

E-cto.pl – skuteczność pozycjonowania stron (SEO)

Jak zwiększyliśmy widoczność oferty i ruch organiczny na stronie WWW sklepu internetowego



Działania

Skuteczne pozycjonowanie stron internetowych jest kluczowe dla sukcesu każdego sklepu online. W przypadku e-cto.pl, sklepu internetowego specjalizującego się w sprzedaży odzieży używanej, działania SEO okazały się niezwykle skutecznym narzędziem, które przyniosło znaczące rezultaty.

Przykład ten pokazuje, jak odpowiednie strategie SEO mogą wpływać na widoczność oferty sklepu internetowego oraz przyczynić się do wzrostu ruchu organicznego, liczby odwiedzin klientów i sprzedaży.

Firma ANPOL jest właścicielem sklepu internetowego e-cto.pl i prowadzi sprzedaż odzieży używanej. Obsługuje 43 salony sprzedaży w dużych miastach pod szyldem CTO – Centrum Taniej Odzieży.



Wyzwania



Przed rozpoczęciem działań SEO strona internetowa firmy była znana głównie klientom sklepów stacjonarnych CTO, na których opierał się główny kanał sprzedaży. Słaba rozpoznawalność online znacznie ograniczała zasięg firmy.



Jednym z kluczowych problemów był niedostateczny ruch organiczny, który był kierowany na niedostępne produkty. Niezbędne stało się skierowanie klientów na konkretne podstrony z odzieżą, która była aktualnie dostępna w magazynie.



Wdrożenie 1/2

Praca nad optymalizacją strony e-cto.pl obejmowała kilka etapów, które zostały przeprowadzone przez zespół naszych ekspertów.

1. Audyt

Przeprowadziliśmy analizę struktury strony, treści, wydajności oraz potencjalnych obszarów do poprawy.

2. Kompleksowa strategia optymalizacji na podstawie wyników audytu

Wyzaczyliśmy cele, określiliśmy priorytety i przygotowaliśmy plan wdrożenia, który uwzględniał zarówno zmiany na stronie, jak i kampanie reklamowe.

3. Wdrożenie zmian optymalizacyjnych

Poprawiliśmy dostępność strony dla użytkowników oraz dostosowaliśmy ją do wymagań wyszukiwarek.

4. Optymalizacja kampanii i testowanie nowych pomysłów

Sprawdzaliśmy różne strategie, słowa kluczowe, grupy docelowe i kreacje reklam, aby zoptymalizować wydajność kampanii.



Wdrożenie 2/2

Następnie podjęliśmy działania zmierzające do optymalizacji strony.

1. Wprowadzenie narzędzi analitycznych

Nasi eksperci wdrożyli narzędzia Google Analytics i Google Tag Manager, które umożliwiły śledzenie transakcji oraz optymalizację działań reklamowych. Dzięki temu firma e-cto zyskała lepszą kontrolę nad efektywnością marketingu.

2. Uruchomienie kampanii w sieci wyszukiwania

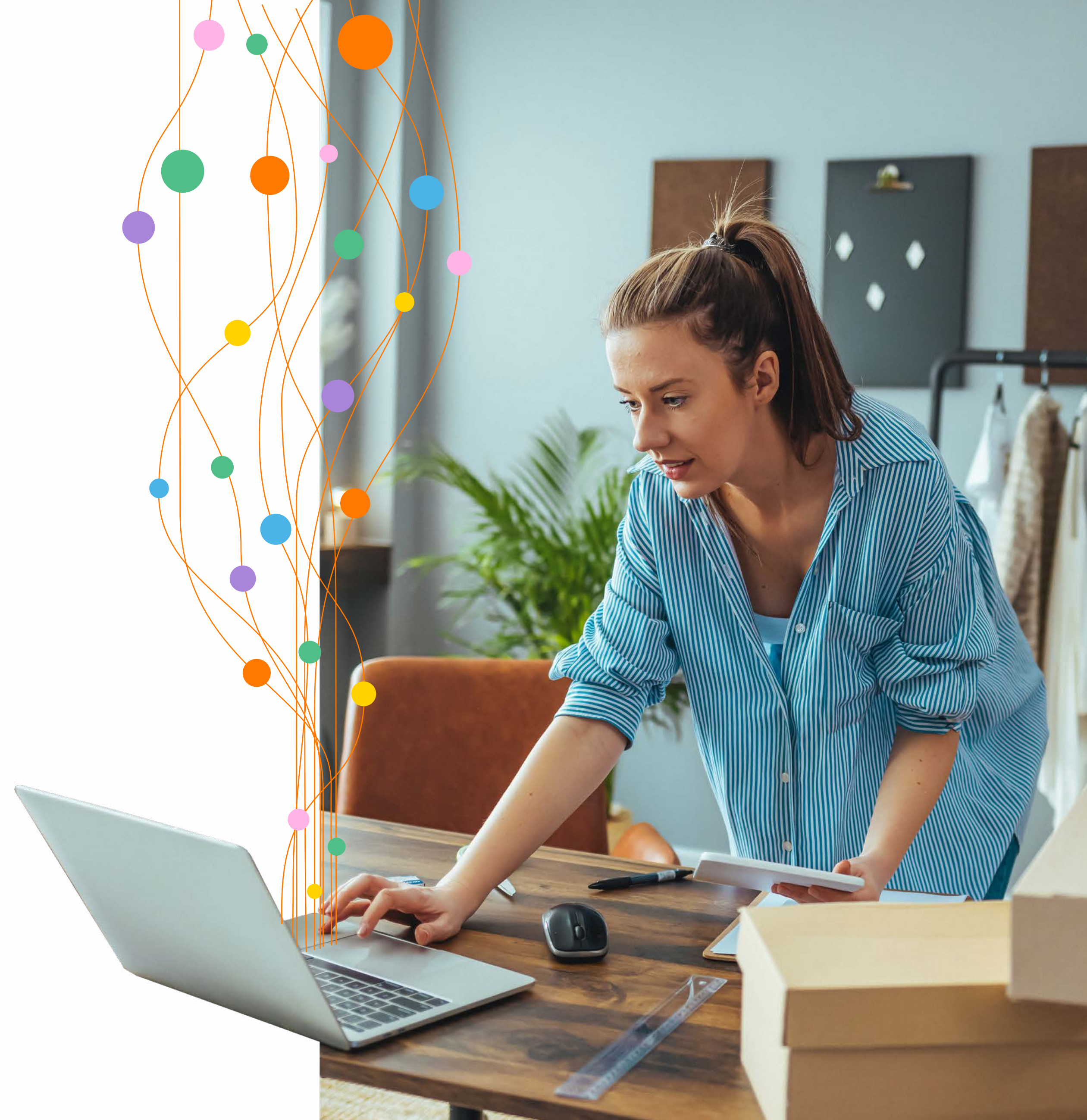
Uruchomiliśmy kampanie na frazy ogólne związane z działalnością sklepu, takie jak „secondhand online” czy „odzież używana online”. To pozwoliło dotrzeć do większej liczby potencjalnych klientów zainteresowanych podobnymi produktami.

3. Optymalizacja „meta title” i „description”

Przeprowadziliśmy optymalizację metatytułów i opisów, wykorzystując wytyczki SEO. Poprawione metadane pomogły lepiej dopasować treści strony do wyszukiwanych fraz kluczowych, co z kolei przyczyniło się do poprawy pozycjonowania sklepu w wynikach wyszukiwania.

4. Wdrożenie przekierowań

Nasze działania skupiliśmy na kierowaniu użytkowników z niedostępnych produktów na odpowiednie kategorie lub stronę główną. Dzięki temu zapewniliśmy użytkownikom łatwiejszą nawigację po stronie e-cto.pl i umożliwiliśmy im znalezienie innych interesujących ofert.



Korzyści i efekty 1/3

Po roku współpracy udało się osiągnąć wzrost o:

72% – liczby nowych użytkowników,

1527% – przychodów z kampanii.

W tym czasie wzrost wydatków wyniósł **158%**.

Wdrożone działania optymalizacyjne przyniosły znaczące korzyści dla sklepu e-cio.

1. Poprawa komunikacji

Dzięki optymalizacji strony klienci trafiali na strony z dostępnymi produktami, co skutkowało niższym współczynnikiem odrzuceń. Poprawa widoczności strony przekładała się na wzrost liczby odwiedzających.

2. Zmniejszenie kosztu pozyskania klientów

Działania optymalizacyjne przyczyniły się do zwiększenia widoczności strony w wynikach wyszukiwania, co pozwoliło na skuteczniejsze wykorzystanie budżetu reklamowego.



Korzyści i efekty 2/3

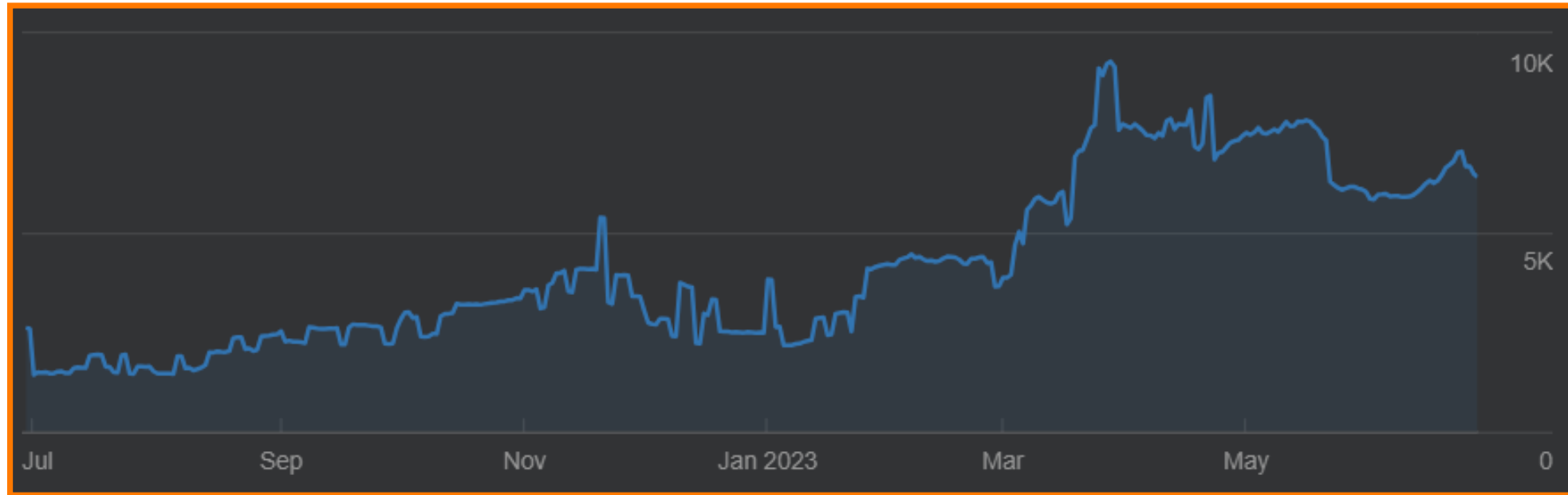
3. Kampanie reklamowe w sieciach wyszukiwania i na platformie Meta Ads

Nowa struktura kampanii reklamowych na Facebooku oraz skuteczne kampanie w sieciach wyszukiwania przyczyniły się do zwiększenia przychodów, dotarcia do nowych użytkowników oraz utrzymania kontaktu z obecnymi klientami.

- **Kampania brandingowa:** dotarcie do nowych użytkowników pozwoliło na powiększenie bazy potencjalnych klientów.
- **Kampania acquisition:** skierowana do użytkowników, którzy weszli na stronę bez rejestracji i transakcji, zachęcała użytkowników do zakupu, wykorzystując przy tym odpowiednio dostosowane treści i oferty.
- **Kampania remarketingowa:** dotarcie do użytkowników, którzy wcześniej odwiedzali stronę e-cto.pl, pozwoliło na przypominanie im o ofertach sklepu i utrzymywanie kontaktu z potencjalnymi klientami.
- **Kampania retention:** skierowana do obecnych klientów przyczyniła się do zwiększenia ich lojalności poprzez personalizowane oferty i specjalne promocje.



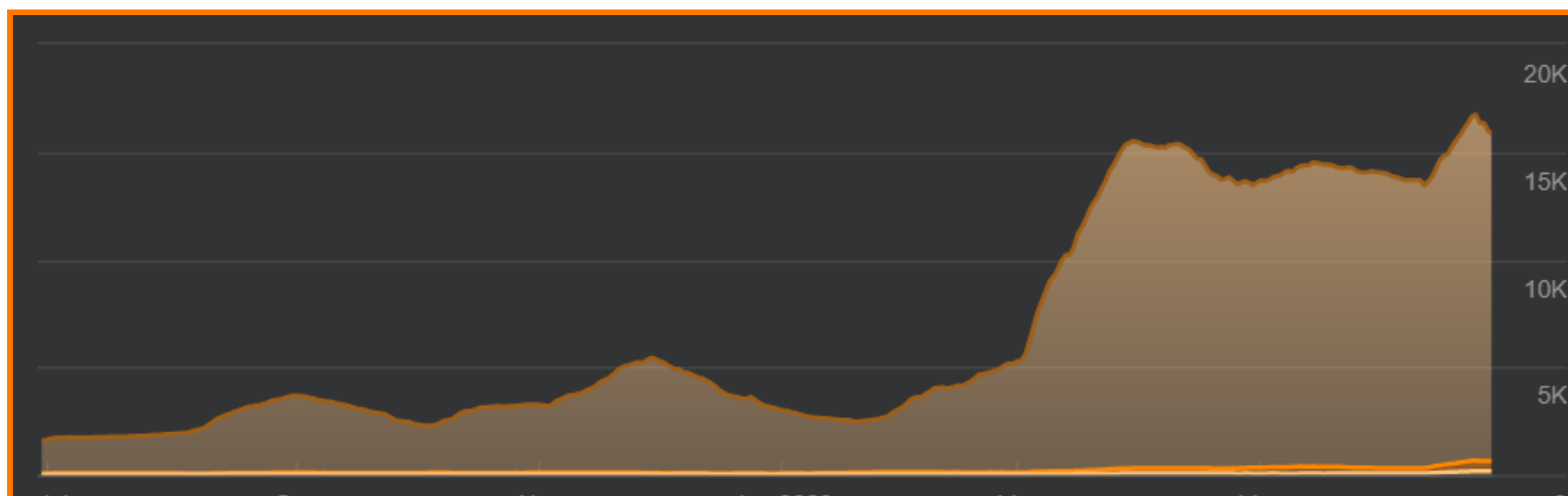
Korzyści i efekty 3/3



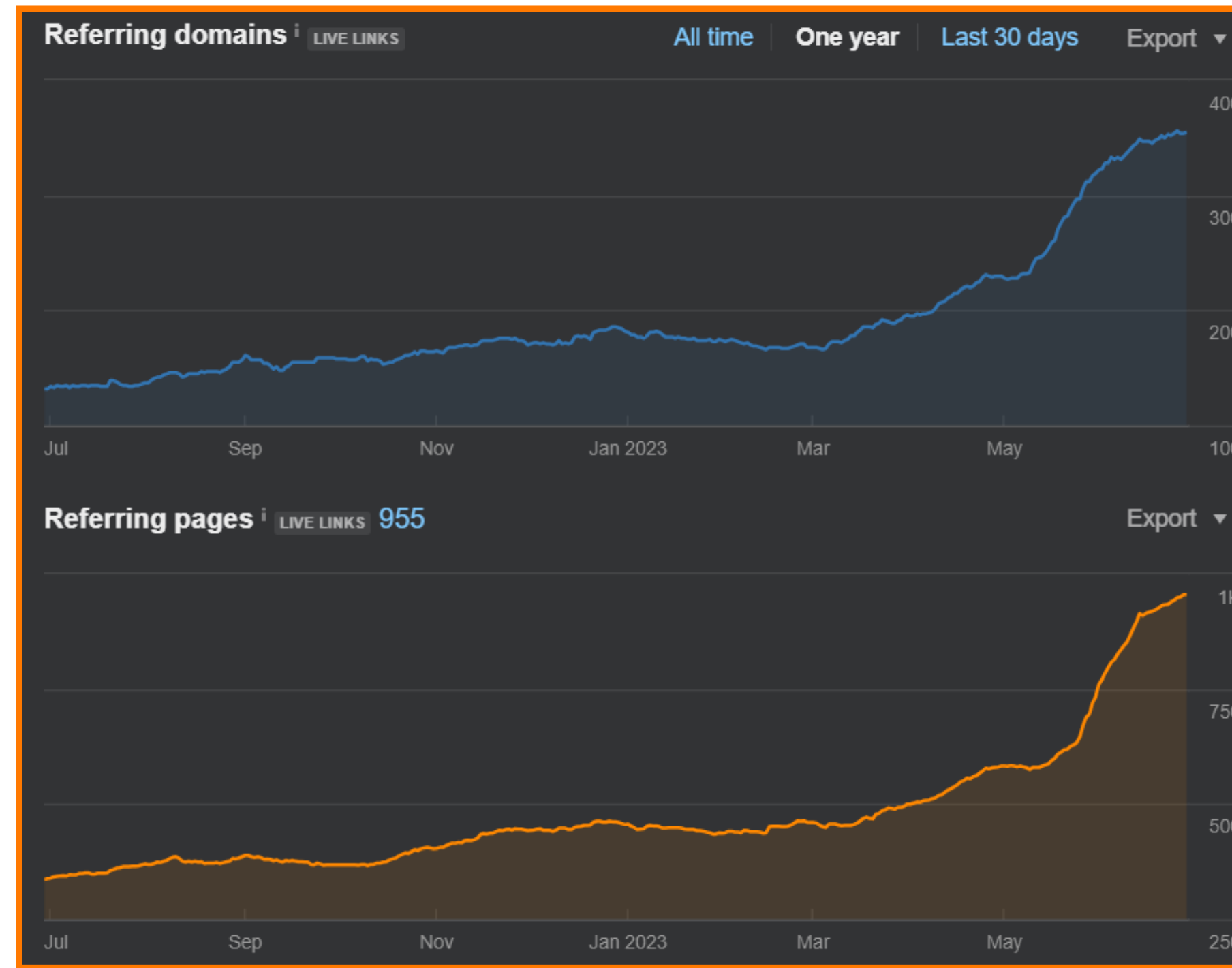
Wzrost ruchu organicznego



Widoczność/wyświetlenia oferty w ruchu organicznym



Widoczność słów kluczowych



Widoczność odsyłających domen oraz podstron, które linkują



Widoczność w Senuto

Okiem klienta

Podjęte działania optymalizacyjne strony e-cto.pl przyniosły nam znaczące korzyści. Poprawa widoczności oferty, zwiększenie ruchu organicznego, pozyskanie nowych klientów, efektywniejsze wykorzystanie budżetu reklamowego oraz wzrost przychodów – to rezultaty, które bardzo nas cieszą i przekładają się na sukces naszego sklepu internetowego.

**Sebastian Skrzypek,
Dyrektor Generalny, CTO**

