

Google Instant od pewnego czasu jest dostępny na Google.com. Niebawem pojawi się również na Google.pl. Środowiska SEM są pełne różnego rodzaju obaw, pytań oraz domysłów jak taka opcja może wpłynąć na pozycjonowanie, kampanie AdWords i całą branżę. W tej tematyce zostało już powiedziane wiele, jednak postanowiłem pogrupować kilka najistotniejszych wiadomości a także przedstawić własny pogląd.

Czym jest Google Instant

Google Instant to dynamicznie prezentowane wyniki wyszukiwania podczas wpisywania zapytań w wyszukiwarce. Dodając coraz większą ilość znaków do zapytania widzimy w jaki sposób zmieniają się wyniki podawane przez Google bez potrzeby naciskania przycisku “Szukaj”. Podczas dodawania poszukiwanej przez nas frazy, Google podejmuje próby przewidywania naszych poszukiwań i podpowiada pełne frazy na podstawie wcześniejszych zapytań innych użytkowników.

Dlaczego Google wprowadziło Instant

Badania jakie przeprowadziło Google pokazują, że nowa opcja skraca czas wyszukiwania potrzebnych informacji średnio od 2 do 5 sekund dla każdego wyszukiwania co daje bardzo duże oszczędności czasu w dłuższej perspektywie. Mówiąc krótko, Google podejmuje próbę jeszcze lepszego wyszukiwania. Ciekawostką jest, że Google nie było wynalazcą tego rodzaju wyszukiwania.

Zmiany i ich wpływ na kampanie i nowe strategie do przemyślenia

Powszechnie mówi się, że GI nie powinno w istotny sposób wpłynąć na strukturę algorytmu ani na AdWords, ani samej wyszukiwarki. Jednak w znaczącym stopniu mogą zmienić się zachowania użytkowników. Czarny scenariusz prognozuje o tym, że wyniki będą się tak szybko zmieniać, że użytkownik może przestać zwracać uwagę na reklamy z prawej strony. Po prostu z braku czasu. Z drugiej strony jednak powstają już ciekawe, nowe strategie, które mogą pozwolić wykorzystać Instant do efektywniejszego zaistnienia w wyszukiwarce. Interesujący pomysł przedstawił jeden z amerykańskich AdWords Seminar Leaderów Brad Geddes. Zaproponował wykorzystanie propozycji słów kluczowych pojawiających się podczas wpisywania kolejnych znaków w najważniejszych frazach. Sugerowane słowa można umieścić w oddzielnej grupie reklam. Dzięki temu nasza reklama będzie mogła pojawić się od momentu wpisania pierwszych znaków do momentu ukończenia całej frazy.

Kilka ważnych szczegółów dotyczących Google Instant i kampanii AdWords

Google Instant wymusza na nas także pewne zmiany w podejściu do analizowania i interpretacji wyników kampanii a także do strategii podejmowanych działań.

Nasza reklama wyświetla się podczas wpisywania kolejnych znaków frazy, której poszukuje użytkownik. Podczas wpisywania Google proponuje frazy na podstawie historii wyszukań podobnych fraz. Jeśli dla przykładu wpisujemy frazę “wro” a Google przewidzi, że poszukujemy frazy “wrocław”, zostaną wyświetlone wszystkie reklamy dla frazy “wrocław”.

Jeśli zaczniemy naszą frazę rozszerzać o kolejne litery np. “wrot”, Google przewidzi, że najprawdopodobniej chodzi nam o frazę “wrotki” i wobec powyższego wyświetli reklamy pozycjonujące się na tą frazę. Wyniki zmieniają się dynamicznie podczas wpisywania kolejnych znaków poszukiwanej frazy, dlatego Google zalicza wyświetlenie danej reklamy gdy ktoś przestanie wpisywać kolejne znaki przez 3 sekundy – oznacza, że analizuje wyniki; przycisnąć przycisk “Szukaj” lub kliknie gdziekolwiek na stronie z wynikami wyszukiwania np. na reklamę, wynik organiczny.

Wpływ Google Instant na reklamy AdWords

Istnieje obawa, że tylko najlepsze reklamy zostaną dostrzeżone przez użytkowników, gdyż będą bardziej rozpraszani zmieniającymi się wynikami wyszukiwania. Z tego powodu wysokiej jakości copywriting w AdWords, będzie jeszcze ważniejszy. Czas standardowych reklam z wykorzystaniem dynamicznego wstawiania słów kluczowych {keyword} może mieć swój koniec. Oznacza to wykorzystanie tzw. rozszerzeń reklam (mapy, sitelinki), które będzie miało jeszcze większe znaczenie. Wszystko to co zwiększa widoczność przekazu i przyciąga wzrok będzie kluczowe dla

sukcesu kampanii w nowej rzeczywistości. Z dużym prawdopodobieństwem można powiedzieć, że GI na pewno w jakiś sposób wpłynie na efektywność kampanii AdWords. Pytanie dotyczy tego czy będzie to wpływ pozytywny czy negatywny. Myślę, że warto uważnie obserwować zachowanie kampanii w najbliższym czasie i odpowiednio szybko reagować na zmiany. Wejście Instant sprawiło, że pojawiły się głosy przewidujące nadejście końca AdWords. Jest to o tyle mało prawdopodobne, że tak duża firma jaką jest Google nie zwykła wprowadzać usługi, które podcinają gałąź, na której siedzi.

Google Instant a słowa kluczowe

Wszystko wskazuje na to, że swój wielki powrót będą święcić słowa ogólne, krótkie frazy i dopasowanie zbliżone. Będzie to wynikiem działań Google, który pokaże reklamy dla proponowanych przez siebie najbardziej popularnych zapytań. Najpopularniejsze zapytania nie należą przeważnie do grupy zbyt skomplikowanych. Inny aspekt wykorzystywania Google Instant może być taki, że użytkownicy przyzwyczajają się do trafnych wyników na podstawie wielu podobnych zapytań.

Nie będą wpisywali całych, długich, wielowyrazowych fraz, natomiast skorzystają z wyniku podanego przez Google dla krótszej frazy, uznając wyniki wyszukiwania je za trafne.

Oczywiście jest to strategia dla osób chcących aby ich kampania była jak najbardziej widoczna. Warto jednak dokładnie zastanowić się i jednocześnie dokładnie analizować zachowania się naszych słów kluczowych pod względem realizacji założonych celów, zanim podejmiemy się rozwoju reklam na ich podstawie.

Podsumowanie

Czy Google Instant jest czymś złym, negatywnym? Jeśli chodzi o użytkownika raczej nie. Jeśli Google Instant nie będzie spełniał oczekiwań większości użytkowników, opcja na pewno nie zostanie utrzymywana. Jednak jeśli użytkownicy doświadczą szybszych i lepszych wyników, będą jeszcze częściej korzystać z Google. Jest to korzystne dla reklamodawców i dla Google. Dobrej jakości produkt, przyciąga klientów dla jednych i dla drugich. Co do zmian w AdWords i SEO, branża będzie musiała się dostosować. Zmiany są najczęściej cenne dla najbardziej innowacyjnych jednostek. Ci którzy jako pierwsi wypracują najlepsze strategie, wygrają. Pozostali jeśli będą mieli odrobinę szczęścia również zyskają.

mlab.net.pl

www.kojotybiznesu.pl