

## SAJTÓKÖZLEMÉNY

2011. szeptember 12.

### Az Árukereső.hu munkáját dicséri esettanulmányában a Google

**Akire még a Google is büszke: esettanulmányt írt az Árukereső.hu munkájáról a Google csapata. A hétvégén hozta nyilvánosságra legújabb esettanulmányát a Google, melyben az Árukereső.hu szakmai teljesítményét és technológiai újításait méltatja.**

Az Árukereső.hu Magyarország piacvezető árösszehasonlító oldala. Az oldal forgalmának egy része a Google keresőoldalon elhelyezett, közismert AdWords típusú hirdetésekől származik. Miután az oldalt havonta közel kétmillió felhasználó látogatja, természetesen kimagasló szakmai hozzáértést követel meg a cég megfelelő Adwords hirdetési rendszerének irányítása. Az Árukereső.hu ráadásul nem ügynökségen keresztül, hanem saját csapatával és saját fejlesztésű alkalmazásaival éri el a Google szerint is kimagasló eredményeket. „*Azt hiszem, nem is kívánhat magának nagyobb elismerést egy online marketinges csapat, minthogy a Google esettanulmányban dicséri munkáját*” mondta Rácz István az Árukereső.hu marketing igazgatója.

A Google alapelve, hogy „*A felhasználó az első, minden más ezután következik. A kezdetek óta az a célunk, hogy a lehető legjobb felhasználói élményt biztosítsuk.*” Az Árukereső.hu hisz benne, hogy a magyar e-kereskedelemben a legfontosabb szakmai feladat jelenleg a bizalom növelése a felhasználók körében. Ennek alapfeltétele, hogy a keresés során a megfelelő szavak beírását követően a vásárló releváns információkat (hol és milyen áron kapható a termék, mik a tulajdonságai, stb.) kapjon, majd egy megbízható boltban kössön ki. Minden egyes vásárlás, mely meglepedettséggel tölti el a vásárlót tovább növeli a bizalmat és segíti a magyar online kereskedelem fejlődését.

Az Árukereső.hu szakmai csapata szerint a leghatékonyabb célzás akkor érhető el, ha a felhasználó éppen abban a pillanatban találkozik a hirdetéssel, amikor egy konkrét árura keres. Ez a megközelítés az, mely mind a cégnek, mind a fogyasztóknak sikereket és elégedettséget biztosít. „*A marketing területén a tökéletesen célzott reklámozásé a jövő. A vásárlási folyamatnak pontosan abban a pillanatában érjük el és szólítjuk meg a vásárlót, amikor a megvenni kívánt termékkel kapcsolatos hiteles és friss információkat keresi*” – említi meg Rácz István, az Árukereső.hu marketing igazgatója az esettanulmányban.

A tanulmány a <http://www.google.hu/adwords/select/success/arukereso.html> oldalról érhető el.

Az Árukereső.hu jelenleg budapesti központjából irányít öt országban árösszehasonlító oldalakat, köztük Törökország piacvezető árösszehasonlító oldalát, az Ucuзу.com-ot is. Az esettanulmányban bemutatott szakmai és technológiai fogásokat az Árukereső.hu mind a magyar piacon, mind a többi országban sikeresen használja és folyamatosan fejleszti.