

Case study

73% więcej ruchu organicznego dzięki kompleksowej optymalizacji SEO

Alicja Stojek-Szewczuk
SEO & SXO Specialist



Anna Jurczyk- Wojnar
SEO Specialist



*sklep.***MARKETER+**

O naszym Kliencie



Marketer Plus to wydawnictwo skierowane do marketerów, głównie z obszaru digital marketingu i e-commerce. Flagowymi produktami wydawnictwa są dwa czasopisma – Marketer+ oraz E-commerce w Praktyce. W sklepie online znaleźć można książki i ebooki pisane przez specjalistów w dziedzinie marketingu i sprzedaży w internecie, a także kursy i szkolenia.

Marketer+ to znany brand rozpoznawalny wśród całej branży digital marketingu i e-commerce w Polsce.

Nasze wspólne działania obejmują **pozycjonowanie sklepu internetowego – optymalizację techniczną i contentu oraz linkbuilding.**

Wyzwanie



Kiedy?
10.2022 - obecnie



Obszar działań
Polska

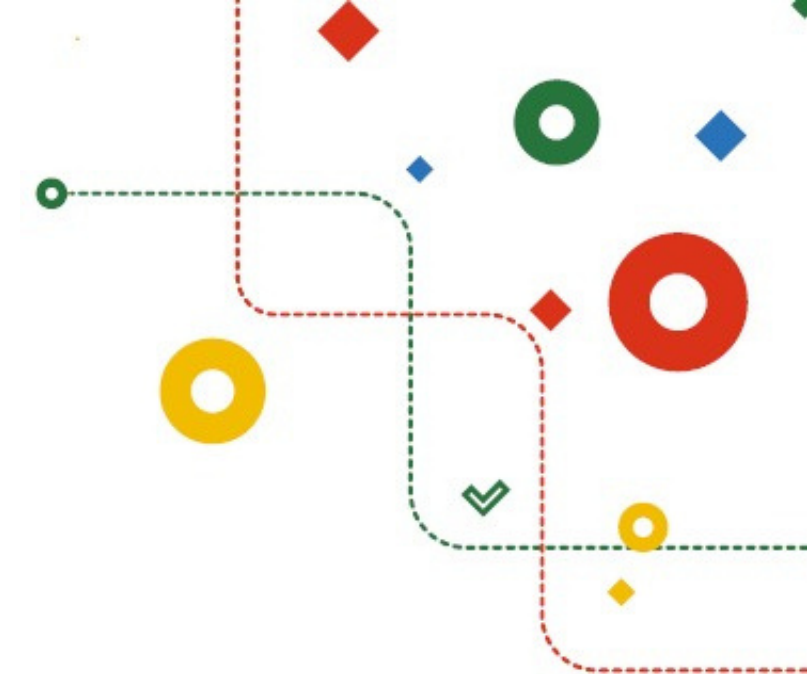


Strona
sklep.marketerplus.pl

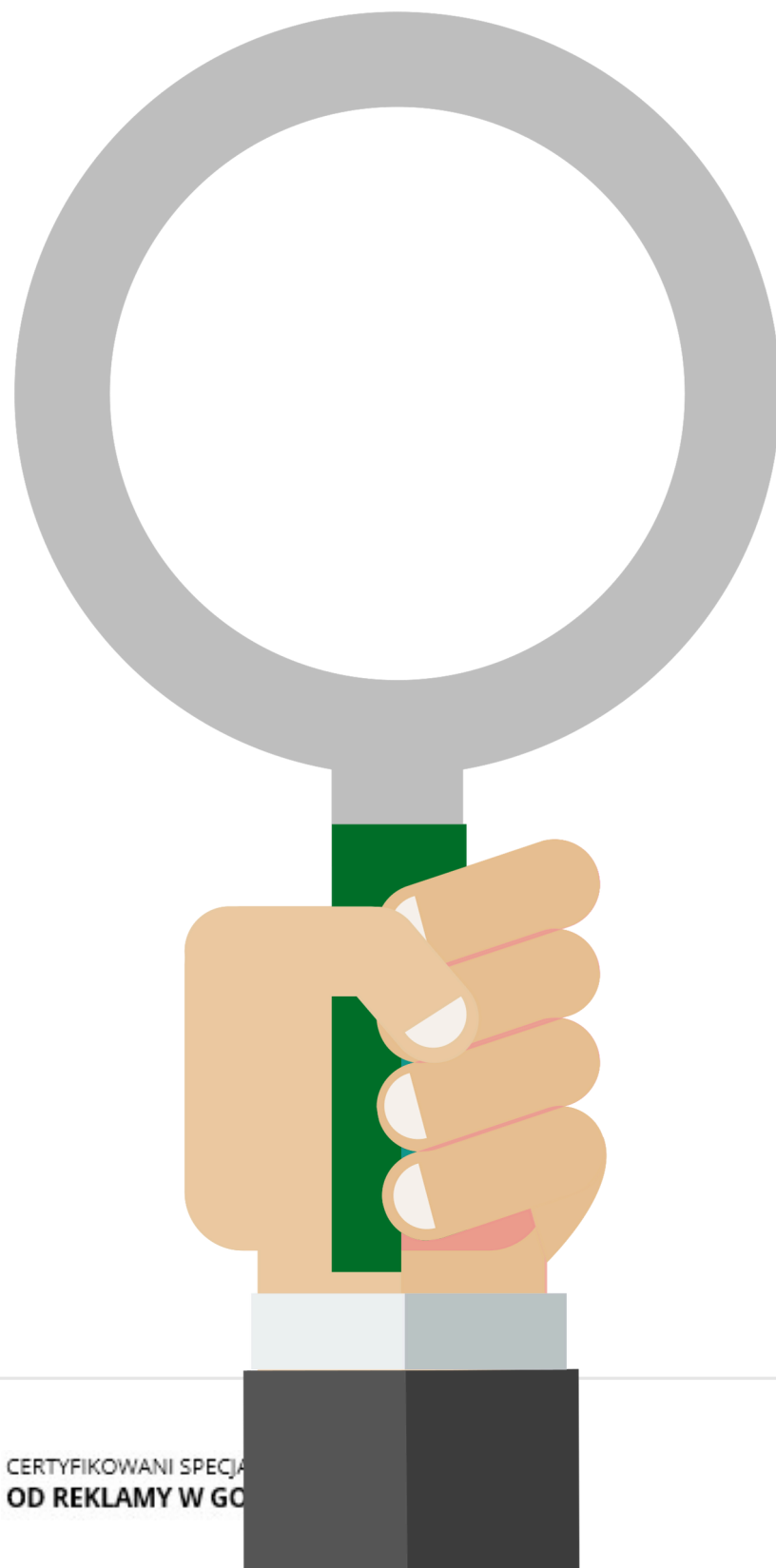


Budżet
65 200 PLN

- + **Poprawa widoczności w TOP3 i TOP10**
- + **Większy ruch organiczny**
- + **Optymalizacja techniczna**
- + **Tworzenie opisów kategorii i produktów**



Analiza wstępna



- 1 Korzystając z zaawansowanych narzędzi, takich jak Ahrefs i Senuto, **zbadaliśmy widoczność strony w Google**. Dzięki temu mogliśmy odkryć frazy kluczowe z potencjałem, które do tej pory nie były wykorzystywane przez witrynę.
- 2 Przeprowadzony **szczegółowy audyt SEO strony internetowej** pozwolił nam wyodrębnić kluczowe obszary do optymalizacji, z naciskiem na rozbudowę contentu, co jest niezbędne do poprawy pozycji w wynikach wyszukiwania.
- 3 Podczas analizy profilu linków **zauważyliśmy znaczący potencjał do optymalizacji** zarówno w obszarze linków wewnętrznych, jak i zewnętrznych.

Realizacja – etap I



E1 **Naszą współpracę rozpoczęliśmy od projektu migracji strony** - oprócz zmian wizualnych pracowaliśmy nad poprawą architektury informacji i nawigacji w serwisie. Głównym celem było intuicyjne zaprezentowanie użytkownikowi oferty i przeprowadzenie go przez ścieżkę zakupową z możliwością wyboru pojedynczych egzemplarzy magazynów, prenumerat oraz pakietów.

To tylko część działań, będących składowymi prowadzonych przez nas działań z zakresu SEO. W DevaGroup możesz liczyć na ciągłe wsparcie dedykowanego opiekuna, który wyjaśnia wszelkie zawiłości systemu, jak również pojawiające się w tym dokumencie skróty i branżowe słownictwo.

Realizacja – etap I



E2 Jednym z najważniejszych etapów procesu migracji był audyt techniczny SEO oraz późniejsze jego wdrożenie. Silnikiem strony jest Shoper, który jak każde rozwiązanie SaaS ma swoje ograniczenia w kwestii optymalizacji strony pod kątem SEO. Jednak dzięki dobrej współpracy na linii Agencja - Klient - Programiści udało nam się wdrożyć wszystkie poprawki możliwe na tym silniku.

To tylko część działań, będących składowymi prowadzonych przez nas działań z zakresu SEO. W DevaGroup możesz liczyć na ciągłe wsparcie dedykowanego opiekuna, który wyjaśnia wszelkie zawiłości systemu, jak również pojawiające się w tym dokumencie skróty i branżowe słownictwo.

Realizacja – etap I



E3 Od początku naszej współpracy działamy nad **optymalizacją contentu na stronie**. Rozpoczęliśmy od przygotowania opisów kategorii zoptymalizowanych pod kątem SEO. Weryfikujemy także potencjał słów kluczowych dla produktów w sklepie, aby w opisach znalazły się frazy wyszukiwane przez użytkowników.

To tylko część działań, będących składowymi prowadzonych przez nas działań z zakresu SEO. W DevaGroup możesz liczyć na ciągłe wsparcie dedykowanego opiekuna, który wyjaśnia wszelkie zawiłości systemu, jak również pojawiające się w tym dokumencie skróty i branżowe słownictwo.

Wyzwanie

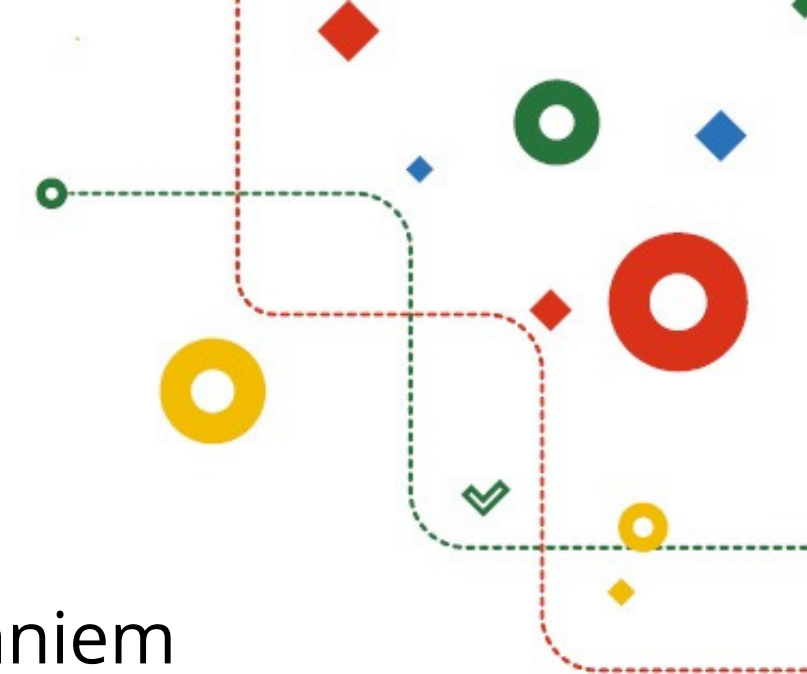


1

Subdomena - praca nad pozycjonowaniem subdomeny wymaga nieco innego podejścia do SEO niż zazwyczaj. Ruch związany z rozpoznawalnym brandem skupia się wokół głównego adresu domeny. Działania związane z linkbuildingiem także prowadzone są osobne - w oczach Google są to dwie osobne domeny i każda z nich pracuje osobno na swoje miejsce w rankingu.

2

Ograniczona liczba słów kluczowych - podczas analizy słów kluczowych skupiliśmy się na wybraniu fraz stricte produktowych, związanych z kategoriami produktowymi - czasopisma, książki i szkolenia marketingowe.



Wyzwanie



3

Brak możliwości prowadzenia bloga wynika z charakteru działalności Klienta, która skupia się na szerzeniu wiedzy poprzez czasopisma, książki i szkolenia. Powielanie tych samych treści na blogu mogłoby przyciągnąć ruch na stronę, który nie przekładałby się na konwersje i sprzedaż.

4

Ryzyko kanibalizacji - produkty są dostępne w kilku wariantach i pakietach - np. książka papierowa, ebook i pakiet tych dwóch formatów. Dodatkowo, kanibalizacja może występować pomiędzy różnymi rodzajami produktów - to samo zagadnienie będzie omawiać szkolenie, książka i magazyn.



Realizacja – etap II



E1

Początek współpracy to czas migracji i zmian w drzewie kategorii. Był to krytyczny moment, podczas którego **ustaliliśmy nową architekturę strony oraz zajęliśmy się optymalizacją indeksowania.**

Przykładowe działania:

- nowa struktura adresów URL;
- przekierowania ze starych wersji adresów na nowe odpowiedniki;
- zablokowanie indeksowania stron informacyjnych typu regulaminy, polityka prywatności;
- zablokowanie indeksowania wyników wyszukiwania oraz filtrowania i sortowania.

To tylko część działań, będących składowymi prowadzonych przez nas działań z zakresu SEO. W DevaGroup możesz liczyć na ciągłe wsparcie dedykowanego opiekuna, który wyjaśnia wszelkie zawiłości systemu, jak również pojawiające się w tym dokumencie skróty i branżowe słownictwo.

Realizacja – etap II



- E2** Dla każdej kategorii **przygotowaliśmy zoptymalizowany pod kątem SEO opis**, zawierający frazy kluczowe w nagłówkach, title i description.
- E3** **Utworzyliśmy schematy linkowania zewnętrznego i wewnętrznego**, aby każda strona docelowa miała przypisaną frazę, pod jakim anchorem powinna być linkowana.

To tylko część działań, będących składowymi prowadzonych przez nas działań z zakresu SEO. W DevaGroup możesz liczyć na ciągłe wsparcie dedykowanego opiekuna, który wyjaśnia wszelkie zawiłości systemu, jak również pojawiające się w tym dokumencie skróty i branżowe słownictwo.

Realizacja – etap II



- E4** **Utworzyliśmy schematy title i description** dla każdego rodzaju podstron w serwisie, wraz z dedykowanymi CTA. Dzięki temu osoby zajmujące się dodaniem nowych produktów w serwisie mogły od razu publikować zoptymalizowane pod SEO znaczniki meta.
- E5** **Utworzyliśmy schematy opisów alternatywnych dla grafik** dla każdego rodzaju zdjęć (okładki pojedynczych numerów, pakietów, książek).

To tylko część działań, będących składowymi prowadzonych przez nas działań z zakresu SEO. W DevaGroup możesz liczyć na ciągłe wsparcie dedykowanego opiekuna, który wyjaśnia wszelkie zawiłości systemu, jak również pojawiające się w tym dokumencie skróty i branżowe słownictwo.

Realizacja – etap II



- E6** Systematycznie przy okazji dodawania nowych produktów na stronę **wyszukujemy słowa kluczowe**, pod które warto zoptymalizować znaczniki title, description oraz nagłówki i opis, aby były one jak najlepiej wyświetlane w Google.
- E7** Po wdrożeniu zaleceń z audytu **nie zaprzestaliśmy optymalizować strony pod kątem technicznym, w czym pomaga nam regularny monitoring błędów** w Google Search Console oraz skany serwisu za pomocą narzędzi Screaming Frog.

To tylko część działań, będących składowymi prowadzonych przez nas działań z zakresu SEO. W DevaGroup możesz liczyć na ciągłe wsparcie dedykowanego opiekuna, który wyjaśnia wszelkie zawiłości systemu, jak również pojawiające się w tym dokumencie skróty i branżowe słownictwo.

Efekty

+ **Wzrost widoczności w TOP3** według narzędzia Senuto od dnia rozpoczęcia kampanii o **800%**

sklep.marketerplus.pl

Zmiany od
01-10-2022

Słowa w TOP 3: 36 ▲ 32 (800%)

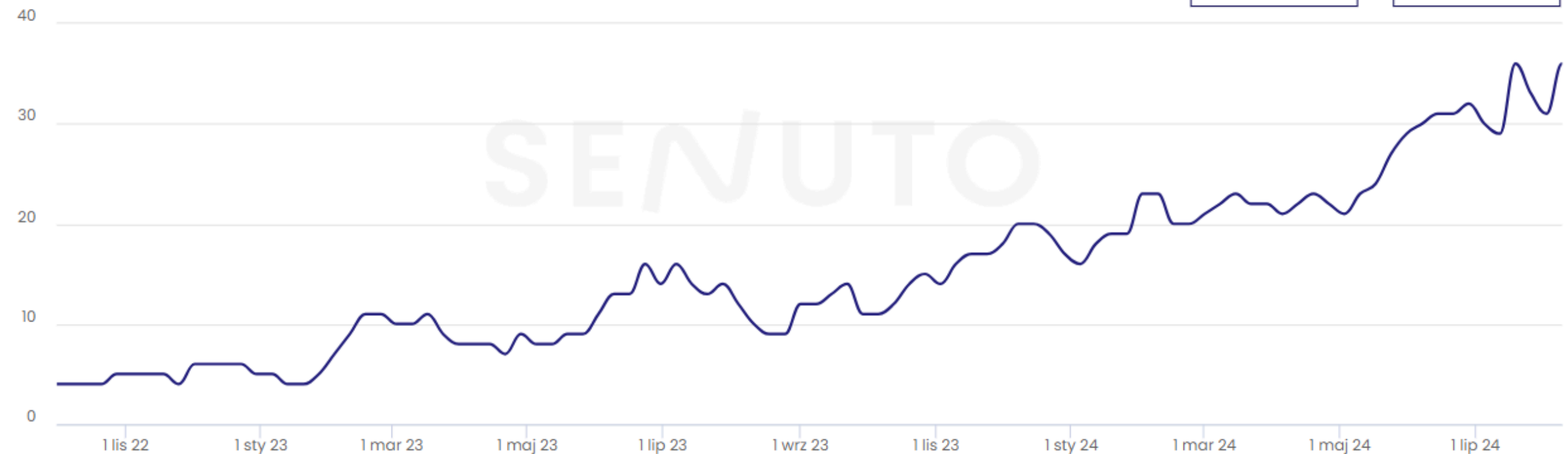
Dodaj +

sklep.marketerplus.pl

Zakres 1m 3m 6m YTD 1y All

01-10-2022

09-08-2024



Wykres z narzędzia Senuto pokazuje cały okres współpracy.

Efekty

+ **Wzrost widoczności w TOP10** według narzędzia Senuto od dnia rozpoczęcia kampanii o **572%**

sklep.marketerplus.pl

Zmiany od
01-10-2022

Słowa w TOP 10: 168 ▲ 143 (572%)

Dodaj +



Wykres z narzędzia Senuto pokazuje cały okres współpracy.

Efekty

+ **Wzrost widoczności w TOP50** według narzędzia Senuto od dnia rozpoczęcia kampanii o **215%**

sklep.marketerplus.pl

Zmiany od
01-10-2022

Słowa w TOP 50: 980 - 669 (215%)

Dodaj +

sklep.marketerplus.pl

Zakres 1m 3m 6m YTD 1y All

01-10-2022

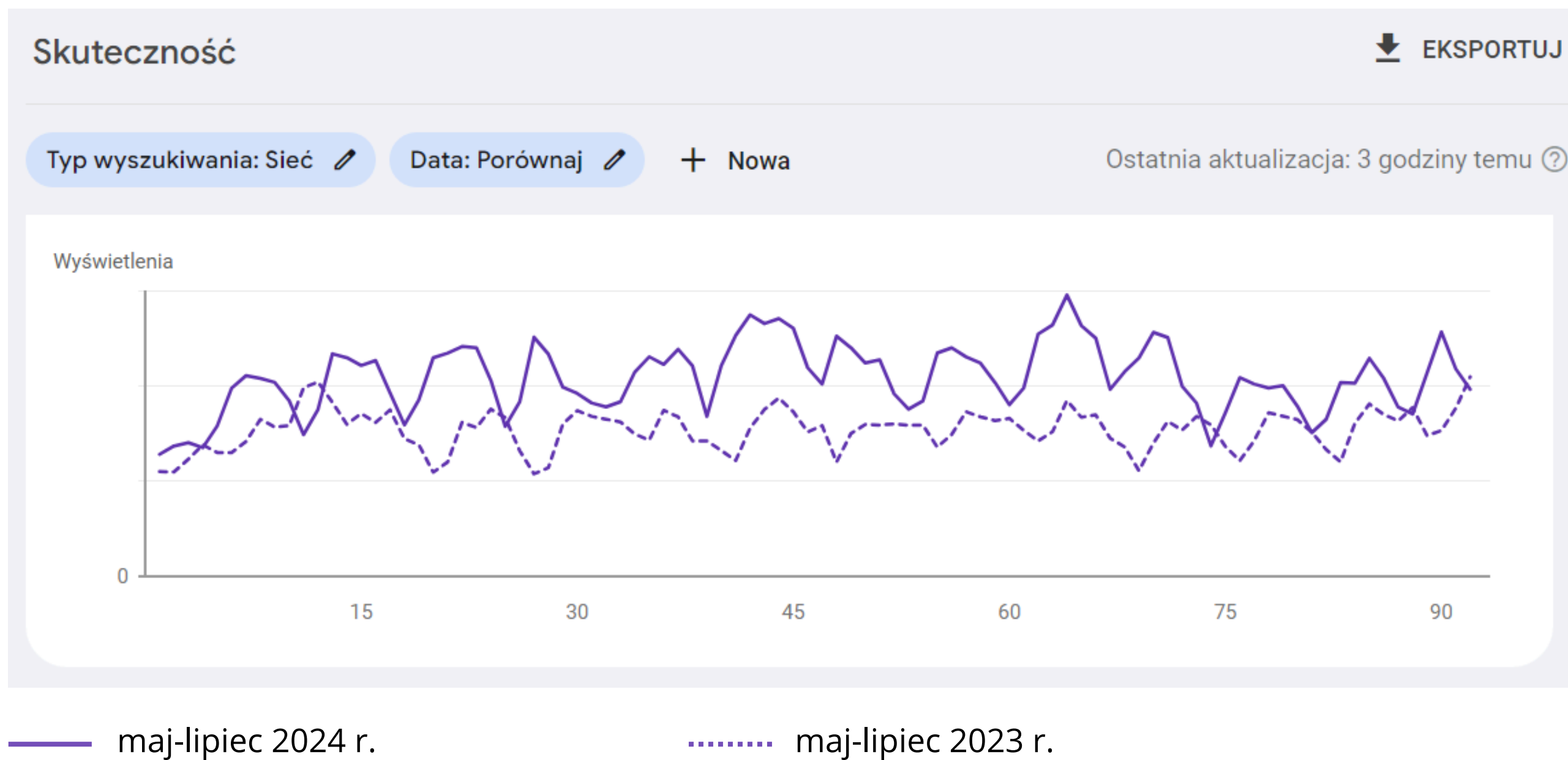
09-08-2024



Wykres z narzędzia Senuto pokazuje cały okres współpracy.

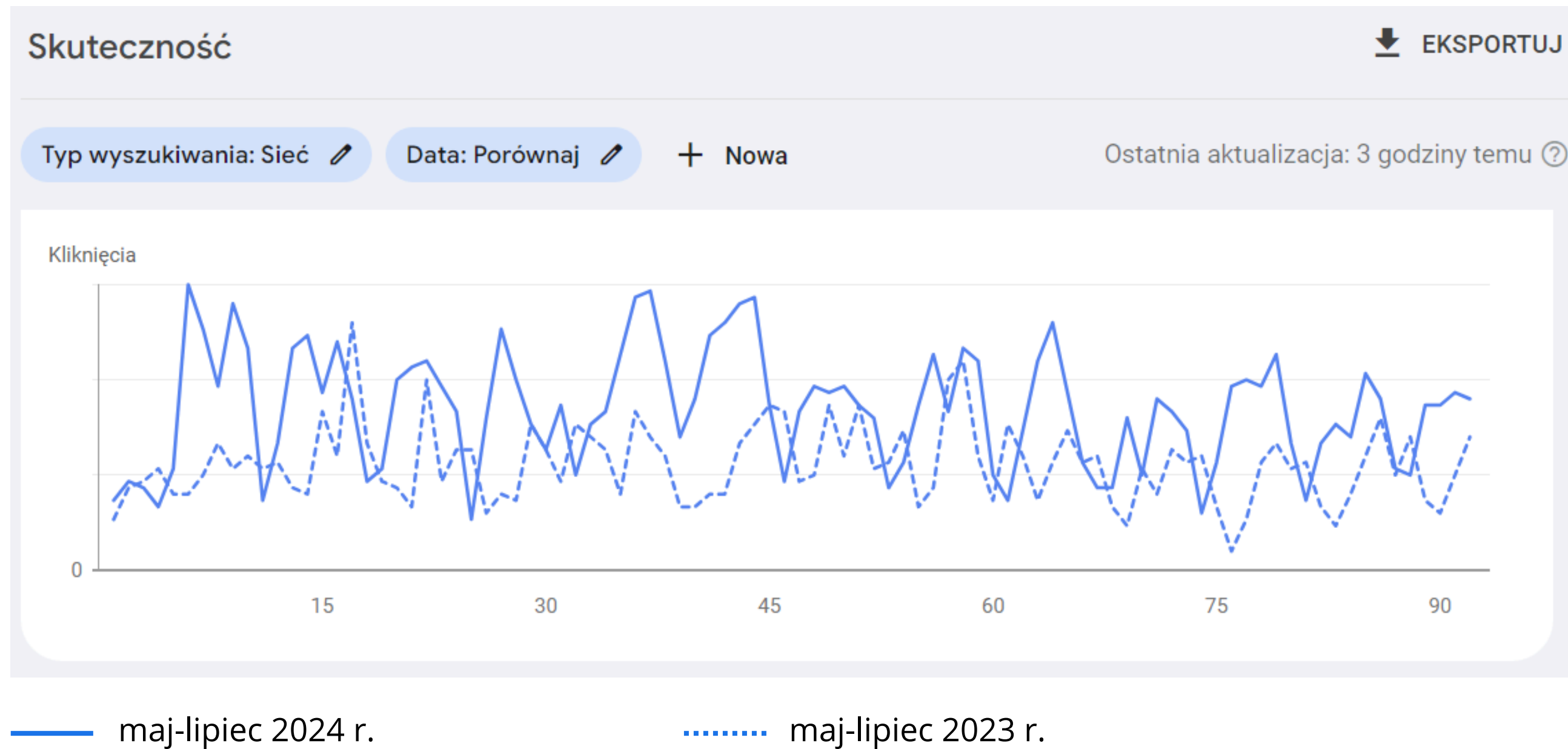
Efekty

+ Wzrost liczby wyświetleń o 35%



Efekty

+ Wzrost liczby kliknięć o 53%

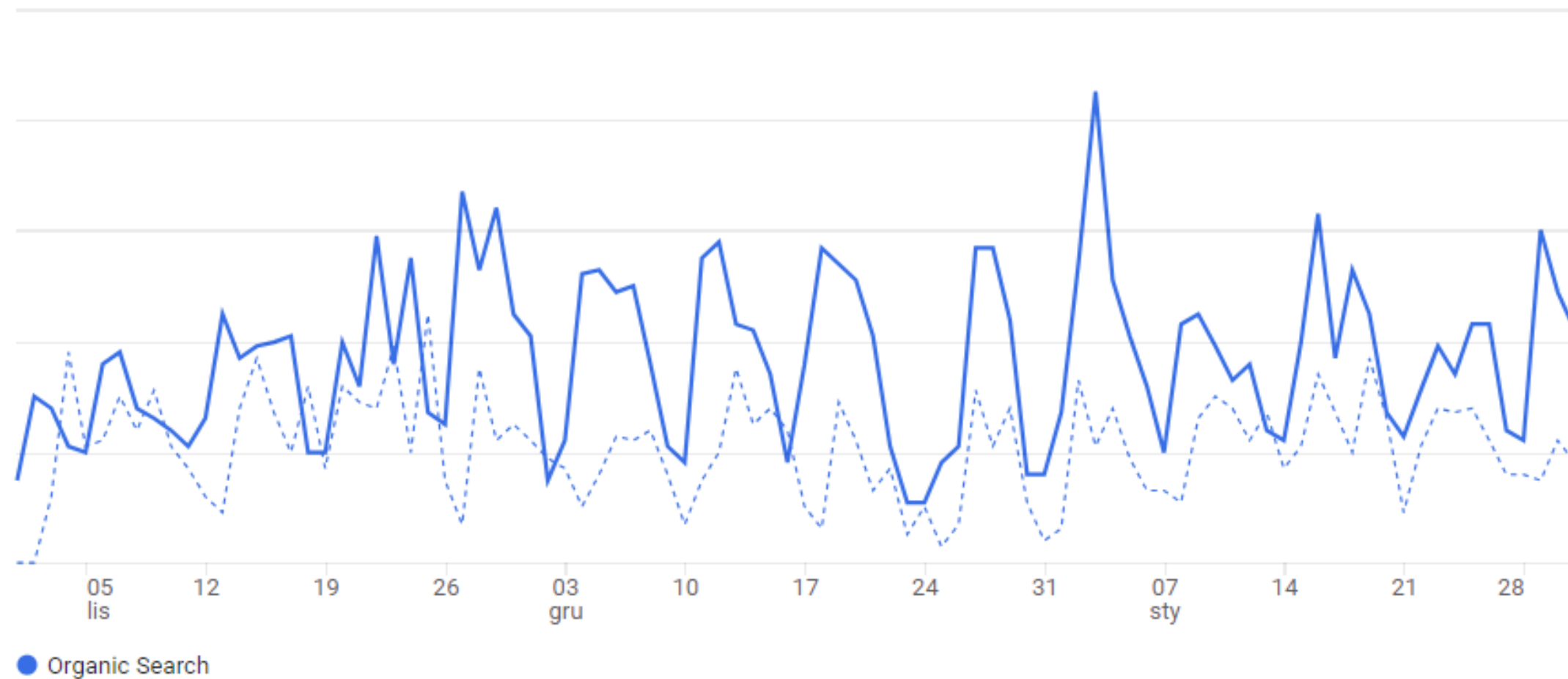


Efekty

+ Wzrost liczby sesji o 73%

Użytkownicy według wymiaru „Sesja – główna grupa kanałów (Domyślna grupa kanałów)” w czasie

Dzień



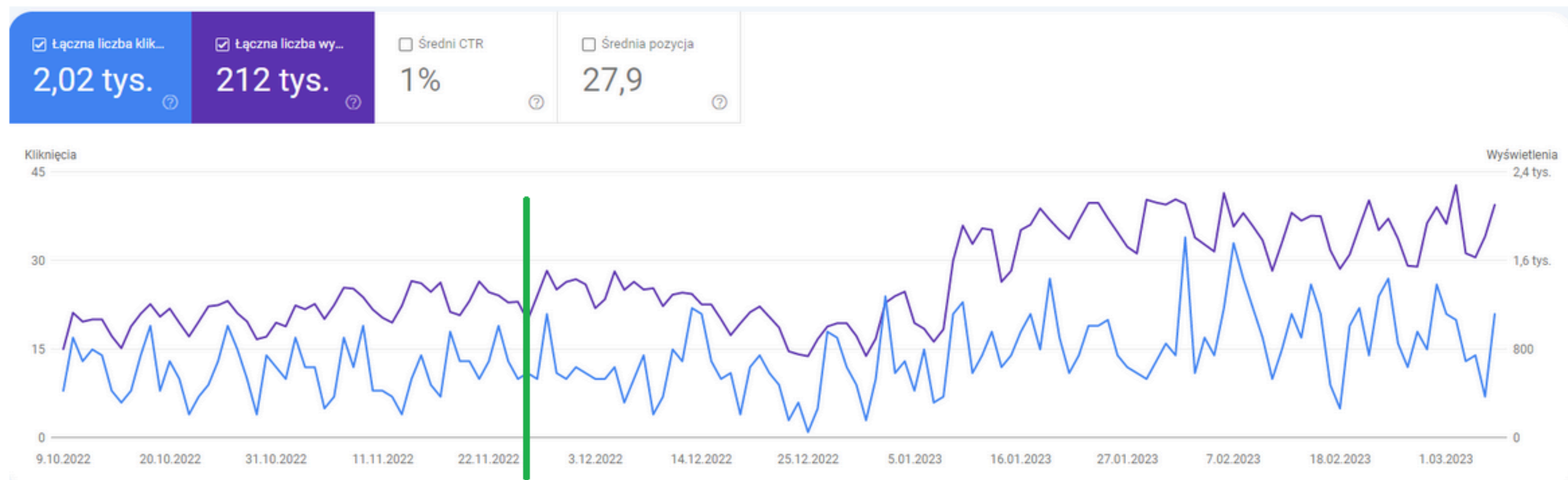
— 1.11.2023 r. - 31.01.2024 r.

..... 1.11.2023 r. - 31.01.2024 r.

Na wykresie uwzględniliśmy dane sprzed wdrożenia trybu zgody, aby zapewnić lepsze porównanie wyników.

Efekty

- + Wykres z Google Search Console z pierwszego półrocza współpracy. Migracja wraz z wdrożeniem zaleceń z audytu została przeprowadzona pod koniec listopada 2022. Po tym czasie nastąpił lekki spadek liczby wyświetleń i kliknięć spowodowany sezonowością. **Początek roku 2023 przyniósł wzrost liczby wyświetleń i kliknięć.**



Efekty

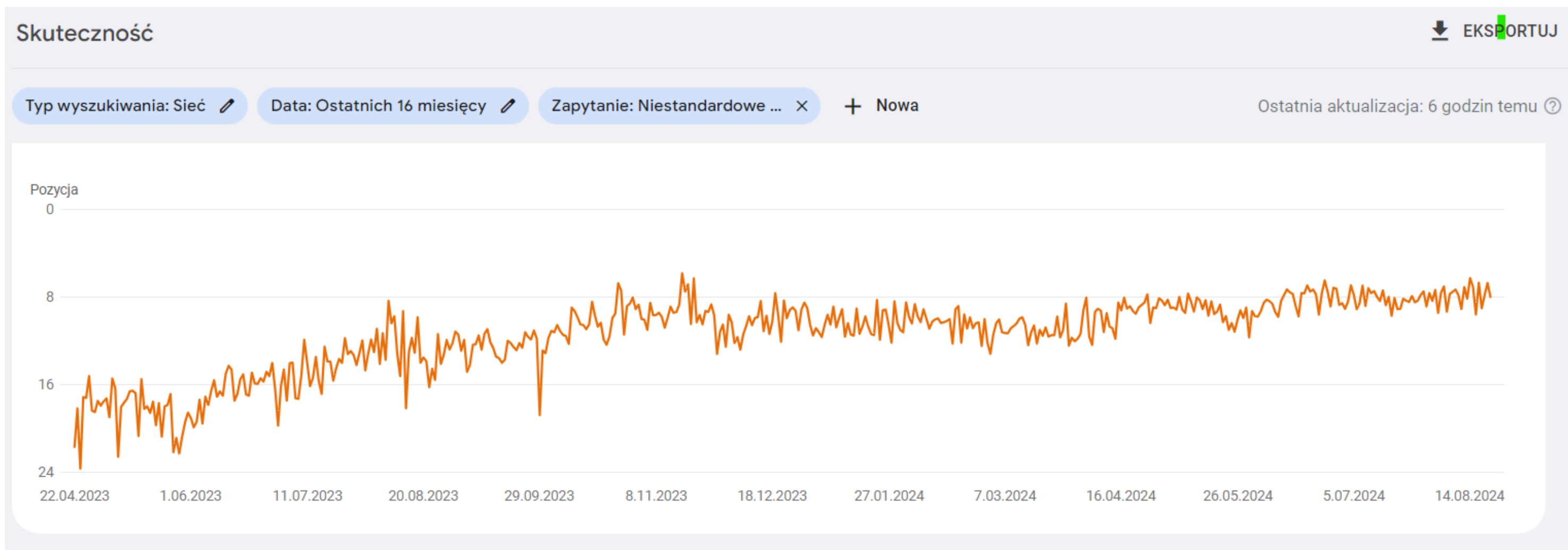
- + Poniższa tabela przedstawia **zmiany pozycji najważniejszych fraz kluczowych w wynikach wyszukiwania** od listopada 2022 roku do maja 2024 roku.

Fraza kluczowa	Średnie pozycje w wynikach wyszukiwania			
	lis.22	maj.23	lis.23	maj.24
e-commerce w praktyce	8	5	3	2
marketing książka	37	17	12	11
książki o marketingu	100	47	10	10
książka marketing	40	21	12	9
magazyn ecommerce	21	13	5	5
ecommerce magazyn	22	25	5	4
magazyn dla ecommerce	38	28	9	6
czasopisma marketingowe	100	7	2	3
czasopismo marketing	100	63	5	6
e commerce magazyn	20	10	5	4
e-commerce kurs online	22	16	17	11
marketing czasopisma branżowe	94	5	2	1
marketing czasopismo	100	100	23	7

Efekty

+ Wykres średniej pozycji dla wybranych fraz.

Wykres przedstawia dane od kwietnia 2023 r. do sierpnia 2024 r.



Pełen sukces

- + **+800% fraz w TOP 3**
- + **+572% fraz w TOP 10**
- + **+215% fraz w TOP 50**
- + **+73% sesji z Organic Search**

”

Współpracę z DevaGroup można opisać trzema słowami: rzetelność, zaangażowanie i skuteczność. Dzięki działaniom zespołu DevaGroup nasz sklep zyskał znaczną widoczność w wyszukiwarkach na kluczowe dla nas frazy, co przyczynia się do zwiększenia świadomości marki oraz budowy silnego wizerunku wydawnictwa, specjalizującego się w obszarze marketingu i e-commerce.

Paweł Koziara
prezes zarządu Grupa Marketer Sp. z o.o.

“

Kontakt

Autorki kampanii

Alicja Stojek-Szewczuk

SEO & SXO Specialist w DevaGroup

Team Leader w zespole SEO DevaGroup.
Zajmuje się kompleksowym prowadzeniem
kampanii SEO oraz przeprowadzaniem
audytów technicznych i SXO.

Anna Jurczyk- Wojnar

SEO Specialist w DevaGroup

Odpowiedzialna za prowadzenie kampanii
optymalizacyjnych dla różnorodnych marek.
Z pasją podchodzi do analizy danych
i opracowywania strategii SEO oraz wdrażania
skutecznych rozwiązań.



Dedykowany kontakt

Tomasz Sorka

Senior New Business Manager
Key Partnership Coordinator

tomasz.sorka@devagroup.pl
515 714 313
pon-czw 8:00-15:30
pt 8:00-14:30

DevaGroup
ul. Łokietka 8d/26, 30-10 Kraków
NIP: 677-244-58-40