

W odpowiedzi na zapytanie klienta przygotowujemy ofertę opierając się na słowach kluczowych przesłanych przez klienta w zapytaniu oraz na własnym doświadczeniu, co zwłaszcza w przypadku zapytań mało precyzyjnych może skutkować dobraniem całkowicie nowego zestawu haseł lub zasugerowaniem ich mniejszej bądź większej modyfikacji. Przy dobieraniu słów kluczowych wykonujemy analizę rynku w branży, której dotyczy zapytanie. Jednym z istotnych czynników przy dobieraniu słów kluczowych jest analiza opłacalności pozycjonowania konkretnych słów kluczowych. Hasła ogólne, jakkolwiek prestiżowe i budujące wizerunek marki, nie zawsze są warte pozycjonowania z ekonomicznego punktu widzenia. Przy dobieraniu słów kluczowych kierujemy się zasadą „złotego środka” tak aby z jednej strony uniknąć przerostu „formy nad treścią” - pozycjonowanie haseł zbyt ogólnych - a z drugiej strony aby pozycjonowanie stron nie było „sztuką dla sztuki” - pozycjonowanie haseł mało konkurencyjnych, tanich w pozycjonowaniu ale rzadko wpisywanych przez klientów.

Po zaakceptowaniu oferty cenowej i prognozowanych rezultatów przygotowujemy projekt umowy, który wysyłamy do klienta jako załącznik wiadomości e-mail. W przypadku uwag bądź wątpliwości precyzyjne wyjaśniamy poszczególne zapisy w umowie tak aby uniknąć ewentualnych niedomówień. Akceptacja umowy skutkuje kolejnymi działaniami zmierzającymi do jak najszybszego wprowadzenia jej w życie. Umowa zostaje przez nas podpisana i wysłana e-mailem wraz z fakturą proforma za pierwszy etap pozycjonowania (zgodnie z umową). Po otrzymaniu płatności przystępujemy do pozycjonowania, a pozostałe formalności związane z umową i fakturą potwierdzającą dokonanie płatności przebiegają swoim własnym trybem. W zależności od oczekiwań klienta wymiana dokumentów (podpisana obustronnie umowa i faktura) odbywa się drogą mailową lub pocztą tradycyjną.

Po zakończeniu pierwszego etapu pozycjonowania, co ma miejsce zwykle po ok. 2-3 miesiącach, z chwilą gdy większość fraz kluczowych poddanych pozycjonowaniu będzie znajdowała się w obrębie pierwszych trzech stron wyników pozycjonowania w wyszukiwarce Google, wystawiamy fakturę proforma na drugi etap pozycjonowania. Po otrzymaniu płatności dokańczamy pozycjonowanie i wysyłamy do Klienta końcowy raport oraz ewentualne sugestie co do dalszych działań związanych z promowaniem strony w internecie. W zależności od konkurencyjności fraz kluczowych możemy zakończyć pozycjonowanie na tym etapie lub zasugerować dalszy marketing internetowy w wyszukiwarkach czyli pozycjonowanie stałe, w przypadku gdy hasła są bardziej konkurencyjne i istnieje ryzyko ich względnie szybkiego obsuwania się w rankingu Google. Pozycjonowanie stałe jest w tym wypadku zawsze opcjonalne a decyzja należy do klienta – **klient nie jest „na siłę” wiązany żadną długoterminową umową!** Należy tutaj zwrócić również uwagę na fakt, że pozycjonowanie stałe nie zawsze jest konieczne a frazy mniej konkurencyjne mogą utrzymywać się na wysokich pozycjach przez rok lub dłużej.