

Hakusanamainonnan ostajan opas

Hakusanamainonnan hinnoittelu

Markkinoilla on useita erilaisia hakusanamainonnan hinnoittelumalleja. On suositeltavaa, että mainostaja tutustuu eri vaihtoehtoihin huolella. Tyypillisimmät hinnoittelumallit ovat pakettihinnoittelu, palveluhinnoittelu tai mainonnan tuloksellisuuteen perustuva hinnoittelu.

- Pakettihinnoittelussa asiakas ostaa tyypillisesti etukäteen sovitun kävijämäärän kiinteällä pakettihinnalla. Paketin hinta sisältää sekä median kustannuksen että mainonnan välittäjän työkustannuksen tai komission. Pakettia ostettaessa asiakkaan kannattaa selvittää, onko kävijämäärän toimittamista sidottu aikaan.

- Palveluhinnoittelussa tyypillisesti maksetaan hakukoneen veloittama mediakustannus sekä kiinteä, tuntimäärään tai tuloksiin sidottu mainonnan välittäjän työkustannus tai komissio eroteltuna.

- Tulospohjaisessa hinnoittelussa malli voi olla täysin tulospohjainen tai tulostavoitteisiin sidottu bonus. Hinnoittelun perusteena oleva tulos voi olla esimerkiksi toteutunut kauppa, tiedoston lataus, yhteydenottopyyntö tai liidi.

Eri hinnoittelumalleissa ei median ja mainonnan välittäjän hintaa välttämättä erotella. Kävijämäärän kasvattaminen (suuremman kävijämäärän ostaminen) vaikuttaa erilaisissa hinnoittelumalleissa eri tavoin kokonaishintaan sekä mainonnan välittäjän osuuteen hinnasta. Selvitä myös sopimuksesi laajuus: sisältyvätkö hintaan esimerkiksi kaikki tarvittavat kampanjan muutokset, avainsanojen ja mainostekstien suunnittelu, tai raportointi.

Ennen kuin ostat

Onnistunut mainoskampanja hakukoneessa vaatii sitoutumista ja paneutumista myös mainostajalta, vaikka tämä käyttäisi mainontaa välittävää toimistoa. Asiakkaan on hyödyllistä miettiä etukäteen tavoitteita mainonnalle sekä peilata niitä oman verkkosivun toimivuuteen. Hakusanamainonnalla voidaan tuoda hyödyllisiä kävijöitä sivulle, mutta myös sivuston tulee olla rakennettu silmälläpitäen tavoitteiden realistista saavuttamista.

Mitä ja miten ostat?

Hakusanamainontaa myyvät pääasiassa mainontaa välittävät yritykset. Hakusanamainontaa on mahdollista tehdä myös suoraan hakukoneiden kanssa itsepalveluperiaatteella.

Hakusanamainontaa kohdistetaan avainsanojen perusteella. Jokaisella avainsanalla on oma keskimääräinen klikkaushinta, joka vaikuttaa mainostekstisi näkyvyyteen. Hakusanamainonnassa mainoksen näkyminen eli mainosnäyttö ei maksa mitään. Hakukone veloittaa mainonnan välittäjää tai suoraan mainostajaa toteutuneista mainosten klikkauksista. Mainokset voidaan kohdistaa näkymään varsinaiseen hakukoneeseen, sisältöverkostoon tai molempiin.

Eri mainonnan välittäjät raportoivat mainosklikkauksia eri tavoin. Kysy mitä ja miten mainonnan välittäjä raportoi. Varmista, että tarvitsemasi tieto on saatavilla, jos haluat tietää esimerkiksi avainsanakohtaisia toteutuneita klikkaushintoja. Mainosten näyttö- ja klikkausmäärien lisäksi on mahdollista raportoida myös muita hakusanamainonnan tunnuslukuja tai analytiikkaohjelman kautta mitattavia lukuja siitä, mitä asiakkaan Internet-sivulla tapahtuu mainoksen klikkauksen jälkeen. ([Lue lisää tunnusluvusta ja mittauksesta](#))

Hakusanamainonnan välittäjien kanssa on erilaisia sopimuksia. Tutustu sopimuksessasi, sitoudutko ostamaan esimerkiksi tietyn määrän mainosklikkauksia ja erityisesti, millä aikavälillä ne toimitetaan. Myös sopimusten irtisanomisehdot ja -ajat vaihtelevat. Sopimuksessa voidaan myös määritellä onko asiakkaalla pääsy mainostilille sekä omistaako asiakas vai mainonnan välittäjä tilin ja kampanjan.

Tutustu myös IAB:n hakusanamainonnan [terminologiaan](#).

Varaudu myös vastaamaan seuraavanlaisiin kysymyksiin:

- Mitkä ovat kampanjan tavoitteet?
- Onko mittausta käytössä, mitä halutaan mitata?
- Haluttu kampanjan kesto?
- Käytettävissä oleva budjetti?
- Toivottu raportointiväli, raporttien sisältö?
- Kohdemaat / -markkinat?
- Kohdesivusto (ja sen sisältö)?
- Onko hakusanamainontaa tehty aiemmin, miten ja milloin?
- Onko teillä pääsyä vanhoihin / olemassa oleviin kampanjatileihin ja kampanjatietoihin?
- Onko teillä hakusanaehdotuksia / suunniteltuja teemoja?
- Onko teillä kiinnostusta kokeilla eri hakukoneita ja mainosmuotoja tekstimainosten lisäksi (kuva, video yms.)?
- Mediamix – miten hakukonemainonta liitetään muuhun markkinointiin?