



# **Cube** Group

*Thinking out of the Cube*

## Specyfikacja Linków WP.pl + Netsprint.pl



Reklama rozliczana za kliknięcia w wynikach wyszukiwania Netsprint i WP

W wyszukiwarce obowiązuje stała cena za kliknięcie. Pozycja reklamy jest uzależniona od kolejności składania zleceń. Reklamodawca który składa zlecenie wcześniej ma wyższą pozycję linka od reklamodawcy wysyłającego zlecenie później.



The screenshot shows the Netsprint search interface. At the top, there's a search bar with the text 'banki' and a 'Szukaj' button. Below the search bar, there are options for 'szukaj w wynikach' and 'filtr rodzinny'. The search results are displayed under the heading 'Polskie WWW'. The first result is highlighted with a red box and reads: 'PKO BP - Kredyt hipoteczny - szybki dostęp do oferty banku'. Below this, there are other search results for 'Narodowy Bank Polski' and 'Bank BPH'. On the right side of the page, there are several advertisements for 'Pasaż Finansowy', 'Konta osobiste/firmowe', and 'eBanki24.pl'.

Tytuł Linku – maksymalnie 60 znaków

Opis Linku – maksymalnie 200 znaków

Widoczny adres WWW – maksymalnie 75 znaków

Adres URL – maksymalnie 255 znaków z możliwością wstawienia skryptów

Podany adres url musi być w pełni zgodny z rzeczywistym adresem strony;

W polu "Adres URL" nie można umieszczać żadnych innych tekstów poza adresem strony;

## Wskazówki redakcyjne

### Słowa kluczowe:

Dodawaj tylko te słowa kluczowe, które związane są bezpośrednio z Twoją ofertą handlową.

Pamiętaj, że w dowolnym momencie trwania kampanii będziesz mógł zmienić słowa kluczowe bez żadnych dodatkowych opłat.

Projektując Link Sponsorowany, staraj się użyć jak największą liczbę słów kluczowych, które chcesz wykupić dla swojej kampanii. Dzięki temu Użytkownicy chętniej będą zapoznawali się z Twoją ofertą.

Polskie litery nie mają znaczenia. Jeżeli wykupisz słowo "książki", Twoja reklama wyświetli się, zarówno wtedy, gdy Użytkownik wpisze "książki" jak i " książki ".

System nie odmienia wybranych przez Ciebie słów kluczowych. Jeżeli wykupisz słowo "rower", Twoja reklama NIE wyświetli się automatycznie, gdy Użytkownik wpisze "rowery" czy "rowerowy". Wprowadź zatem wszystkie możliwe formy gramatyczne interesujących Cię słów kluczowych - zwiększy to skuteczność Twojego Linku

### Co robić:

Pisz krótko, zwięźle i na temat. Zastanów się, czego dokładnie może poszukiwać internauta wpisując dane słowo i jaki komunikat mógłby zachęcić go do odwiedzenia Twojej witryny; Używaj w treści linku słów kluczowych, które może wpisać internauta zainteresowany Twoim produktem. Niech ma świadomość, że na Twojej stronie znajdzie dokładnie to, czego poszukuje;

Jeżeli stosujesz porównania do konkurencji, to muszą one mieć wyraźne uzasadnienie w treści Twojej strony;

Używaj języka korzyści, które mogą być rzeczywiście interesujące dla Twojego potencjalnego klienta;

Możesz stworzyć kilka różnych reklam dla różnych słów kluczowych - opcja polecana jeśli posiadasz zróżnicowany asortyment lub świadczysz różne usługi.

### Czego nie robić:

Nie składaj w treści linku obietnic bez pokrycia. Jeżeli napiszesz, że oferujesz "szeroki asortyment narzędzi ogrodniczych", a cała Twoja oferta ogranicza się do 3 modeli łopat, Internauta najprawdopodobniej nigdy więcej nie odwiedzi Twojej strony;

Nie reklamuj stron, które są jeszcze w budowie. Internauci z pewnością nie będą czekać cierpliwie aż ją ukończysz, lecz poszukają ofert konkurencji;

Nie nadużywaj wielkich liter - PRZEKAZ PISANY DUŻYMI LITERAMI może być interpretowany jako zbyt nachalny i internauta może na niego nie kliknąć;

Nie stosuj zbyt dużo określeń wartościujących (zwłaszcza w stopniu najwyższym) typu "najlepsza", "jedyne w swoim rodzaju", "unikalne" - zamiast tego wymień konkretne, unikalne cechy Twojego produktu, które mogą stanowić rzeczywistą, wymierną wartość dla użytkownika;

Nie reklamuj stron, które nie wyświetlają się poprawnie w większości przeglądarek. Nie licz na to, że specjalnie dla Ciebie internauta zainstaluje nową przeglądarkę;

Nie wykorzystuj w reklamie nazw towarowych, do których nie masz uprawnień;

Nie używaj zbędnych oczywistych zwrotów typu "kliknij tutaj", "odwiedź nas teraz", "serdecznie zapraszamy na stronę", itd.

## Link Lokalny:

Oferta Linku Lokalnego adresowana jest przede wszystkim do małych i średnich przedsiębiorstw działających na rynkach lokalnych, które nie potrzebują reklamy ogólnopolskiej. Skorzystać z niej mogą również firmy ogólnopolskie, z oddziałami w wielu miastach, którym zależy na prezentowaniu różnych komunikatów Internautom z różnych województw.

Możesz wybrać dowolną liczbę województw do których chcesz skierować swoją reklamę. Cena kampanii nie zależy od liczby wybranych regionów.

Geograficznego targetowania lokalnych linków odbywa się na dwa sposoby:

W oparciu o identyfikację numeru IP komputera, z którego Internauta zadaje zapytanie do wyszukiwarki NetSprint. Bazę numerów IP, przyporządkowanych do poszczególnych województw i miejscowości, dostarcza firma Gemius S.A., będąca liderem na rynku badań polskiego Internetu. Moduł ten stanowi również podstawę geolokalizowania użytkowników w badaniu ruchu na witrynach internetowych gemiusTraffic, w ramach którego monitorowane jest obecnie około 8 tys. serwisów;

W sieci Partnerów lokalnych NetSprinta (ponad 120 serwisów), gdzie Linki Lokalne wyświetlane są zależnie od regionu do jakiego adresowany jest serwis (np. serwis lublin.pl wyświetla wszystkie reklamy z woj. lubelskiego).