

MIROSLAV VARGA, SEO tvrtke Escape d.o.o.

## INTERNET TRAŽILICAMA DO KLIJENATA

Istraživanja pokazuju da u jednom tjednu na Internet pohranimo više podataka, nego što smo kreirali u cijeloj ljudskoj povijesti zadnjih 25.000 godina do 2000. godine kad je Google počeo prodavati oglase na svojoj platformi i uveo svoje pravilo **Don't be evil**.

Jedini način da u toj ogromnoj količini podataka nađemo što nam treba je da se poslužimo nekom od tražilica. Danas je Google najdominantnija tražilica na internetu s udjelom pretraga oko 80% svih pretraživanja. Drugi najveći broj pretraga se odvija na YouTube platformi koja također u Google vlasništvu. Na YouTube platformi se pretražuje više, nego na svim ostalim tražilicama zajedno (Bing, Baidu, Naver, SeZnam, Yandex, Yahoo).

To govori o ogromnom dosegu kojeg Google ima među korisnicima i pomoću kojeg velik broj korisnika kreće u svoju avanturu istraživanja porizvoda ili usluga. Prema nekim istraživanjima velik broj korisnika se Internetom koristi u procesu kupnje proizvoda ili usluga.

Neke djelatnosti, kao npr. turizam ili promet nekretninama, koje svoju ponudu predstavljaju i vizualnim informacijama, već dugo posluju uglavnom pomoću internetskih oglasa.

U prezentaciji se demonstrira upotreba nekoliko besplatnih alata za istraživanje ponašanja online korisnika koji u svom procesu kupnje koriste Google tražilicu kako bi našli proizvod ili uslugu koja im je zanimljiva. Niz tih alata besplatno je dostupno i može biti dobar oslonac pri izradi online marketinške strategije. Nekada se može i plaćeni alat Google AdWords iskoristiti kao platforma za istraživanje i nalaženje zainteresirane publike.

Prezentiranjem besplatnih alata Google My Business, Google trends i Google Global Market Finder korisnici mogu dobiti uvid u stanje i zanimanje na pojedinom tržištu. Ako se Google AdWords koristi kao alat za istraživanje zanimanja na nekom tržištu, moguće je vrlo malim ulaganjima doći do sasvim upotrebljivih informacija.

Tako dobiveni podaci mogu poslužiti kao podloga za izradu online marketing plana s dinamikom i visinom ulaganja na pojedinoj geolokaciji. Time se efikasnost ulaganja bitno povećava i povećava povrat ulaganja u oglašavanja uz brži povrat.

---

<sup>1</sup> 8 od 10 internet korisnika u SAD koristi ga i prilikom kupnje (19. Prosinca 2016.):  
<http://www.pewinternet.org/2016/12/19/online-shopping-and-e-commerce/>