

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.



Zboží.cz

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

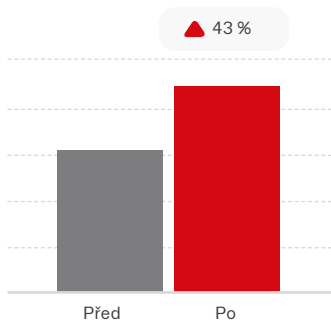
Potenciální zákazníci se často rozhodují nejen podle ceny, ale také podle lokality výdejního místa, protože si chtějí objednané zboží vyzvednout osobně. Proto je potřeba mít v administračním rozhraní výdejní místa vyplněná. Klientovi jsme doplnili novou výdejnu na Vinohradské třídě v Praze.

Jaký byl výsledek optimalizace

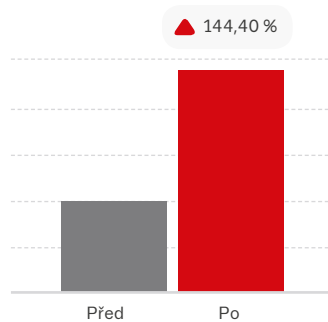
Klientovi se optimalizací kampaně dle našich doporučení podařilo navýšit (ve stále stoupající konkurenci) návštěvnost ze Zboží.cz na stránky e-shopu o 43 %. Celková hodnota objednávek generovaných ze Zboží.cz se potom dokonce zvýšila o 141,73 %.

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 %.

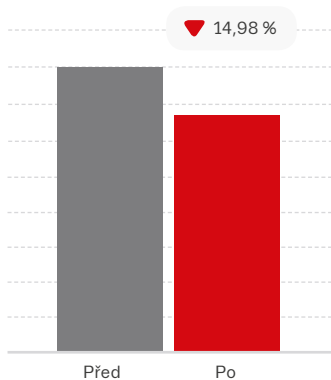
Přivedených návštěv



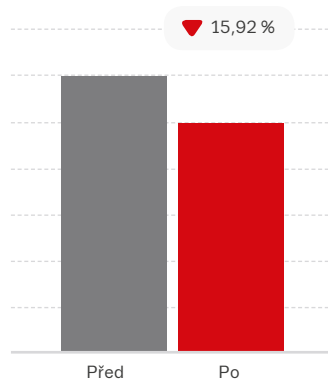
Počet konverzí



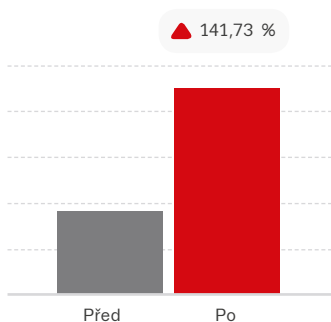
PNO



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.

The screenshot shows the UniHobby website interface. At the top, there is a navigation bar with the UniHobby logo, categories (DŮM, BYDLENÍ, ZAHRADA), and a search bar. Below the navigation bar, there are icons for different product categories: BYDLENÍ, SANITA, STAVBA, TECHNIKA, ZAHRADA, SLUŽBY, and PRODEJNY. The main banner features a Kärcher WV Classic window cleaner with a price tag of 1 390,-. Below the main banner, there are four promotional banners: 'AKTUÁLNÍ NABÍDKA' (Actual Offer), 'RYCHLÉ A SNADNÉ ŘEŠENÍ VAŠICH POTŘEB' (Fast and easy solution of your needs), 'naše praktické RADY A NÁVODY' (our practical tips and instructions), and 'poznejte výhody ZÁKAZNICKÉ KARTY' (experience the benefits of the customer card).

UNI HOBBY DŮM BYDLENÍ ZAHRADA

NEJVĚTŠÍ ČESKÝ ŘETĚZEC HOBBY PRODEJEN

Hledaný výraz...

Moje UNI HOBBY | Přihlásit

NÁKUPNÍ KOŠÍK je prázdný

BYDLENÍ ▾ SANITA ▾ STAVBA ▾ TECHNIKA ▾ ZAHRADA ▾ SLUŽBY PRODEJNY

MYTÍ OKEN
NIKDY NEBYLO JEDNODUŠŠÍ

Čistič oken **KÄRCHER WV Classic**
hmotnost: 0,7 kg (vč. baterie)
napětí: 3,6 V Li-ion
pracovní záběr: 26 cm
délka provozu: 20 min.

KÄRCHER

NEVÝROBNO A VÝVOJ
PŘEDNÍ KÄRCHER V NĚMČU

1 390,-

1 2 3 4

UNI HOBBY
Cena! Nabídka pro členy UNI a सदस्य
699,-
1 390,-
1 890,-
AKTUÁLNÍ NABÍDKA
Platí v období 16.11. - 26.11.2017

nakupujte v UNI HOBBY
NA SPLÁTKY
RYCHLÉ A SNADNÉ
ŘEŠENÍ VAŠICH POTŘEB
ESSEX

naše praktické
RADY A NÁVODY

poznejte výhody
ZÁKAZNICKÉ KARTY
UNI HOBBY
Zákaznická karta