

Case Study SEO

 **Typ** e-commerce |  **Budżet** 3 500 zł/mies. |  **Rynek** polski

Problem do rozwiązania

Relatywnie niewielki ruch na stronie internetowej klienta oraz mała liczba transakcji. Analiza wykazała brak widoczności sklepu w wynikach wyszukiwarki Google. Także analiza widoczności sklepu za pomocą narzędzia Semrush, potwierdziła bardzo słaby wynik witryny. Żadnej spośród 100 fraz wytypowanych jako skuteczne do pozycjonowania, nie było w TOP10.

Nasze działania

Strategia
Opracowanie kompleksowej strategii promocji sklepu, nastawionej przede wszystkim na zwiększeniu liczby transakcji. Dobór słów kluczowych i tzw. “długich ogonów”.

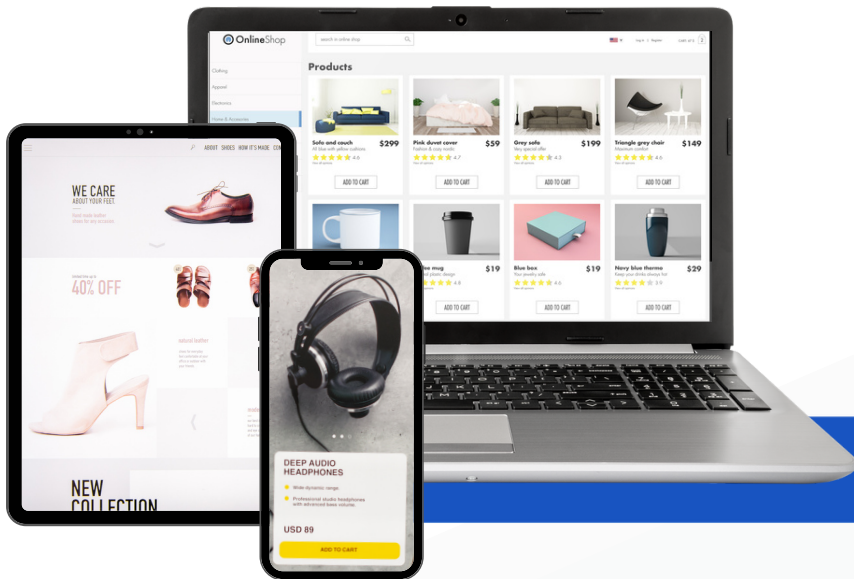
Optymalizacja
Optymalizacja meta tagów i treści na stronie internetowej. Usunięcie problemu dupliкат content (częstego w przypadku sklepów internetowych) dzięki dołożeniu nowych treści.

Linkowanie
Przegląd linków, przebudowa profilu linków oraz stopniowe dostarczanie nowych, wartościowych linków.

Rezultat

W toku prac pozycjonerskich zwiększyliśmy liczbę wartościowych fraz w TOP10 w wynikach wyszukiwania Google z 0 do 85 , w tym 28 haseł w ścisłym TOP3. Wg Semrush 236 fraz ogólnych związanych ze sklepem internetowym klienta znalazło się w pierwszej dziesiątce Google (przed zmianami Semrush wskazywał 0). Znaczącej zmianie uległa także liczba wejść na stronę z ruchu organicznego z 1 511 do 71 314, co skutkowało wzrostem liczby transakcji z 449 do 3 500 oraz zwiększeniem przychodu z transakcji z 119 000 zł do 982 000 zł.

	TOP10	TOP3	Widoczność	Ruch	Transakcje	Przychód
przed	0	0	0	1 511	449	119 000
po	85	28	236	2 150	3 500	982 000
wzrost	↑ -	↑ -	↑ -	↑ 4 620%	↑ 680%	↑ 725%



 **Cel**
Zwiększenie liczby transakcji i przychodu z ruchu organicznego.

 **Efekt**
Wzrost liczby transakcji, przychodu i widoczności sklepu internetowego.

Wzrost transakcji
o ponad
680%