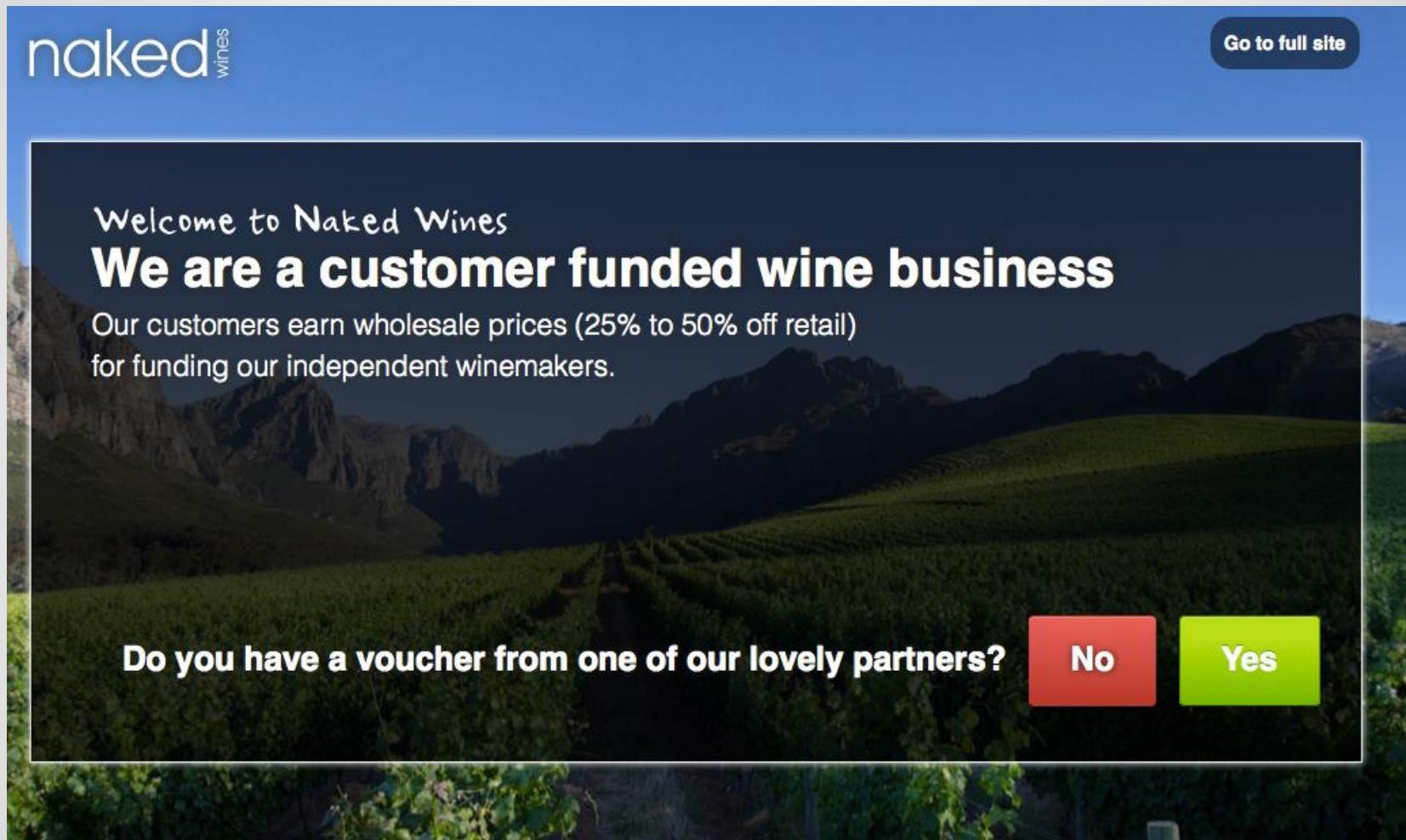
# Branded search

- nu il parazita cu muschii brandului tau, deja te stiu
- fa-i experienta cat mai facila si simpla, deja e familiar cu site-ul tau
- orienteaza-l catre conversie, are intentie de cumparare/ conversie mare

# Non-branded search

- pregateste-i un welcome-screen in care sa ii arati care e USP-ul tau
- testeaza un on-exit interaction, avand in vedere ca are intentie mica de cumparare si care e status-ul tau

# Exemplu de welcome screen



The image shows a welcome screen for Naked Wines. At the top left is the 'naked wines' logo. At the top right is a 'Go to full site' button. The main heading is 'Welcome to Naked Wines' followed by 'We are a customer funded wine business'. Below that is a subtext: 'Our customers earn wholesale prices (25% to 50% off retail) for funding our independent winemakers.' At the bottom is a question: 'Do you have a voucher from one of our lovely partners?' with 'No' and 'Yes' buttons. The background is a photograph of a vineyard with mountains in the distance.

Welcome to Naked Wines

**We are a customer funded wine business**

Our customers earn wholesale prices (25% to 50% off retail)  
for funding our independent winemakers.

Do you have a voucher from one of our lovely partners?

No Yes

# 7. Exista calcaiul lui Ahile.

Google nemultumiri emag

Web Imagini Mai multe ▾ Instrumente de căutare

Aproximativ 209.000 (de) rezultate (0,50 secunde)

Cookie-urile ne ajută să oferim serviciile noastre. Utilizând aceste servicii, acceptați modul în care utilizăm cookie-urile.

OK Aflați mai multe

Your Add here :)

[EMAG - Nu cumpărați de la EMAG - Page 43 - Computer Games Forum...](#)  
forum.computergames.ro > General Stuff > Generalități > Valea Plângerii ▾  
02.09.2010 - 20 postări - 14 autori  
Un produs dus in service la emag ajunge in maxim 2 zile la ... mai bine ai spune sefului tau aceste nemultumiri, poate imbunatatesc si ei ceva.

[Nemultumiri Reclamatii Probleme Sugestii la magazinele online ...](#)  
 www.liviutaloi.ro/.../nemultumiri-reclamatii-probleme-sugestii-l... ▾  
de Liviu Taloi - în 1.928 de cercuri Google+  
30.04.2008 - Pe primul loc se situeaza liderul, eMAG, datorita numarului mare de vanzari – emag nemultumiri reclamatii probleme sugestii 137 de rezultate ...

[EMAG.ro - experienta nefericita - Pagină 71 - SoftPedia](#)  
forum.softpedia.com > ... > Opinii despre Produse sau Servicii ▾  
12.12.2007 - 18 postări - 14 autori  
EMAG.ro - experienta nefericita: igorgeorge13, pe Dec 12 2007, 12:36, a scris:ce surpriza ... NEMULTUMIREA MEA CONSTA IN FAPTUL CA LA ...

## 8. Poti personaliza prin keyword ca sa creezi relevanta

*94% dintre companii au declarat ca personalizarea este critica succesului curent si viitor.*

Sursa: Econsultancy survey, 29 august 2013

Pentru barbati:



FELICITARI!  
TOCMAI AI FACUT  
CEA MAI BUNA ALEGERE!



CEL MAI IEFTIN RCA \*  
DIN ROMANIA  
DIN 2006

Pentru femei:



FELICITARI!  
TOCMAI AI FACUT  
CEA MAI BUNA ALEGERE!



CEL MAI IEFTIN RCA \*  
DIN ROMANIA  
DIN 2006

## Personalizare in functie de ora:



HOURS      MINUTES      SECONDS

0 2      0 5      3 9

A digital timer display showing 02 hours, 05 minutes, and 39 seconds. Above the digits, the words "HOURS", "MINUTES", and "SECONDS" are written in a small, sans-serif font. The digits themselves are large and white, set against a dark background.

Această ofertă este limitată.  
**BATE FIERUL CÂT E CALD!**

## Personalizare in functie de vreme:



NINGEEEE!!!

E momentul sa iti iei ski-uri!  
(mai ales ca ti le livram gratuit in Sibiu)

# Personalizarea se poate face in functie de:

- Tipul de device (desktop, tableta, etc)
- Rezolutie
- Locatie geografica
- Vreme (insorit, innorat, ploua, ninge)
- Comportament anterior (a cumparat de peste 1200 lei)
- Calendar (este Sf. Ion)
- Ora (mai sunt 43 de minute pentru a primi produsul azi)
- **Cuvantul cheie**
- Sursa de trafic
- Istoric (a venit de 4 ori si nu a cumparat sau si-a cumparat plita electrica)
- Pagina accesata (produse >1000 lei)

## 9. Microconverteste!

IT'S BETTER  
TO DO  
SOMETHING  
IMPERFECTLY  
THAN  
NOTHING  
PERFECTLY

Daca tot ai platit bani la hosting si achizitie trafic, macar monetizeaza cumva vizita aceea. Fa rost de adresa lui de e-mail si incearca sa convertesti mai tarziu.

## SIGN UP & GET A \$10 VOUCHER!

Be the first to receive news on the latest trends and updates.  
Enjoy exclusive offers and special promotions for subscribers.

YES, KEEP ME POSTED!

Your personal data is safe with us.  
You can opt out anytime with just one click.



GET  
**\$10**  
GIFT  
VOUCHER  
WHEN YOU SIGN UP



**Marketizator**  
THE 3 IN 1 CONVERSION SUITE



# Free case study

*How to Track the ROI of Your Social Media Campaigns*



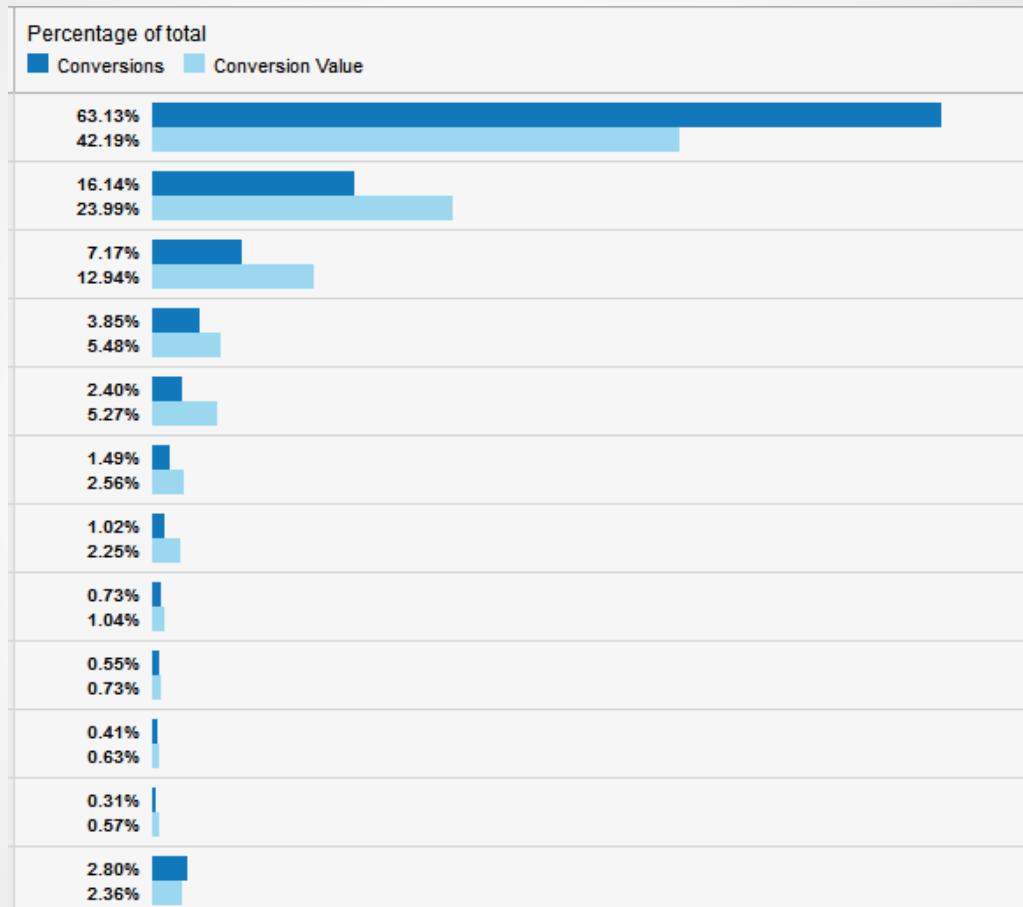
Enter Your Website Here

Give Me the Free Case Study



**Marketizator**  
THE 3 IN 1 CONVERSION SUITE

# 10. Time lag & Path length



**In functie de tipul de achizitie poti decide:**

- CAND sa faci remarketing**
- CAT merita sa cheltuiesti pe un vizitator**

In loc de incheiere, asa arata un site:



- Fara a sti motivele de abandon
- Fara AB testing
- Personalizare slaba/deloc
- Fara carlige pentru vizitatorii care vor sa iasa
- Fara lead-scoring
- Fara strategie de atragere de emailuri
- Fara mail automat

**Zambeste mai des cand intri in  
Google Analytics!**

Foloseste codul "PBETA" pentru  
pachetul de 99\$ pe marketizator.com si  
primesti o luna gratuit!

*Cu drag, echipa Marketizator*



**Multumesc.  
Frumos.**

**valentin@marketizer.com**