Případová studie

Unihobby.cz

Jak efektivní práce s aukčním modelem pomohla navýšit výkon ze Zboží.cz u e-shopu z oboru Dům, byt a zahrada.

Cíl: Navýšit celkový objem objednávek generovaných ze Zboží.cz

Tato případová studie zachycuje přínos optimalizace kampaně e-shopu Unihobby.cz na zbožovém vyhledávači Zboží.cz. Porovnávají se zde vybrané metriky PŘED a PO optimalizaci kampaně, za období 1. 2. 2017–31. 3. 2017 a 1. 7. 2017–31. 8. 2017.

Díky optimalizaci kampaně se povedlo cíl splnit. Celkový objem objednávek generovaných ze Zboží.cz se navýšil a současně se kampaň zefektivnila – cena za konverzi i PNO klesly.

Jak jsme s firmou postupovali

Na začátku jsme provedli audit klientovy kampaně a připravili analýzu XML feedu. S klientem jsme se následně osobně sešli a probrali s ním prostor pro zlepšení výkonu jeho kampaně na Zboží.cz.

Dostal od nás následující doporučení:

Vyplňovat k nabídkám kategorie

Aby se nabídky e-shopu zobrazovaly v odpovídajících kategoriích, je potřeba k nim přiřazovat v XML feedu značku CATEGORYTEXT dle specifikace Zboží.cz. Klient toto doporučení zapracoval u všech položek ve feedu (předtím měl CATEGORYTEXT jen u některých položek), díky čemuž navýšil návštěvnost z kategorií Zboží.cz do e-shopu o 173 %.

Doplnit si k provozovně logo

Klientovi jsme nahráli logo. Tato možnost je jeden z důležitých vizuálních údajů pro nakupujícího, když se rozhoduje, u koho nakoupí.

Nastavit u kampaně dostatečný limit

Aby se nestalo, že se nabídky přestanou na Zboží.cz zobrazovat, je potřeba mít v administračním rozhraní nastavený dostatečný finanční limit. Klient svůj týdenní limit u kampaně na základě našeho doporučení navýšil o 122 %.

Efektivně využívat aukční model

Aukční prokliky umožňují zvýšit pozice nabídek nejen v produktových detailech, ale i ve výsledcích vyhledávání v samostatných nabídkách. Klient před schůzkou biddoval dle cenových rozsahů. Doporučili jsme nastavit kampaň z feedu a biddovat na prioritních položkách, které internetový obchod chce nebo potřebuje nejvíc prodávat. Klient naše doporučení zapracoval a současně navýšil CPC u svých nabídek v průměru o 45 %. Díky tomu se klientovy nabídky dostaly na více viditelné pozice, z nichž odchází nejvíce potenciálních zákazníků na stránky e-shopů.

Mít správně nastavená výdejní místa

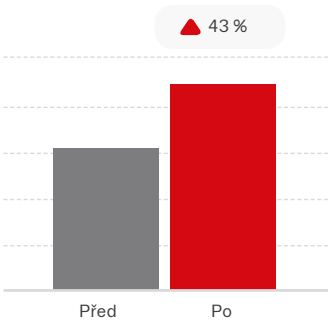
Potenciální zákazníci se často rozhodují nejen podle ceny, ale také podle lokality výdejního místa, protože si chtějí objednané zboží vyzvednout osobně. Proto je potřeba mít v administračním rozhraní výdejní místa vyplněná. Klientovi jsme doplnili novou výdejnu na Vinohradské třídě v Praze.

Jaký byl výsledek optimalizace

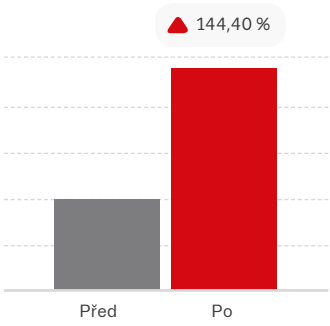
Klientovi se optimalizací kampaně dle našich doporučení podařilo navýšit (ve stále stoupající konkurenci) návštěvnost ze Zboží.cz na stránky e-shopu o 43 %. Celková hodnota objednávek generovaných ze Zboží.cz se potom dokonce zvýšila o 141,73 %.

Zboží.cz současně přivádí do e-shopu relevantnější návštěvníky. Nárůst konverzí o 144,40 % a konverzního poměru o 69,60 % jsou toho důkazem. Dalším přínosem optimalizace je pak zvýšení efektivity kampaně – cena za konverzi klesla o 15,92 % a PNO se snížilo o 14,98 %.

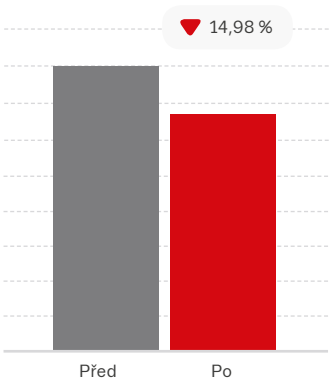
Přivedených návštěv



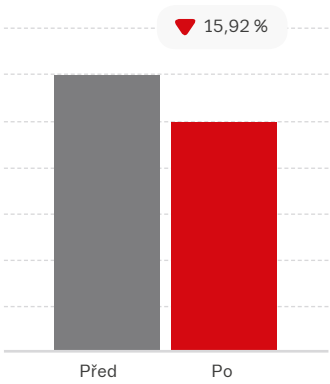
Počet konverzí



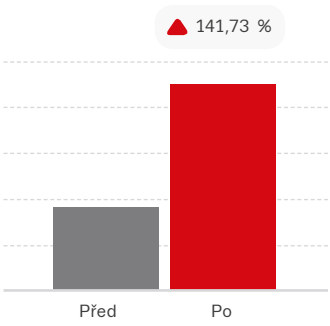
PNO



Cena konverze



Hodnota konverzí



- 1. 2. 2017–31. 3. 2017
- 1. 7. 2017–31. 8. 2017

Zdroj: Zboží.cz

O společnosti

Společnost Unihobby.cz je největším českým řetězcem hobby prodejen.
Svým zákazníkům nabízí zboží pro dům a zahradu. Navštívit mohou prodejny v Brně, Českých Budějovicích, Hodoníně, Chomutově, Jihlavě, Pardubicích, Starém Městě, Valašském Meziříčí a ve Zlíně.

Vybrané zboží si lze objednat online a nechat si jej zaslat až domů, vyzvednout na dané prodejně nebo na výdejně v centru Prahy.