

☒ [סגור חלון](#)



גוגל מציעה למפרסמים אפשרות לקבוע אילו גולשים יראו את הפרסומות שלהם

הפיילוט יסייע למפרסמים שמשתמשים בפרסום באמצעות גוגל אדוורדס להגיע לקהלי מטרה ספציפיים

נועה פרג

19/2/2008

הפרסום המפולח והממוקד עולה מדרגה: ענקית החיפוש גוגל הודיעה כי בימים הקרובים היא תחל בניסוי שבמסגרתו יוכלו המפרסמים לבחור את חתך הגילאים והמין של הגולשים שיראו את הפרסומות שלהם. הדבר יאפשר להתאים את מחיר הפרסום, בהתאם לקבוצת הגיל או המין.

במסגרת הניסוי ייבחנו השפעות המסר הפרסומי על קבוצות האוכלוסייה השונות, וכן התאמת המסר לקבוצות הגיל ו/או המין שונות. הפרסום המפולח עובד גם לטובת הגולשים שיקבלו תוכן פרסומי מתאים להעדפותיהם, ולא יבזבזו זמן על שיטוט במקומות שאינם רלוונטיים להם, אך גם מסייעת למפרסמים למקד בצורה טובה יותר את המסרים לקהל היעד המתאים.

הניסוי יחל כתוכנית פיילוט עבור קבוצת מפרסמים נבחרת מארה"ב ובריטניה, המשתמשים בפרסום ברשת התוכן של גוגל באמצעות גוגל אדוורדס. הניסוי יכלול מיקוד לפי אתרים ולפי מילות מפתח, והוא מצטרף לצעד אחר שבו נקטה גוגל, שמאפשר לבעלי האתרים להכניס את הרובוט של גוגל כמשתמש לכל דבר באתר, ולראות את העמודים הפנימיים, וכך להתאים את הפרסומות לגולש הספציפי.

אורן שץ, מנכ"ל SEO ישראל, המתמחה באופטימיזציה של אתרי אינטרנט עבור מנועי חיפוש: "ברשת התוכן של גוגל קיימים אתרים הדורשים רישום לשם גלישה באתר. במסגרת הרישום נשאלים הגולשים לגבי גילם ומינם, כפי שהדבר בא לידי ביטוי באתרים של רשתות חברתיות למיניהם. המידע יועבר לגוגל בצורה אוניברסלית לחלוטין על-ידי האתרים, ויאפשר להציג לגולש מודעות רלוונטיות בהתאם לגילו ומינו".

שץ מעריך כי בהתאם להצלחת תוכנית הפיילוט, לא רחוק היום שבו יגיע השירות הזה לישראל. "זה יהיה רלוונטי מאוד למפרסמים שפונים לשוק הבינלאומי, וכן לאתרים ישראלים שירצו להגדיל את אפקטיביות הפרסומות שהם מגישים לגולש. היכולת למקד פרסומות ולפנות לקהל היעד הרלוונטי שווה הרבה מאוד כסף".

גוגל מסרה בתגובה: "כחלק ממחויבותינו לחדשנות, Google בוחנת כל הזמן כלים וממשקים חדשים בכדי לשפר את AdWords ולהפוך אותו ליעיל יותר עבור המשתמשים. נכון לעכשיו, אין לנו מה להודיע בעניין Google Adwords אך אנו מבטיחים לעדכן בעתיד - ברגע שיהיו התפתחויות חדשות".