

PopAd Pro

najczęściej zadawane pytania

Wątpliwość nr 0:

Tak, zauważyłem ten pop-up i pierwsze co zrobiłem to nacisnąłem „x”, nawet go nie przeczytałem. Ja mam takie podejście do takich spraw.

Odpowiedź:

Jednocześnie jednak:

- 1) prawie 3000 osób zapisało się i potwierdziło swój zapis,
 - 2) wiele z tych osób jest już naszymi zadowolonymi klientami,
 - 3) z tego co się orientuję, osoba która napisała tę wątpliwość jeszcze naszym klientem nie jest.
- Ja sugeruję koncentrować się na osobach, które są zainteresowane, a nie na osobach, które nie są zainteresowane. Na tym przecież polega marketing :-)

Michał Batorowicz dodał do tego:

I to jest „wisienka na torcie”. Po co nam na listę osoby, które panicznie boją się okienek, list itp. Okienka POP-UP są dla tych co lubią zapisać się w okienku na listę, a zwykła statyczne formularze na stronie są dla tych co lubią się zapisać w takim formularzu. Na pewno bez okienka traci się sporo subskrybentów.

Wątpliwość nr 1:

Google Adwords (system linków sponsorowanych) nie lubi popupów - zablokują Ci stronę!

Odpowiedź:

Tu może warto nadmienić, że popupa można wstawić na podstrony, których Adwordsem nie promujemy. Natomiast na stronach promowanych linkami sponsorowanymi popupa nie wstawiać.

Wątpliwość nr 2:

Fajne okno ale co w sytuacji kiedy przeglądarka ma zablokowane okienka pop up, np. Chrome ma zablokowane domyślnie. Czy wtedy ten pop up się pojawi czy pomimo że kosztuje 197 i tak nie wyskoczy?

Odpowiedź:

Pojawi się :-) W zasadzie PopAd Pro nie jest okienkiem popup i oprócz idei działania, nie ma z tą technologią prawie nic wspólnego. W rzeczywistości jest to tzw. toplayer, który jest integralną częścią strony a nie osobnym okienkiem. Dzięki temu nie jest domyślnie blokowany przez przeglądarki. Mało tego, nie jest nawet domyślnie blokowany przez Adblocka!

Wątpliwość nr 3:

W ofercie nie ma żadnej informacji o tym, z jakimi autoresponderami można integrować ten skrypt – czy tylko z fumpem?

Odpowiedź:

Skrypt musi działać ze wszystkimi systemami. Kompleksowo testowaliśmy go z popularnymi systemami w Polsce i za granicą. Jak znajdzie się system, który nie działa, to prosimy o kontakt - i zrobimy tak, że będzie działał.

Wątpliwość nr 4:

Jaka jest różnica między wykorzystaniem narzędzia „Pop-Up”, a wstawieniem na swoją stronę (przed jej łamaniem się) zwykłej subskrypcji? Jak na mój gust żadna, ponieważ z moich doświadczeń wynika, że skuteczność budowania listy jest podobna, a jednocześnie nie powoduje wyskakiwania aorty na szyi internauty odwiedzającego dany serwis www.

Odpowiedź:

Żywiliśmy nadzieję, że taka forma popupów nie będzie wzbudzać negatywnych emocji — dosyć mało przypomina typowe popupy pokazujące się na portalach. Jest animowana, ładna, przypomina bardziej komunikat — niż latający i „krzyczący” inwazyjny popup, z jakimi spotykamy się na portalach.

Do tej pory nasze doświadczenia to potwierdzają, a jeśli ktoś się jednak za popupa obrazi... czy nie obraziłby się potem za to, że próbujesz mu coś sprzedać, wysłać ofertę? Czy to będzie dobry klient?

Ostatnio prowadziłem szkolenie, gdzie mówiłem, że w marketingu musimy się kierować chęcią zyskania klienta, a nie strachem przed stratą. Jeśli będziesz się kierował w marketingu strachem, to – z moich doświadczeń wynika, że marketing będzie nudny i przeciętny, „grzeczny”, koniec i kropka.

Niestety, większość osób ma taką motywację. Aby się wyróżnić, trzeba trochę odwagi.

Popup będzie skuteczniejszy zdecydowanie od zwykłego zapisu na biuletyn na stronie, ponieważ znacznie lepiej się wyróżnia. Najpierw pojawia się strona, potem animowany popup, zasłaniając całą stronę. Nie jest jedynie jednym z elementów strony. Różnica w skuteczności może być rzędu 20% vs 1%.

Michał Batorowicz dodał do tego:

Na pewno jest większa zapisywalność na listę z pop-up. Poza tym te okienka są tak zbudowane, że nie są blokowane. Zrobiłem badanie na swoim nowiuśkim blogu. Ja też nie jestem popularny. Zapisy na listę bez pop-up w ciągu 2 tygodni – 30 osób. Zapisy na listę po wprowadzeniu pop-up 30 osób w 3 dni.

Wątpliwość nr 5:

Czy skrypt PopAdPro współpracuje z systemem PrestaShop? Czy jest jakaś instrukcja obsługi jak go zainstalować w Preście?

Odpowiedź:

Aktualnie skrypt nie jest pluginem do istniejących systemów typu Presta lub WordPress, lecz po prostu uniwersalnym skryptem. Generuje on parę linijek prostego kodu, który wstawiamy na naszą stronę. Możemy go wstawić wtedy albo do szablonu całego sklepu w Presta, albo na wybrane podstrony. W panelu administracyjnym PopAdPro znajduje się instrukcja jak wstawić kod do Presty.

Wątpliwość nr 6:

Mam pytanie czy to jest też wtyczka pod WP czy całkiem osobny system?

Odpowiedź:

Jest to osobny system. W przyszłości być może zrobimy plugin pod WP. Póki co jednak wstawienie tego na WP jest chyba prostsze niż instalowanie pluginu. Wygenerowany przez PopAdPro kod kopiujesz i wklejasz do szablonu bloga, który masz w zakładce: Wygląd ==> Edytor.

Wątpliwość nr 7:

Pytanie jest jaka jest wartość tej listy, zbudowanej za pomocą popupa? U mnie najlepsze listy pochodzą z PPC, czyli z reklam. Stosuję też ODWRÓCONE optin, czyli najpierw leci 20min film, a potem możliwość zapisania się na optin. Wiesz zależy mi na tym, aby mieć tylko najbardziej zainteresowane osoby na liście.

Odpowiedź:

Dobre pytanie! U mnie ta lista jest nieznacznie mniej warta niż reszta listy. Różnica jest niewielka, choć zauważalna.

Powodem może być choćby to, że jest to lista młoda, na której sprzedaję jednak drogi produkt. Za mało czasu na zbudowanie relacji i zaufania. Spora część moich czytelników tymczasem czyta mnie od 1-5 lat. (Argument wbrew temu, czego uczą Amerykanie o młodej i gorącej liście, ale to dotyczy głównie list JV).

Drugi powód, to że te adresy zbieramy z kilku różnych serwisów, niekoniecznie grupa docelowa musi być idealna. Np. na jeden z serwisów wchodzi sporo studentów, mogą oni stanowić jakiś procent tej listy, nie wiem niestety jaki.

Jednak lista ta i tak jest dużo warta, kupuje, przynosi dochód.

Za pomocą popadpro też możesz stworzyć popupa, który wyświetla najpierw 20 minutowe wideo, albo popupa, który przekierowuje do odwróconego optin.

Różnica w jakości listy nie wynika moim zdaniem z tego czy pozyskamy ją z popupa czy ze squeeze (przy założeniu – o tej samej treści, oczywiście lepsza treść może lepiej zmotywować), tylko głównie ze źródła ruchu.

Wątpliwość nr 8:

Zauważyłem, że coraz więcej marketingowców używa Pop Upów. Mam pytanie, czy PopAdPro działa na WordPressie i Joomla ?

Odpowiedź:

Działa – tylko nie jest pluginem do nich, trzeba skopiować kod popupa i wstawić na stronę, podobnie jak wstawia się np. kod Google Analytics.

Wątpliwość nr 9:

No ja z kolei nie loguję się na żadne ze stron, dopóki nie poznam choćby pobieżnie ich zawartości, zanim nie znajdę czegoś co mnie interesuje na danej stronie. Już i tak za dużo spamu dostaję... plus te wszystkie pop-upy, bannery i inne wkurzające błyskotki utrudniające dostanie się do szukanej treści, myślę że wręcz odrzucają potencjalnych odwiedzających, choć na pewno większość myśli inaczej.

Odpowiedź:

Obawiam się, że należysz do 0,01% społeczeństwa myślącego tymi kategoriami. Nie możemy nigdy brać ogółu i mierzyć go swoją miarą. Twój klient raczej nie są tacy jak Ty...

Wątpliwość nr 10:

Nie neguję idei gromadzenia bazy adresowej (sam gromadzę adresy moich klientów) ale w moim przypadku – nic mi to nie pomoże. Sprzedaję specjalistyczny produkt dla niezbyt szerokiego grona odbiorców, który jak klient kupi raz to mu potem przez parę dobrych lat służy.

Odpowiedź:

Zgadzam się w 100%. W takim wypadku jeszcze możesz:

1. Listę wykorzystać, aby wyłowić tych naprawdę zainteresowanych i doprowadzić klienta do tego pierwszego i jedyne zakupu. Nie wszyscy pewnie przychodzą do Ciebie zdecydowani, chętni i gotowi.
2. Poszerzyć gamę produktową, jeśli to możliwe, wychodząc od potrzeb klienta, a nie od oferowanego produktu. Tzn. jeśli sprzedajesz domy, to misją Twojej firmy nie jest sprzedawanie domów, ale np. dawanie rodzinom szczęśliwego zakątku na ziemi. Jeśli tak na to spojrzysz, w oferowane produkty może wejść administracja nieruchomości, opieka nad ogrodem, okresowe remonty, sprzątanie itd. Do wyboru do koloru. Nie chodzi o to, aby robić wszystko co się da – możesz to oddelegować innym firmom albo je po prostu polecać za prowizję. Ale mając taką sytuację produktową jaką masz, mógłbyś zdecydowanie ułatwić sobie życie tworząc tzw. back-end.

Wątpliwość nr 11:

Wiele czasu zajmuje mi teraz usuwanie wiadomości po zapisaniu się na oferty i propozycje z różnych portali. Upowszechnienie tej metody powoduje metlik w głowach i duża strata czasu na niepełne informacje. Właściwa wiedza trzeba kupić lub przetłumaczyć. Myślę, że niewielu stać na ciekawe zachęty poprzez wyskakujące okna. Trudno mieć coś, co inni nie mają do pokazania. Trzeba mieć wiedzę, odwagę, czas i spryt. Powielanie przez uczniów najlepszych rozwiązań może być rozczarowaniem. Co może zaoferować laik e-biznesowy? Powielanie bez należytego przygotowania systemu zaostrzy czujność klientów i obniży skuteczność zamiaru. Jeśli 100 stron robi tak samo i to samo promuje, to do czego dojdzie?

Odpowiedź:

Jak słusznie zauważyłeś! Trzeba mieć wiedzę, odwagę, czas i spryt. Jak ktoś ma, będzie liderem, albo przynajmniej poważnym graczem w branży. Jak ktoś nie ma, będzie w ogonie. Takie jest życie i cóż na to poradzić? Decyzja należy do każdego z nas! Sami wybieramy sobie co robimy, ile pracujemy, ile zarabiamy, ile nam to ma przynosić satysfakcji. To tylko i wyłącznie nasza decyzja ile włożymy w coś serca i czy będziemy przeciętniakiem, czy wyróżniającym się.

Wątpliwość nr 12:

Dlaczego czego nazywasz okienko, które tworzy popadpro jako Pop-up? Gdy jest to dużo lepszy TOP-LAYER... a różnica jest ogromna, bo pierwszego raczej klienci nie zobaczą, a drugie na pewno.

Odpowiedź:

W sumie warto by było zrobić badanie ile osób wie co to top-layer ;-)

Wątpliwość nr 13:

Niewiem co jest w tym genialnego. Pomysł stary jak sieci Macro. To oni pierwsi wymyślili gromadzenie danych swoich klientów. Pamiętam żejechałam tam i wyrabiałam karte na którą można było wejść i dokonać zakupów a bez niej nie. Wiece to ze to samo jest w necie i ze musimy sie logować to naprawdę stary pomysł. Makro przysyła gazetki a allegro oferty a kupon kupony na spa i zniżki na strzyżenie psa. A jeszcze co zauważyłam to niektóre oferty mają na początku " jeżeli email sie nie wyświetla prawidłowoitp..." wiadomo po co żeby ich nie pominąć i kliknąć czy sie wyswietli. Według mnie nic to genialnego.

Odpowiedź:

Skoro to takie oczywiste, to dlaczego prawie nikt tego nadal nie robi i musimy stale (my tzn. trenerzy marketingu) o tym przypominać? Czy Ty też to stosujesz? Na ilu swoich stronach, jak dużą listę zbudowałaś? Oto jest ostateczny test czy robimy to, co teoretycznie wiemy.

Wątpliwość nr 14:

Swoją listę adresową obsługuję za pomocą Implebota. Zastanawiam się czy i jak pochodzący z niego formularz zapisu da się zintegrować z tym skryptem. W moim formularzu mam TRZY pola tekstowe (imię, nazwisko, email) + checkbox z opisem w którym znajduje się link do polityki prywatności. W związku z tym pytanie czy Wasz skrypt przyjmie formularz w takiej formie? Czy były przez Was testowane formularze z implebota

Odpowiedź:

Nasz skrypt przyjmie formularz z dowolną liczbą pól, po czym wyciągnie z niego to co potrzebuje i wyświetli w reklamie formularz z polem na imię i adres e-mail. Mówiąc prościej – Twój formularz będzie działał, ale nie będzie zbierał nazwisk.

Takie działanie jest podyktowane dopasowaniem się do jak największej liczby systemów mailingowych. Dodatkowo nasze badania wskazują, że większość marketerów zbiera tylko imię i e-mail, albo nawet sam e-mail. Jednak, jeśli okaże się, że taka funkcja będzie potrzebna większej liczbie osób – postaramy się wprowadzić ją do skryptu.

Oczywiście, można wyedytować kod reklamy i wstawić dowolny kod formularza, ale nie jest to polecane nieobeznanym w html/JS

Wątpliwość nr 15:

Zdaję sobie sprawę jak ważne jest budowanie listy adresowej, ale trochę mnie przerażają nakłady pracy związane z cyklicznym wysyłaniem wartościowych i darmowych treści do subskrybentów, którzy jeszcze nic nie kupili. Nie cierpię na brak „contentu”, lecz brak czasu na jego systematyczne opracowywanie i wysyłanie. Piotrze, czy jest na to jakaś praktyczna rada?

Odpowiedź:

Tak, rada jest! Mianowicie:

1. Kiedy potraktujesz komunikowanie się z rynkiem jako sprawę strategiczną, od której zależy jakość spływających do Ciebie zapytań, szacunek okazywany Ci przez klientów jako ekspertowi, wreszcie przychody, zyski i byt Twojej firmy,
2. Kiedy weźmiesz tę sprawę głównie w swoje ręce, jako że jesteś prawdopodobnie główną twarzą swojej firmy (albo znajdziesz sobie taką „twarz” – to może być np. wspólnik),
3. Kiedy zaczniesz to robić regularnie, ale nie na zasadzie zmuszania się i korporacyjnych newsletterów, lecz dzielenia się z czytelnikami po przyjacielsku fajnymi rzeczami, na tej zasadzie na której dzwonisz czasem do przyjaciółki zapytać „co słyhać”, to na początku będzie być może trochę ciężko, jak z pierwszym wyjściem na jogging, trzeba się będzie przemóc, może nie będzie to naturalne. Ale po kilku razach zaczniesz wchodzić we wprawę, będzie to dla Ciebie coraz prostsze, coraz bardziej naturalne.

Dziś, kiedy mam mailing do wysłania, siadam i w 15 minut piszę te krótsze, w 30 minut te dłuższe – i wysyłam. Zero przygotowań. Kwestia wprawy. Totalnie naturalnie i na luzie. Kiedy przestanę na miesiąc to robić, muszę – jak i Ty dziś – najpierw się wdrożyć, jest etap rozgrzewki. To normalne. Musisz to przejść.

Wątpliwość nr 16:

Czyli wyskakujące okienko może być Squeeze Page jeśli usunie się przycisk do zamknięcia i da jedną możliwość przejścia dalej zapisując się na listę? Co z wyszukiwarkami, czy one przejdą dalej aby indeksować stronę?

Odpowiedź:

Niestety PopAdPro to w dalszym ciągu popup i nie można póki co usunąć przycisku do zamknięcia. Jednak rolę zbierania adresów pełni i to bardzo skutecznie. W chwili gdy to piszę właśnie robimy opcję usunięcia przycisku z krzyżykiem!

Wyszukiwarki przechodzą dalej, bo w kodzie serwisu widzą całą stronę, ona nie jest przysłonięta reklamą popup – nasza reklama zajmuje jedynie parę linijek kodu, robot wyszukiwarki widzi całą resztę serwisu.

Wątpliwość nr 17:

Co jednak zrobić, jak ma się stronę internetową czysto informacyjną, dotyczącą świadczonych usług. Jak i gdzie wkomponować wówczas panel logowania i jakie jest prawdopodobieństwo, że potencjalni klienci zechcą się na takiej stronie zalogować?

Odpowiedź:

Odpowiedź na Twoje pytanie jest tu: <http://www.strategie-rozwoju.pl/blog/lowienie-klientow/>

Uwaga, nie dotyczy wszystkich rodzajów usług, np. w branży ślusarskiej łowienie klientów za bardzo nie ma sensu. Ale to jest bardzo mały % branż i nie można się generalnie usprawiedliwiać nie wdrażając tej strategii. W Twojej branży można ją wdrożyć spokojnie.

Zamów już teraz!

[ZAMÓW JUŻ TERAZ!](#)

