

Pojďte se zviditelnit!

Propagujte své webové stránky a zvyšte tak jejich návštěvnost

Vojtěch Bednář

Máte své stránky? Svůj BLOG? Svou prezentaci, která je krásná, přívětivá a užitečná, leč nikdo o ni neví, a kromě vašich přátel ji nikdo nenavštěvuje? To se dá změnit, pojd'te se zviditelnit! Je to tak snadné.

Sebelepší webové stránky jsou bez čtenářů, bez návštěvníků zhora k ničemu. Internet, přesněji řečeno web je sice nevyčerpatelným zdrojem nejen informací, ale také možností, avšak na druhou stranu právě pro fakt, kolik informací obsahuje, přináší přítomnost na něm několik problémů.

Tím hlavním je, jak se neztratit. Jen málo návštěvníků přijde na mé osobní stránky tak, že do okna prohlížeče zadá jejich adresu. Větší část z nich se na ně dostane z jiných stránek. Mohou klepnout na můj reklamní proužek, mohou si o mně přečíst na jiném serveru, mohou zadat něco, co ve výsledku vyhodí odkaz na mé stránky do některého z vyhledávačů, s největší pravděpodobností do Googlu, Seznamu, nebo několika málo nejznámějších dalších služeb. V takovém případě je ale nutné, aby jim byl můj reklamní proužek napřed naservírován, potom aby vyhledávač mou stránku skutečně našel, aby se o mně zmiňovaly jiné stránky, než jen moje vlastní. To všechno je jen část předpokladů pro to, aby se na mou prezentaci, nebo na můj deníček dostali nějakí návštěvníci. Druhou věcí ovšem je je tam také udržet a kvalitní obsah dnes nestačí. Uživatel webu se za ty roky, po které existuje a je vyvíjen, totiž stal nesmírně rozmazleným. Pokud si ho chcete udržet, musíte mu nabídnout další služby, které také souvisí s úvodní prezentací a s jeho přilákáním. Zviditelnění se tak můžeme, když opomineme konstrukci samotných webových stránek, jejich designu a obsahu, rozdělit do několika fází.

1/ Jak přitáhnout nové čtenáře, kteří se o našich stránkách dozvědí jinak než od nás samotných

2/ Jak zásobovat naše návštěvníky informacemi, a i když u nás momentálně nejsou, jak je lákat zpět

3/ Jak umožnit našim návštěvníkům interaktivitu se stránkami; to, do čeho mohu zasahovat je vždy atraktivnější než to, co se mi jen staticky nabízí.

Postřehnout všechny tyto aspekty by bylo na celý seriál, nicméně podívejme se dnes alespoň na základní cesty, které by nám měly pomoci k lepší návštěvnosti stránek, zvláště pak na možnosti takzvané výměnné reklamy mezi různými servery. Kromě toho se také podíváme, jak a čím můžeme ozvláštnit své stránky tak, aby nám z nich případní návštěvníci zase hned neutíkali ve zděšení, kamže se to vlastně dostali.

Na počátku byl reklamní proužek

Proužková reklama má na internetu bohatou historii. Od doby, kdy začal web dobývat svět, se vystřídalo mnoho různých formátů reklamních banerů a také mnoho různých systémů jejich distribuce. I přes skutečnost, že dnes existuje celá škála různých velikostí a také formátů a přednost je dávana technologii Shockwave Flash, zůstává klasický reklamní proužek stále ještě neporazitelným králem a nutností na takřka každých webových stránkách.

Reklama může být distribuována buďto přímo, nebo prostřednictvím nezávislého systému, který ji řídí. Velké komerční servery mají často vlastní reklamní systémy, speciální stroje, které nedělají nic jiného, než že distribuují placené proužky na generované stránky. Takový systém si pochopitelně dovolit nemůžeme. Druhou možností je prostě si s kamarádem vyměnit proužky – dát na svůj web HTML kód vedoucí ke kamarádově proužku a domluvit se s ním na opaku. To je ale zase řešení natolik zkostnatělé a statické, že opět k úspěchu takřka určitě nepovede.

V podstatě tedy existují dvě cesty, jak zařídit, aby se na cizích (lépe navštěvovaných) stránkách zobrazil můj reklamní proužek a doufat, že na něj někdo klikne. Otázkou pouze je, zda do toho hodláme investovat peníze, a pokud ano, kolik peněz to bude. V obou případech ovšem budeme muset využít některého z reklamních systémů, které jsou otevřené pro veřejnost.

Základní principy výměnných systémů

Pro propagaci nekomerčních webových stránek, blogů a podobných počinů jsou nejvhodnější výměnné reklamní systémy. Jejich princip je jednoduchý. Spočívá v tom, že na svých vlastních stránkách umožníme zobrazování reklamních prvků dodávaných systémem, tedy cizích. Výměnou za to dostává uživatel tohoto systému kredity, které lze vyměnit za vlastní impresi. Tedy za zobrazení svého vlastního reklamního proužku na cizím serveru. Aby to nebylo jednoduché a abychom se se svým proužkem jaksi neminuli se čtenářem, je třeba takovou reklamu směřovat. Jinými slovy, svůj proužek je třeba zobrazovat na takových serverech, na kterých je pravděpodobné, že si ho všimnou takoví návštěvníci webu, jež

bychom měli rádi i na svých stránkách. Bylo by poněkud iracionální zobrazovat reklamu serveru zabývajícího se vážnou literaturou například na stránkách s erotickým obsahem, stejně tak jako propagace těchto stránek na webu patřícím řekněme nějaké církvi, že ano.

V rámci každého webu existuje několik standardizovaných umístění reklamních proužků, která nemají stejnou hodnotu. Nejhodnotnější je takové umístění, které má uživatel na očích v okamžiku, kdy se na stránky dostane a pokud možno ten proužek uvidí nepřetržitě. Méně hodnotný je proužek, který mu při prvním pokusu o přečtení stránky zmizí z očí, a vůbec nejhůře na tom je ten, jenž se nachází až úplně dole a uživatel, který se na stránky chce prostě jen tak podívat, si jej v podstatě ani nevšimne, natož aby na něj kliknul. Proto ve většině velkých systémů jsou různě umístěné proužky různě hodnotné, a na základě této proměnlivé hodnoty obdržíme rozdílné množství kreditů definujících náš takzvaný výměnný poměr. Tato hodnota nám určuje, kolik proužků musíme zobrazit u sebe, abychom mohli zobrazit svůj proužek jinde. Čím více hodnotných banerů na hodnotných místech zobrazíme, tím více si jich pak můžeme sami objednat u dalších partnerských serverů stejného systému.

Svět je pochopitelně plný podvodníků, a pokud nám kredity na výměnný účet přibývají pomalu, nabízí se možnost, zda by nešly nějak šikovně získat. Většina systémů výměnné reklamy se proti nejčastějším podvůdkům zajišťuje ve svých pravidlech a uživatelé, kteří tato pravidla poruší, nemilosrdně zruší i s jejich neprávem získanými kredity. Mezi podvody ve výměnných systémech se řadí zejména umístování reklamy na jiná místa, než jaká uživatel systému deklaroval v nastavení svého účtu. Stejně tak využívání různých systémů „automatického“ zobrazování banerů a také používání skriptů, které automaticky obnovují stránky, například v chatech, ve stránkách s různými registračními formuláři a dalších. Dochází tak vlastně k devalvaci výměnných systémů, a proto je třeba mít se na pozoru a v rámci zachování vlastní možnosti propagace se o nic podobného raději ani nepokoušet.

Systém, kdy za zobrazení své propagace platíme zobrazováním cizí, má ještě jeden problém. Efektivně funguje teprve tehdy, když mají naše vlastní stránky dost návštěvníků. Nabízí se tedy jednoduchá otázka. Jak získat možnost zobrazení reklamy, i když nám na stránky (skoro) nikdo nechodí?

Možností je povícero a jednu z nich nabízejí opět velké výměnné systémy. Některé z nich dávají uživateli možnost dostat určitý počet kreditů do začátku. Další nabízejí alternativu si kredity nakoupit za peníze. Ačkoliv existují různé systémy přepočítávání kreditů a hodnocení

jednotlivých typů banerů na různých reklamních plochách, reálné ceny takovéto reklamy se pohybují v řádech haléřů za jednu impresi (zobrazení). V některých případech platí, že se cena reklamy liší v závislosti na cílení a návštěvnosti serveru, na kterém se má zobrazit. Nejdražší je přitom na úzce specializovaných serverech s vysokou návštěvností, avšak to se již tak netýká výměnných systémů.

Propagace Webringem

www.webring.org

Ještě dříve, než se pustíme do toulek po českých systémech výměny banerové reklamy, měli bychom se podívat ještě na jiný systém vzájemné propagace. Pravdou sice je, že se nikdy neujal v masovém měřítku, jinou skutečnost ale představuje, že v případě některých, úzce specializovaných serverů se webringy osvědčují více, než například klasická banerová reklama.

Webring, neboli webový kroužek, je systém několika serverů se společnými zájmy, které vytvořily jakousi vzájemnou, sebestopagující se alianci. Na titulní stránce každého člena obvykle najdeme nástrojový panel webringu. Ten umožňuje v seznamu serverů, které jsou jeho členy, základní navigaci, přičemž těmi nejdůležitějšími položkami je možnost skoku na stránky předcházejícího a následujícího člena. Jinými slovy, každá stránka má určité pořadí ve webringu a určité sousedy, kteří jsou podmíněni navigací uživatele v rámci webringu. Další možností je obvykle skok na náhodný server v rámci webringu, na následující pátý, předchozí a podobně.

Tato forma propagace má jednu obrovskou výhodu. Představuje totiž naprosto konkrétní výpomoc mezi naprosto konkrétními servery, respektive jejich majiteli. Kromě toho umožňuje sledovat návštěvnost jednotlivých serverů a pohyb uživatelů mezi nimi. Pokud se tak návštěvník jednoho, konkrétního webu zajímá více o stejnou problematiku jako je ta, kterou se server zapojený do webringu zabývá, má dobrou šanci pomocí webringu najít další podobná místa. Majitelům ostatních serverů v prstenci se tak zároveň zvyšuje šance na větší návštěvnost uživatelů.

Aby se předešlo zneužívání webringů, je nutné každého nového člena autorizovat správcem nebo stávajícími členy. Kdokoliv se může stát čekatelem na místo ve webringu, ale souhlas ke vstupu dostane pouze někdo. Webringy tak jako jakási doplňková forma propagace představují víceméně uzavřené, avšak důvěryhodné komunity svých členů, a mohou být proto o to více zajímavým zdrojem, bohužel však obvykle zcela vyhraněných, informací.

Pokud uvažujete o členství ve webringu nebo o založení nového, vězte, že vám může pomoci, avšak za zcela specifických podmínek. Webring nejspíše přiláká méně návštěvníků než jiné formy reklamy. Z těch, kteří na váš server přes něj přijdou, ale bude naprosté minimum neinformovaných nebo náhodných návštěvníků. To se hodí především tehdy, jestliže máte vysoce specializovanou prezentaci s úzce odborným nebo zájmovým obsahem. V případě klasické všeobecné osobní homepage nemáte, pokud nejste členem nějakého zvláštního klubu, v rámci webringu bohužel co nabídnout.

Jak předzásobit uživatele informacemi

Nejlepší způsob jak přilákat na svůj web návštěvníky, kteří na něm již byli, je v případě aktualizací nebo nových zajímavých informací je nějak decentně informovat a připomenout jim, že by nebylo špatné, kdyby po čase opět zavítali. V minulosti bylo nejvyužívanějším způsobem vytváření mailing listů. Distribuční seznam e-mailů je součástí prakticky všech vyspělejších redakčních systémů, používaných pro profesionální tvorbu časopisů (jako jsou např. české Genesis2, Media Factory a další). V případě amatérských stránek si lze mailing list vytvořit dvěma způsoby. Prvním z nich je tradiční distribuční seznam v programu elektronické pošty. Sofistikovanější aplikace jej umí vytvářet automaticky (Outlook XP, 2003), jednodušší jej umí také (Outlook Express), nicméně s větším přispěním uživatele. Používat však distribuční seznamy k rozesílání dopisů typu „co je nového na mých stránkách“ není úplně nejlepší nápad. Jednak se totiž s takovým seznamem poměrně špatně operuje, jednak by váš klient mohl být poměrně snadno vyhodnocen jako zdroj nevyžádané pošty. V takovém případě by se pak mohlo stát, že byste si z něj prostřednictvím protokolu SMTP již žádný další e-mail neposlali, neboť by skončil na černé listině spamérů.

Jinou alternativou mailing listu je vytvořit si konferenci, například v systému www.pandora.cz. Každý, kdo bude chtít odebrat novinky vašeho serveru, se do ní přihlásí a e-mail s aktuálním upozorněním stačí odeslat na jednu stanovenou adresu. Systém jej pak přepoše na e-maily všech přihlášených osob.

Mailing listy jsou ovšem již poněkud zastaralou technologií, která navíc ztrácí svůj původní smysl v souvislosti se zrychlováním uživatelských přípojek, a především s obrovským nárůstem nevyžádané pošty, kterou je třeba filtrovat a odstraňovat. Proto se v současnosti spíše využívá nové technologie syndikovaných informací – RSS. Základem je v podstatě jeden dynamicky vytvářený XML soubor někde na vašem webu, který obsahuje anotace všech aktuálních článků a postupně se aktualizuje. Příslušní klienti si tento soubor v časových

prodlevách načítají a jsou z něj schopni usoudit, co se změnilo, eventuálně upozornit na nové články své uživatele. Pravděpodobně nejpoužívanější čtečkou RSS je v současné době FeedRedader (www.feedreader.com) následovaný aplikací, která je integrována do aktuální verze odlehčeného prohlížeče Mozilla Firefox (www.czilla.cz). RSS ovšem vyžaduje podporu serveru a dynamicky generované stránky, tedy obvykle alespoň nějaký redakční systém.

České systémy výměnné reklamy

Newlinx

newlinx.adrenaline.cz

Systém Newlinx, dříve Linx, předtím Mr. Lin(x) patří k nejstarším na českém internetu. Za dobu své existence vystřídal několik různých majitelů stejně tak, jako aplikací a strategií. Momentálně běží na profesionálním reklamním systému Adrenaline, a je tak vlastně jakousi jeho neplacenou částí. Nabízí zázemí profesionální aplikace, což je důležité zejména pro takové servery, na nichž se protočí velké množství reklamy, nebo které svým zaměřením nebo ambicemi počítají s možností si v rámci reklamní kampaně imprese kupovat, nebo je naopak nabízet dále. Linx je tak vlastně jakýmsi předstupněm mnohem vyspělejšího systému, to ale neznamená, že by v něm nebylo možné provozovat výměnnou reklamu pro malý server o několika stránkách a pár návštěvnicích denně, právě naopak. Pokud bychom hledali negativa Adrenaline, narazíme na jedno, které je víceméně subjektivní. Před nějakou dobou, kdy došlo k přechodu Linxe na nový systém, byl totiž zcela zatracen ten původní. Ten byl dle zdání některých uživatelů lepší, přehlednější a výkonnější zejména právě z pohledu provozovatele malého serveru. Jeho funkce a ovládání pak novému Adrenaline zcela padlo za oběť, což byla, opět dle některých, velká škoda. Přesto je Linx v podmínkách naší výměnné reklamy jakými měřítkem kvality, a právě u něj doporučujeme při hledání optimálního výměnného systému začít .

Hodnocení: 4/5

Billboard

www.billboard.cz

Reklamní systém Billboard je dalším z průkopníků těchto technologií na českém internetu. Nabízí taktéž jak možnost výměnné reklamy, tak i placených kampaní, má velmi zajímavý systém výměnných poměrů. Dle některých uživatelů, zejména dlouhodobých, je jeho rozhraní přátelštější než v předchozím případě, to je ale neobjektivní měřítko dané dávnou rivalitou mezi Billboardem a Linxem. V minulosti docházelo u Billboardu k potížím se zobrazováním reklamy, ty ale již nějakou dobu nebyly pozorovány a dalo by se říci, že jsou vyřešeny. Billboard rozlišuje několik různých typů uživatelských účtů podle možností, které lze s nimi využívat. Každý zaregistrovaný člen získává automaticky nejslabší účet a za určitých okolností, mezi něž se řadí zejména poskytování kvalitního prostoru a korektní chování v systému, může být povýšen do vyššího.

Hodnocení: 4/5

Bannery

www.bannery.cz

Bannery.cz je ideálním protějškem obou předchozích kolosů. Jedná se totiž o systém, který je konstruován tak, aby byl pokud možno co nejjednodušší. Možnosti tohoto systému jsou minimální, to však vyvažuje velmi jednoduché ovládání a do budoucna snad také vysoká efektivita společně s výměnným poměrem, jenž se dle autorů má blížit vysněnému 1:1. Jak jsme však řekli, bannery.cz je nový systém. V době psaní tohoto článku probíhá jeho přestavba za provozu a to se bohužel podepisuje na kvalitě služby. Systém je pravděpodobně zatížen více, než kolik jeho autoři očekávali, což způsobuje trvalé problémy se zobrazováním reklamy. Přesto je možné, že právě tato služba bude do budoucna zajímavou alternativou ke konvenčním (a komerčním) systémům.

Hodnocení 2/5

iReklama

www.ireklama.cz

iReklama je výměnný i komerční systém, který by, na rozdíl od předchozího, pravděpodobně rád konkuroval největším gigantům v tomto oboru u nás. Nabízí jak výměnnou reklamu v různých formátech i formou textu, tak možnost placených kampaní. Základní funkce této

služby jsou shodné se standardem obvyklým jinde. Existuje možnost nakupovat i odprodávat kredity za imprese, i když v poněkud nevýhodném kursu pro uživatele. Pozornost je věnována zejména poctivosti samotných uživatelů, což je v některých případech závažný problém například u Linxe. Podobně jako některé další servery, je i iReklama propojen s dalšími službami a nabízí svým uživatelům možnost „vydělat si“, přesněji řečeno fungovat jako dealer dalších služeb. Je otázkou, zda zvolit právě tento systém pro domácí stránku, nelze jej totiž zařadit ani do kategorie, do níž spadá Linx/BillBoard, tedy maximalistů, ač by se jím jistě rád stal, ani do „minimalistické“ kategorie Bannerů.cz. Přesto je však velice zajímavý.

Hodnocení: 3/5

Ad Exchange

www.adexchange.cz

Posledním dnes hodnoceným výměnným serverem je Ad Exchange a předem je třeba říci, že se jedná o systém poněkud sporný. Nabízí stejné základní funkce jako všechny ostatní výměnné systémy, včetně textové inzerce a možnosti získat kredity přidáním vyhledávače nebo katalogu do svých webových stránek. Poměrně spornou záležitostí je ale možnost vyměňovat kromě klasických formátů reklamy také pop-up a pop-under okna, tedy reklamu v okénkách prohlížeče, která se otevírají buď přes hlavní okno se stránkou, jež je vyvolala, nebo pod ní. Je třeba říci, že moderní alternativní prohlížeče takováto okna blokují obvykle již ve výchozím nastavení, a tak značně komplikují možnost zobrazování reklamy. Kromě toho především pop-under okna a reklama, která je zobrazována v okamžiku opuštění webové stránky, jsou v našem prostředí chápány jako reklamní formáty typické pro pornografické servery, a tedy do jisté míry „špinavé“. Proti gustu však žádný dišputát, jak praví přísloví, a proto, pokud chcete tento systém využívat, je dobře, že zde pro vás existuje. Jeho kladem jsou statistiky, vlastní katalog a možnost převodu kreditů mezi různými účty.

Hodnocení: 2/5

Výměnný systém na celý život

Výběr správného výměnného systému reklamy není jednoduchou záležitostí a v předchozím přehledu jsme mohli ukázat jen několik z nich. Pravidla většiny systémů totiž zakazují používat na jednom serveru takovýchto systémů více než jeden, aby se nepřekrývaly jejich

reklamní plochy. Další věci, před níž je dobré mít se na pozoru, jsou některé freehostingy. Faktem totiž je, že část z nich přinejmenším v minulosti výměnnou reklamu zakazovala nebo omezovala pouze na jimi určené služby, a neuposlechnutí tohoto pravidla trestala v krajních případech i zrušením účtu a likvidací uložených stránek bez náhrady.

Různé systémy poskytují v základu velmi podobné funkce i ovládání. Podstatné tak je především to, za jakých podmínek jsou ochotny zobrazovat vaše banery, a především, kam všude spadá jejich dosah, tj. z jakých stránek se rekrutují jejich uživatelé, jaké žánry jsou nejvíce zasaženy. I to je důležitým faktorem při rozhodování se pro určitý systém. Proto se doporučuje věnovat rozhodování náležitou pozornost, protože zjistit, že vám váš systém nevyhovuje v okamžiku, kdy máte na účtu několik desítek nebo stovek tisíc kreditů – nezobrazených banerů – by mohla být příliš hořká a nepříjemná zkušenost, jakož i ztráta času a vlastně i finančních prostředků, které si lze pod těmito kredity vcelku snadno představit. Rovněž doporučujeme prostudovat si pravidla vybraného výměnného systému a chovat se striktně podle nich. Je totiž velmi nepravděpodobné, že by správci systému s vámi při objevení nepravosti měli jakékoliv slitování, a škody by také mohly být značné nehledě na zveřejnění na listině podvodníků, což nikomu na dobrém jménu příliš nepřidá.

Zviditelnit se není těžké

V předchozím článku jsme chtěli podat několik základních rad, jak zviditelnit své stránky, svůj obsah v moři současného webu. Pravdou ovšem je, že to nejdůležitější není forma, grafika, marketing, ani přidané služby, ale onen obsah sám o sobě. Přilákat čtenáře lze líbivým banerem, ale to, co jej udrží, jsou zajímavé informace, nikoliv sebelepší grafika či sebekvalitnější reklamní kampaň vedená pomocí významného výměnného systému.