
SKUTECZNA SPRZEDAŻ W INTERNECIE

PLAYROOM

**POZYCJONOWANIE
I
OPTYMALIZACJA**

**REKLAMA
KONTEKSTOWA**

**SOCIAL
MEDIA**

**MARKETING W
SEKTORZE E-COMMERCE**

ALLEGRO

POZYCJONOWANIE I OPTYMALIZACJA

POZYCJONOWANIE I OPTYMALIZACJA (Search engine optimization)

Pozycjonowanie to działania zmierzające do wypromowania danego serwisu internetowego na jak najwyższe pozycje w wynikach wyszukiwania wyszukiwarek internetowych dla wybranych wyrażen kluczowych.

źródło: seo-sem.pl

Propozycja: Zadanie pytania kto z Państwa pozycjonuje swój sklep internetowy?



Dobrze wypozycjonowana strona to przede wszystkim poprawna optymalizacja.

Poprawność kodu strony

Struktura linków

Mapa witryny

Meta tagi

Unikalna treść

Wtyczka do przeglądarki



SEOPTIMER

w łatwy sposób wykona audyt SEO

META TAGI

Wyróżniamy następujące meta tagi:

Title - tytuł strony

Description – opis strony

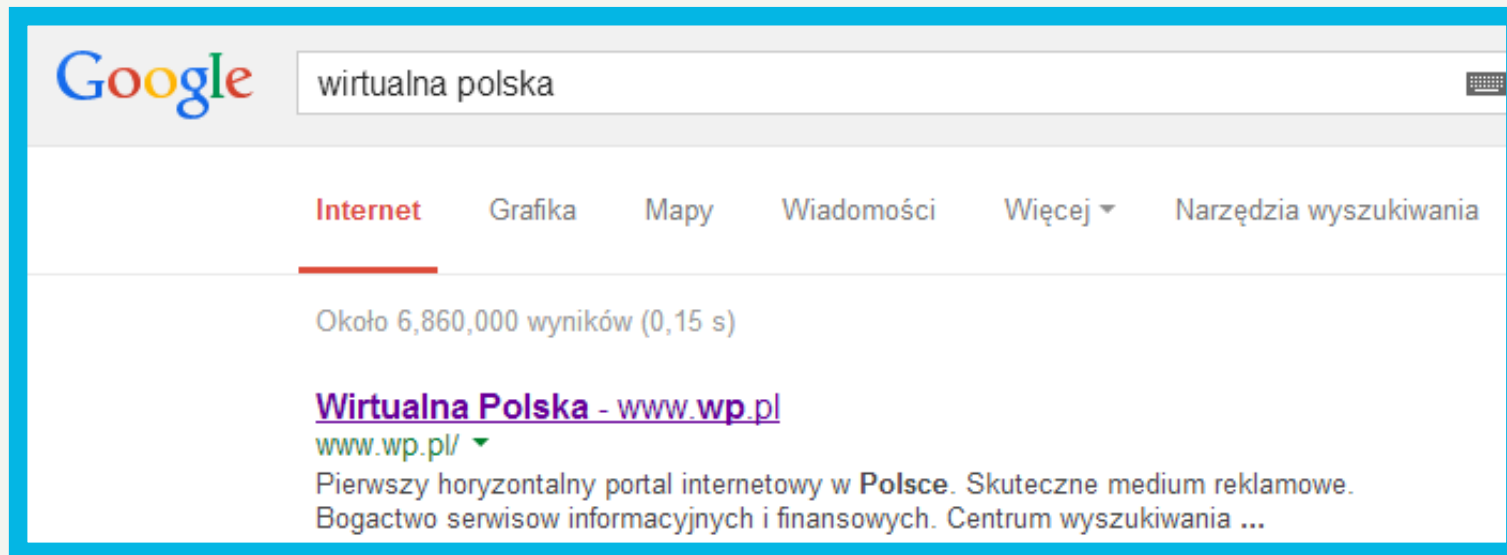
Keywords – słowa kluczowe

ANALIZA KODU (CTRL+U):

```
<title>Wirtualna Polska - www.wp.pl</title>
```

```
<meta name="description" content="Pierwszy horyzontalny portal internetowy w Polsce. Skuteczne medium reklamowe. Bogactwo serwisow informacyjnych i finansowych. Centrum wyszukiwania, komunikacji i rozrywki: wiadomosci, wyszukiwarki, poczta, webpark, czat, komunikator, SMS, randki, kartki, krzyżówki, mp3, gry, gry on-line, muzyka, film. Platforma e-commerce: aukcje, zakupy, przetargi, oferty, turystyka." />
```

```
<meta name="keywords" content="wp.pl,wp,Wirtualna Polska,Wirtualna,Polska,Katalog,Katalog WWW,Firmy,Encyklopedia,Pogoda,Wiadomosci,Program,Telewizja,Sklep,Kawiarenka,MP3" />
```



PORADY PRAKTYCZNE:

- Dynamiczne title, description i keywords
- Trafne dobranie słów kluczowych
- Poprawność językowa
- Analiza i badanie konkurencji

UNIKALNA TREŚĆ

Po ostatniej aktualizacji algorytmu Google (Pinguin 2.1) specjaliści SEO proponują:

Dużą uwagę poświęcić
unikalnej treści.

Zwiększać tematyczność swojego
sklepu poprzez blogi

Łączyć serwis z social
media



Optymalizować treść:

- > tworzyć teksty powyżej 1500 znaków
- > używać unikalnych fotografii, filmów
- > używać znaczników H2, pogrubień
- > unikać zbędnego kodu (m.in. z programu Word)

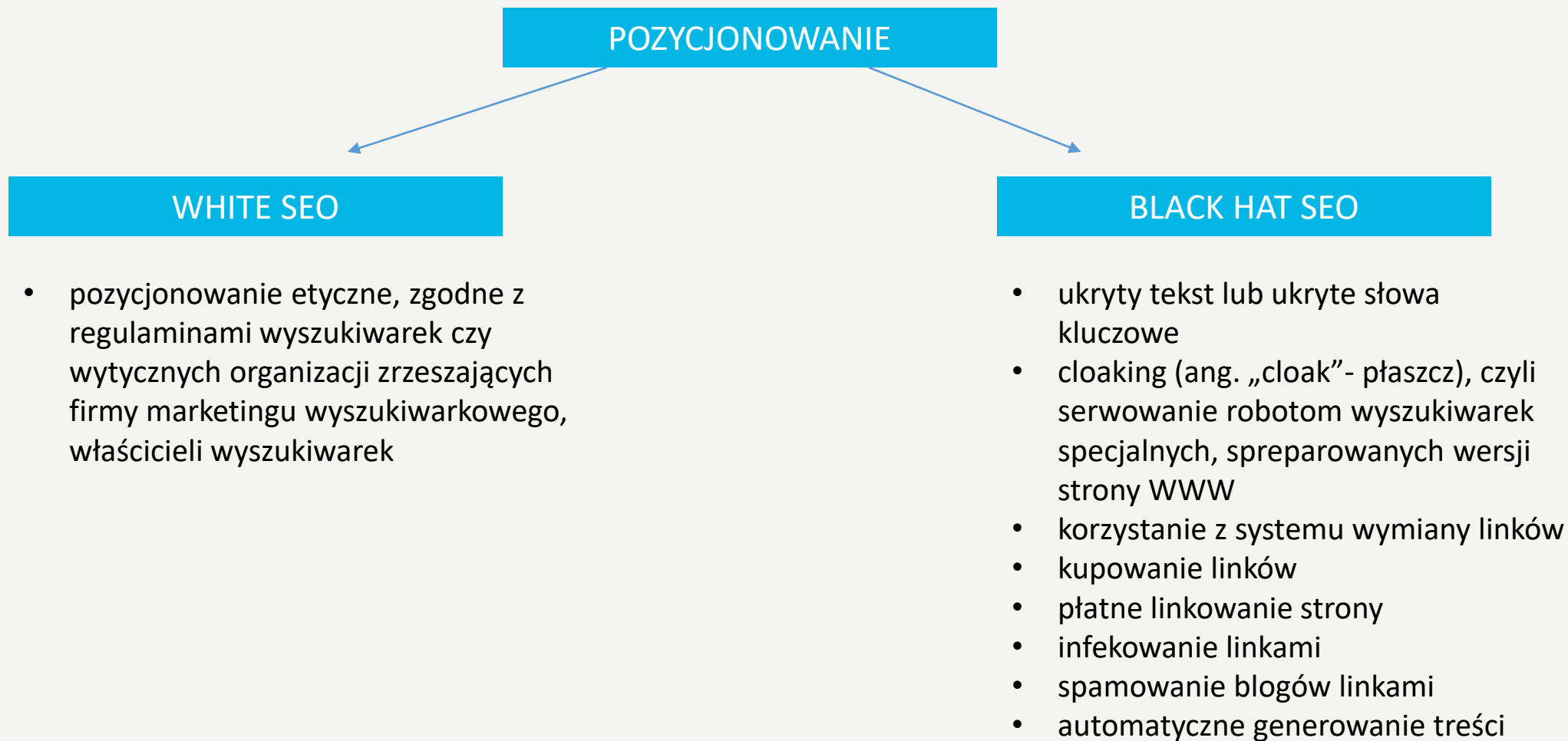
Jak tworzyć unikalną treść?

Pisać samemu bądź zaangażować pracownika

Skorzystać z pomocy copywritera



POZYCJONOWANIE I OPTYMALIZACJA (Search engine optimization)



POZYCJONOWANIE PRZEZ „DŁUGI OGON”

Pozycjonowanie szerokie, inaczej długi ogon lub po angielsku long tail - jest to pozycjonowanie na wiele słów kluczowych, często bardzo mało konkurencyjnych, jednak ich liczba jest tak duża, iż użytkowników z "długiego ogona" często może wchodzić dużo więcej niż z głównych i najbardziej konkurencyjnych kilku słów kluczowych dla danej witryny.

Pozycjonowanie szerokie zwłaszcza jest polecane dla sklepów internetowych, w których można pozycjonować np. działy, strony produktów i dzięki temu sklep jest pozycjonowany na kilkaset słów kluczowych albo nawet więcej.



Źródło: maxroy.com

ZALETY:

- + Szybki efekt pozycjonowania
- + Stabilne pozycje stron
- + Większe bezpieczeństwo Pozycjonowania Long Tail
- + Słowa Long Tail generują większą sprzedaż i konwersje

Do **wad** pozycjonowania szerokiego możemy zaliczyć fakt, iż nie jesteśmy w stanie w stu procentach przewidzieć jakie frazy wpisywane będą przez poszczególnych użytkowników Internetu, zainteresowanych określonym zagadnieniem.

REKLAMA KONTEKSTOWA

REKLAMA KONTEKSTOWA

Reklama kontekstowa – sposób prezentowania reklam użytkownikom rozmaitych usług internetowych (stron internetowych, E-maili, czatów, forów dyskusyjnych, komunikatorów itd.), który zakłada dopasowanie treści reklam do treści stron, na których są one umieszczone. Ideą reklamy kontekstowej jest założenie, że osoba wystawiona na jej działanie chętniej na nią pozytywnie zareaguje, gdy będzie ona związana z poszukiwaną przez tę osobą informacją niż gdyby nie miała ona z nią związku.

źródło: WIKIPEDIA

The screenshot shows a Google search for "kasa fiskalna". At the top, there are navigation tabs for "Internet", "Grafika", "Mapy", "Więcej", and "Narzędzia wyszukiwania". Below the search bar, it indicates "Okolo 718,000 wyników (0,28 s)".

On the left side, there is a cookie consent banner and a section for "Reklamy związane z: kasa fiskalna". This section contains several organic search results:

- 1. Tania Kasa Fiskalna** (22 550 32 00) - www.pckf.pl/Kasa-fiskalna - Polskie Centrum Kas Fiskalnych. Kasy fiskalne w Dobrych Cenach! - Fosa 41, Warszawa
- Kasa Fiskalna** (22 619 92 25) - www.procash.com.pl/ - Kasy fiskalne Warszawa Teraz możesz negocjować ceny! - Usługi - Produkty - O firmie - ul. Jagiellońska 78, Warszawa
- Kasy Fiskalne - Od 799 zł** (22 490 91 66) - www.techkas.pl/Kasy_Fiskalne - Największy Wybór Najlepszych Kas Fiskalnych. Wejdz Po Szczegóły! - Odbiór Osobisty - Kontakt - Wdrożenie Gratis - Promocje Cenowe

Below the organic results are "Hasła pokrewne" and another organic result for "Posnet Polska S.A. - Kasy i drukarki fiskalne, drukarki etykiet...".

In the center, there is a map titled "Mapa dla kasa fiskalna" showing several red location pins labeled A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z.

On the right side, there is a section for "Reklamy" (Paid Ads):

- PROMOCJA Kasy Fiskalne** (www.kasy-fiskalne.waw.pl/) - Szeroki Wybór, Sprawdzony Serwis. Sprawdź! Gwarancja Najniższej CENY - Rokosowska 1 lok. 78, Warszawa
- Najtańsze Kasy Fiskalne** (www.kasy.waw.pl/) - Piomar w Super Cenie Ekstra Jakość - W-wa ul. Kordeckiego 19 022 8798081
- kasy fiskalne** (www.jccs.pl/Kasy-Fiskalne) - Szeroki wybór kas w niskiej cenie. Sprawdź ofertę i zadzwoń!
- Kasy i Drukarki Fiskalne** (www.kozioł.com.pl/) - Informatyka w służbie handlu - Sprawdź!

Wyniki wyszukiwania dla frazy kasa fiskalna

Reklamy płatne (Google AdWords)

Lokalizacje Google Maps

Wyniki organiczne (pozycjonowanie)

REKLAMA KONTEKSTOWA

PRZYKŁADY REKLAMY KONTEKSTOWEJ:

CPC – Cost Per Click – W rozliczeniu za kliknięcie

CPM – Cost Per Mile – W rozliczeniu za emisję

CPA – Cost Per Action – W rozliczeniu za efekt (np. zakup produktu, wypełnienie)

NAJPOPULARNIEJSZE REKLAMY:

Google AdWords / Google AdSense

[Zmywarki Electrolux - Electrolux.pl](http://www.electrolux.pl/Zmywarki)

www.electrolux.pl/Zmywarki

Ekologiczne zmywarki z funkcją FlexiSpray - idealne zmywanie!

Możliwe reklamy: tekstowe, graficzne lub video

AdTaily (Box 125x125)

Reklama

To miejsce czeka na Twoją reklamę!

AdTaily.pl



Reklama na Facebooku

ZALETY REKLAM:

Możliwość targetowania po: płci, wieku, miejscowości

Przy dobrej optymalizacji reklamy – niskie koszty kampanii

Płatność za efekty

SOCIAL MEDIA

SOCIAL MEDIA

Media społecznościowe to idealne narzędzie do komunikacji z potencjalnymi klientami

DLACZEGO WARTO POSIADAĆ PROFILE FIRMOWE?

KLIENCI – budujemy bazę swoich klientów, którzy zainteresowani są profilem naszej sprzedaży

WIDOCZNOŚĆ – osoby śledzą rozwój firmy, wiedzą co się w niej dzieje – są świadkami sukcesów (np. przyznawanych nagród) bądź nowości w ofercie.

ZAWARTOŚĆ – dzięki połączeniu sklepu z social media możemy zwiększać zasięg swojej informacji np. o promocjach.

ZAANGAŻOWANIE – słuchając klientów możesz sprostać im potrzebom. Idealnie sprawdzają się do tego komentarze.

TARGET (GRUPA DOCELOWA) – w łatwy sposób można dotrzeć do osób wg określonych preferencji – płci, wieku, miejsca zamieszkania. To idealne miejsce do reklamy w internecie.

PORADY PRAKTYCZNE:

Postuj regularnie (min. 1 raz dziennie),

Używaj grafik (to wzrost like o 50%),

Angażuj i słuchaj klientów,

Nie bój się krytyki i staraj się na nią konstruktywnie odpowiadać.

Najpopularniejsze SM w e-commerce



ALLEGRO

**ZALETY:**

- Lider sektora E-Commerce w Polsce *
- Duża oglądalność serwisu** – łatwość w dotarciu do klienta
- Możliwość budowania marki – poprzez komentarze
- Bezpieczeństwo transakcji

WADY:

- Duża konkurencja
- Rosnące koszty prowizji
- Po ostatnich zmianach – ukryta kategoria EROTYKA (Sport i wypoczynek)

**JAK ZWIĘKSZAĆ SPRZEDAŻ NA ALLEGRO ?**

WYRÓŻNIAJ SIĘ: Nadaj swojemu produktowi odpowiednią oprawę – dodaj zdjęcia, linki do filmów – im więcej takich elementów tym lepiej!

UNIKALNOŚĆ: Nie kopiujemy tekstów - tworzymy własne opisy – tak aby wyróżniać się od konkurencji

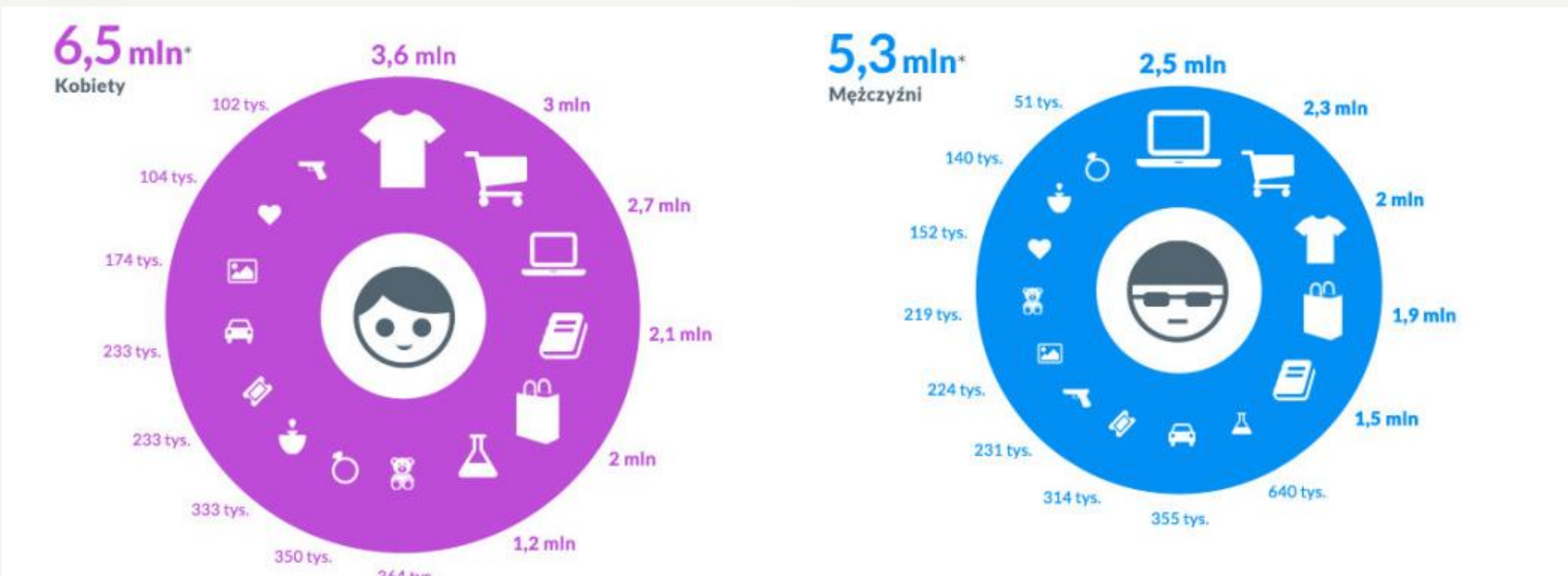
Bardzo łatwo klient może ciebie porównywać z konkurencją. Na Allegro wszystkie oferty są bowiem obok siebie. Widoczne jak na dłoni. Dlatego musisz się nieco wysilić, aby wyróżnić się z tłumu

*Zasięg 62,76% wg Megapanel 07/2013

**12 965 385 realnych użytkowników w lipcu (wg Megapanel 07/2013)

BRANŻA EROTYCZNA W E-COMMERCE

PROBLEMY BRANŻY EROTYCZNEJ W E-COMMERCE



- | | |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------|
| AGD, RTV, elektronika, fotografia, komputery | banki zdjęć, odbitki i gadżety ze zdjęciami |
| sklepy wielobranżowe | bilety |
| odzież | broń i militaria |
| inne sklepy o określonym profilu | produkty dla dzieci i zabawki |
| literatura, muzyka, filmy | erotyka |
| apteki internetowe | perfumy |
| sklepy motoryzacyjne | biżuteria |

Polacy na e-zakupach
 Kto i jakiego rodzaju produktów szuka w e-sklepach
 Megapanel PBI/Gemius, lipiec 2013

PROBLEMY BRANŻY EROTYCZNEJ W E-COMMERCE

- ☹ Erotyka nie jest lubiana przez Google
- ☹ Kopiowane teksty to brak unikalności (spadki w Google)
- ☹ Wysokie koszty reklam kontekstowych

ROZWÓJ RYNKU E-COMMERCE W POLSCE

Już 82% Polskich internautów kupuje w sieci.

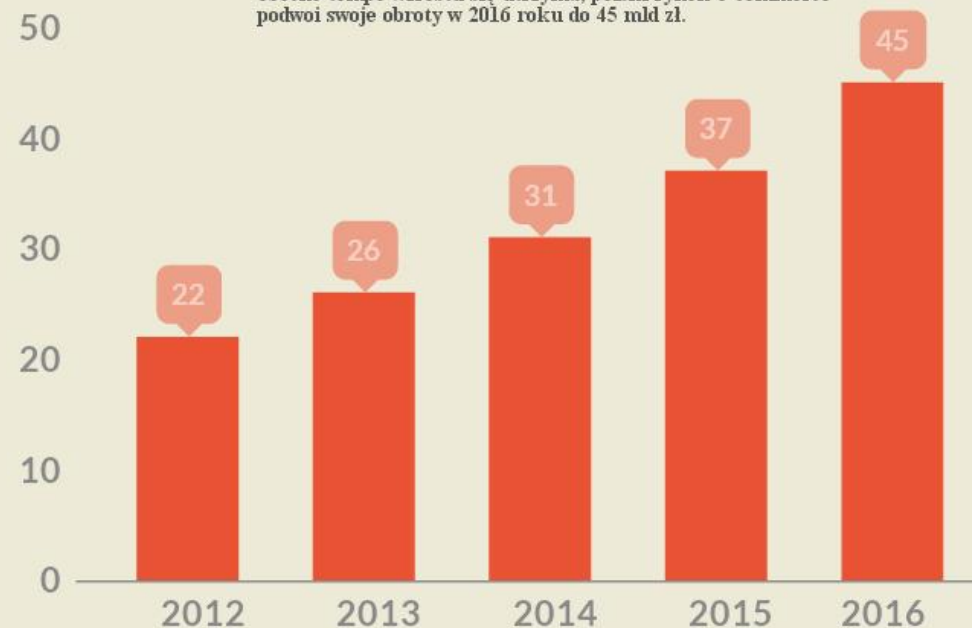
31% Polskich internautów przyznaje, że w sieci kupuje raz w tygodniu

To stawia Polskę na 3 miejscu w Europie pod względem częstotliwości zakupów online

Źródło: flipit.com

PROGNOZA WZROSTU POLSKIEGO E-HANDLU

Interactive Media Retail Group (IMRG), stowarzyszenie handlu elektronicznego w Wielkiej Brytanii, twierdzi, że Polska będzie jednym z najszybciej rozwijających się e-rynków w Europie. Jeśli obecne tempo wzrostu się utrzyma, polski rynek e-commerce podwoi swoje obroty w 2016 roku do 45 mld zł.



NIEZBĘDNIK

Webpozycja.pl



- ✓ Monitorowanie pozycji w Google wg frazy
- ✓ Możliwość badania konkurencji
- ✓ Przyjazny interfejs

KOD RABATOWY = ZNIŻKA 20%
20RABAT01112013

Google AdWords Editor

The screenshot shows the Google AdWords Editor interface. The top menu includes 'File', 'Edit', 'Account', 'Data', 'Tools', and 'Help'. Below the menu, there are buttons for 'Get Recent Changes', 'Check Changes', 'Post Changes', and 'Showing stats for: Yesterday'. The left sidebar shows a tree view of the account structure, including 'Account: username@gmail.com', 'Campaign - 1', 'Ad Group #1', 'Ad Group #2', 'Campaign - 2', 'Campaign - 3', 'Campaign - 4', 'Campaign - 5', and 'Campaign - 6'. The main area shows a 'View: All' dropdown and tabs for 'Keywords', 'Text Ads', 'Negative Keywords', 'Ad Groups', and 'Campaigns'. Below the tabs, there are buttons for 'Add Keyword', 'Add Multiple Keywords', 'Delete Selected Keywords', and 'Revert'. A table displays the following data:

Keyword	Max. CPC	Clicks	Impr.	CTR
belgian chocolates	0.10	61	4040	0.23
belgium chocolates	0.10	32	1390	0.14
boxed chocolates	0.12	38	779	0.11

- ✓ Możliwość łatwego tworzenia reklam
- ✓ Łatwe zmiany stawek
- ✓ Idealne narzędzie do zarządzania wieloma kampaniami

DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ

(Adam Mazurek)