

Aktuální trendy v SEO/SEM



Tomáš Nohál

Obsah školení:

Jak funguje SEO v roce 2015

Jak jsou důležité mobilní weby pro vyhledávače

Jak dopadly Firmy.cz

Vyplatí se porovnávače zboží a jak je co nejlépe využít

Přemíra emailů

Efektivní PPC

SEOPLUS.CZ (online marketing)

Seoplus.cz funguje necelé 2 roky, za tu dobu máme velké clientské portfolio

ASP Group (www.aspshop.cz a další projekty)

Schindler (www.mojekolo.cz a další projekty)

Superdiskont (www.superdiskont.cz a další)

Nabytek Aldo (www.nabytek-aldo.cz , také SK a PL)

Grossmann Matrace (www.grossmann-matrace.cz)

GolfProfi Store Praha (www.golfprofi.cz)

A spousty dalších ...

Nepropagujeme se žádnou reklamou, klienti přicházejí sami, tak rychle že už je nestiháme řešit.
Proto nestiháme aktualizovat ani naši firemní prezentaci 😊.

V týmu je nyní 4 lidi na full a 7 externě. Zoufale hledáme další. **Chcete se přidat** 😊?

Neznáte někoho, kdo by se chtěl přidat? info@seoplus.cz , 737283895

Optimalizovat pro vyhledávače se stále vyplatí, i když podíl návštěvnosti z vyhledávání klesá

Google kleště

Internet Obrázky Nákupy Vídea Mapy Více ▾ Vyhledávací nástroje

Přibližný počet výsledků: 756 000 (0,48 s)

Kleště na Mall.cz - Kvalitní nářadí pro vaši dílnu
Reklama www.mall.cz/kleste ▾
 Široká nabídka a doprava zdarma.

Obrázky pro dotaz kleště Nahlásit obrázky

Další obrázky pro dotaz kleště

Kleště – Wikipedie
 cs.wikipedia.org/wiki/Kleště ▾
 Kleště jsou nástroj k uchopování a stlačování předmětů, založené na principu oboustranné páky. Příbuzným nástrojem kleští jsou nůžky. Slovo kleště má velmi ...
 Druhy kleští - Univerzální kleště - Remeslnické kleště - Externí odkazy

Kleště a sika kleště - RR Nářadí
 www.rr-naradi.cz ▾ Ruční nářadí ▾
 Nabízíme přehledně tříděný sortiment kleští pro profesionály i kutily. V sortimentu jsou kleště a hasáky všech běžně používaných typů v mnoha variantách a ...

Google kleště kombinované

Internet Obrázky Nákupy Vídea Zprávy Více ▾ Vyhledávací nástroje

Přibližný počet výsledků: 375 000 (0,67 s)

Výsledky v Nákupch Google pro: kleště kom... Sponzorováno

Kombinované kleště - Kleště 120,00 Kč Manutan	Kombinované kleště VDE - ... 229,00 Kč Manutan	EXTOL CRAFT kleště ... 82,00 Kč Kamody s.r.o.	EXTOL PREMIUM ... 119,00 Kč Kamody s.r.o.	Kleště kombinované 114,95 Kč E-pletivo.cz

02 02 200 | Kombinované Kleště 200 Mm Nástrojová Ocel Knipex
Reklama cz.rs-online.com/kombinované+kleště ▾
 Top nabídky pro firemní zákazníky Doručení do 24 hodin

Kleště kombinované - RR Nářadí
 www.rr-naradi.cz ▾ Ruční nářadí ▾ Kleště a sika kleště ▾
 Nabízíme široký výběr kombinovaných kleští vhodných pro domácí i profesionální použití. Všechny prodávané kleště jsou od prověřených výrobců nářadí a ...

Kleště a sika kleště - RR Nářadí
 www.rr-naradi.cz ▾ Ruční nářadí ▾
 Kleště a sika kleště · Armovací kleště · Hasáky · Kleště - na jemnou mechaniku · Kleště kombinované · Kleště konektorové · Kleště na pijstné seegerovy kroužky ...
 Tuto stránku jste navštívili 2krát. Poslední návštěva: 25.2.14

Obrázky pro dotaz kleště kombinované Nahlásit obrázky

Pomoci SEO můžete takzvaně „zaspamovat“ celý prostor. Dostat se nahoru bývá mnohdy složitější, efekt je ale výrazný.

Záleží na mnoha faktorech, dle kterých jsou stránky upřednostňovány:

Samotný obsah stránek je nejdůležitější (Title, Description, hlavně **TEXT** a hypertextové odkazy na stránkách). Čím více textů tím lépe. Nejen produkty a kategorie. Také vnitřní články pomáhají.

Technické aspekty (indexované stránky – Webmasters Tools, URL adresy, **Filtry** – velká pomoc pokud se udělají správně)

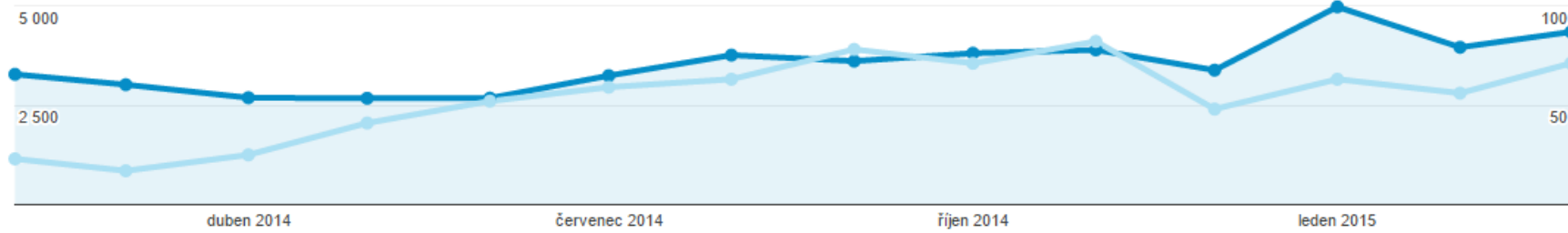
Velké množství zpětných odkazů ale **z velkých portálů** (Free weby dnes již nefungují). Bydleni.cz a jiné. Pozor! Drahý PR neznamená vždy kvalitu. Články sledujte v Google Analytics (přímá návštěvnost, vliv na SEO, vliv na přímou návštěvnost).

Doplňující odkazy (Wikipedie, Blogy, výměnné články, Microsite, atd.)

Návštěvnost nebývá vždy hlavním faktorem (organic)

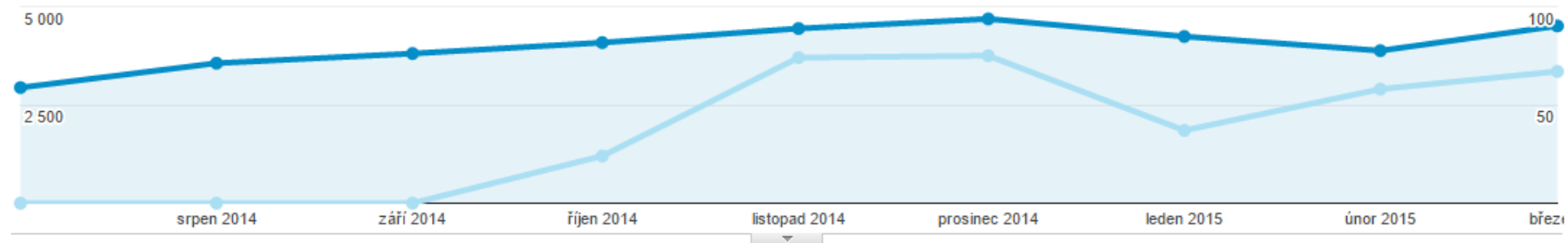
Grossmann Matrace

● Návštěvy ● Transakce



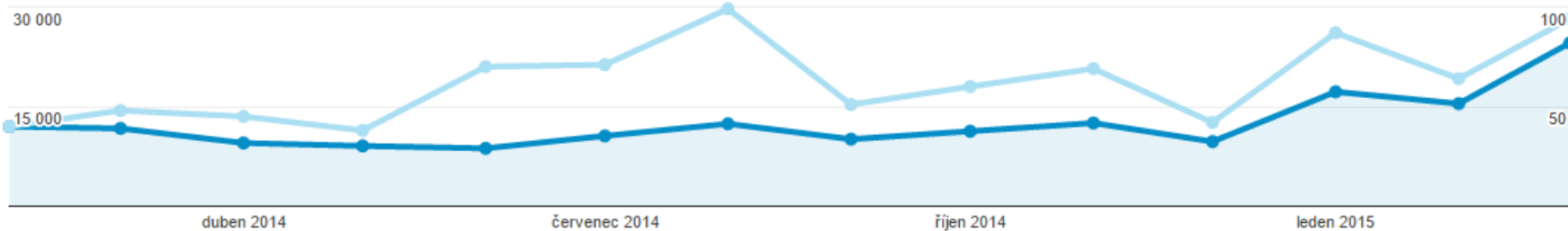
Ipponshop

● Návštěvy ● Transakce



Nabytek Aldo

● Návštěvy ● Transakce



Vliv mobilních webů na výsledky SEO

Nedávno pronikla ven **VELKÁ FÁMA**, že weby (eshopy), které nebudou mobilní propadnou ve výsledcích vyhledávání.

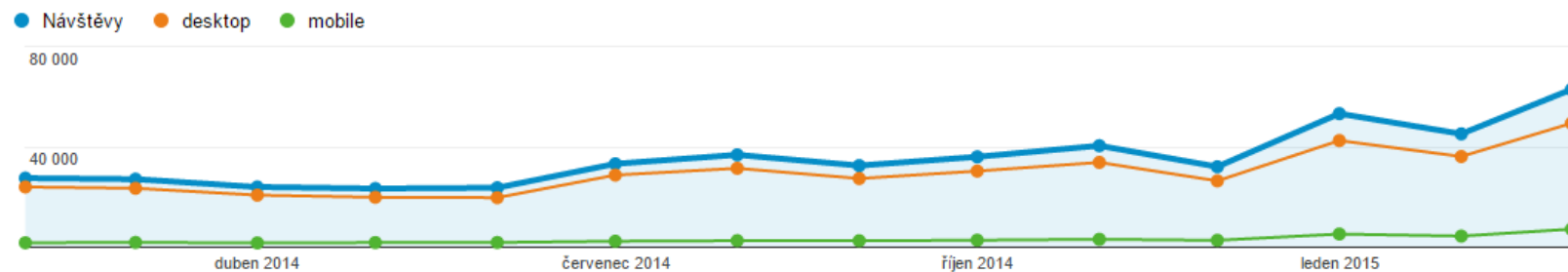
Toto umocnil i fakt, že chodí hlášky z Webmasters Tools a také všichni výrobci eshopů toto propagují jako nutnou úpravu. Mnohdy může dojít k opačnému efektu, když se něco udělá narychlo.

Ve skutečnosti je to takto:

Skutečnost zdali je web mobilní, nebo ne, nemá vliv na výsledky ve fulltextu vyhledávání na stolních počítačích, noteboocích, ani tabletech. **Jediný vliv to má na prohlížeče ve Smartphonech a to jen nepatrný vliv.**

Nadále platí, že obsah je král a hodnotné odkazy pomáhají nejvíce. Přibylo ale responsivní kritérium. Jinými slovy, pokud budou 2 naprosto stejné weby (jeden optimalizován pro mobily, druhý ne, dostane v mobilu přednost ten optimalizovaný).

Podíl přístupů z mobilu je na CZ trhu stále zanedbatelný (neustále se ale zvyšuje, už skoro 10%).



V dubnu 2014 pustili Firmy CZ novou verzi

Minule jsme si říkali, že Firmy.CZ spouštějí novou verzi firemních zápisů. Byl počátek a nedalo se to hodnotit. Nyní po roce ztratili Firmy.CZ většinu klientů, ti už nejsou ochotni nic platit a využívají raději jiné zdroje. Obchodníci Seznamu však tyto Firmy stále tlačí jako významný produkt.

Co na Seznamu funguje:

- Fulltext
- Sklik (hlavně Retargeting, kontextová reklama vůbec)
- Zbozi.cz (čím dál větší efekt, nové možnosti)
- Bannery v rámci Seznam Free emailu (@seznam.cz, @email.cz, atd.)
- Vše ostatní je drahé a neefektivní (včetně PR).

Novinka Kupi.cz (efekt zatím neznámý)

mojec2@o2.cz
 Moje O2 - vyúčtování za služby
 10. 4. 2015, 18:07:21
 Komu: tomas.nohal@seznam.cz
 ☆

Zpráva obsahuje externí obrázky. Kliknutím na tento odkaz je zobrazíte.

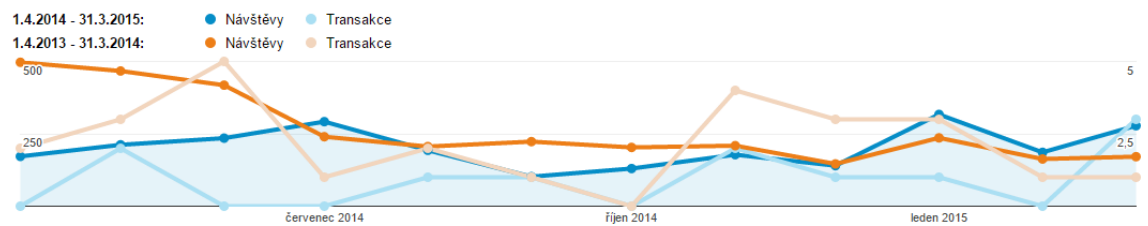
Dobrý den,
 děkujeme, že využíváte služeb O2.

Máte nové vyúčtování

Vyúčtování za: **mobilní služby**
 Zúčtovací období: **od 08.03.2015 do 07.04.2015**



Ukázka Firmy (Nabytek-Aldo.cz), dřívější náklad 7000 Kč, od 1.4.2014 přes 20 000 Kč



Na všech klientech stejný efekt. Zvláštní bylo, že v momentě kdy se přestala platit propagace a vznikl takzvaně Free zápis, byl efekt mnohem větší.

Zdroj / médium	Návštěvy	Tržby	Transakce	Průměrná hodnota objednávky	Konverzní poměr elektronického obchodu	Hodnota na jednu návštěvu
	23,40 % 2 435 vs. 3 179	81,91 % 47 918,00 Kč vs. 264 837,00 Kč	57,69 % 11 vs. 26	57,23 % 4 356,18 Kč vs. 10 186,04 Kč	44,77 % 0,45 % vs. 0,82 %	76,38 % 19,68 Kč vs. 83,31 Kč

Firmy.CZ → nová verze = propadák

Porovnávače zboží mají čím dál větší efekt

Porovnávače jsou čím dál efektivnější a náklad na jejich provoz lze dostat i pod 3%. Jak Zbozi.cz tak Heureka.cz, ale také SK porovnávače a jiné zahraniční. Tam kde lze pracovat s prokliky je efekt nejvyšší.

	Objednávky (ks)	Objednávky (Kč)	Náklady (Kč)	Náklady (%)
ZBOZI	posledních 30 dní do 20.3.2015			
Fiskars-shop	53	55 988 Kč	2 806 Kč	5,0%
Leifheit-shop	50	64 738,00 Kč	3 729,00 Kč	5,8%
Superdiskont	39	172 365 Kč	4 390 Kč	2,5%
Kancelářská křesla	6	24 285 Kč	467 Kč	1,9%
HEUREKA CZ				
Fiskars-shop	77	99 072 Kč	6 615 Kč	6,7%
Leifheit-shop	112	153 954 Kč	10 832 Kč	7,0%
Superdiskont	29	48 052 Kč	2 274 Kč	4,7%
Kancelářská křesla	40	96 652 Kč	5 869 Kč	6,1%

Ukážeme si v systémech:

Zbozi.cz – párování konkrétních produktů, optimalizace prokliků hromadně, optimalizace konkrétního produktu.

Heureka.cz – párování kategorií, dostupnostní feed, ověřeno zákazníky (pro prokliky nutno získat certifikát), optimalizovat prokliky lze hromadně i na konkrétním detailu produktu.

Ostatní porovnávače jsou na tom podobně. Důležité je nezapomenout vždy na úplný zápis.

Emaily mají velký efekt, pokud se dělají s rozumem, jinak se promění ve Spam.

Existuje spousta systémů na rozesílání emailů (Smartemaling, Mailkit, Mailchimp, Silverpop a jiné). Některé jsou méně efektivní, jiné umí skoro vše, jsou ale drahé.



Zásady efektivního emailu:

- Neposílat příliš často. Pokud je potřeba posílat News každý týden, tak jen na část zákazníků.
- Personifikovat email z kterého odesílám. Správný předmět je zásada úspěchu.
- Email musí být funkční i pokud někdo nezobrazí obrázky. Rovněž online verze. Možnost odhlášení.
- Informace stručné a výstižné, nutno zaujmout a vzbudit potřebu. Správné odkazy, funkční cílová stránka.
- Je nutné Trackovat (sledovat odkazy pomocí UTM parametrů, poté vyhodnocovat v GA).
- Opakované rozesílky na ty co to nepřčetli. Aktualizovat databázi email kontaktů.
- Vlastní databáze (zisk na webu, akce, Facebook, atd.), nikdy nekupovat!

Jak nepadat do Spamu

Ověření domény pro účely Seznamu (pokud rozesílám z jedné domény více emailů najednou)

Tvořit zajímavé emaily a ne tak často, aby si mne zákazník do spamu nehodil.

Možnost odhlášení a také informace, že jde o obchodní sdělení.

Obrázky plus přílohy do 900 Kb. Funkční News i bez obrázků.

Využívat sofistikované systémy.

Segmentovat!

Obchodní sdělení dle zákona č. 480/2004 Sb.

[Pokud se vám tento email nezobrazil správně, klikněte zde](#)

[superdiskont.cz](#)

[fiskars-shop.cz](#)

[leifheit-shop.cz](#)

[kancelarska-kresla.cz](#)



Super DISKONT

Zahradní sezona začíná!
Máte opravdu vše?

Při nákupu nad 1000 Kč s doručením Uloženka.cz nebo Českou poštou.

Sestava zahradního nábytku CARINA

✓ **Skladem, ihned k odběru**

Masivní zahradní nábytek z exotického dřeva eukalyptu, které výborně odolává povětrnostním vlivům. Sestava obsahuje 2 křesla, lavici a stůl. Polstrování součástí balení! Pohodlné sezení pro 4 dospělé osoby.

Cena 5990 Kč

VÍCE INFORMACÍ



Sestava zahradního nábytku BISTRO 2+1

✓ **Skladem, ihned k odběru**

Vyrobeno z odolného polypropylenu v designu ratanu. Set obsahuje 2 křesla a stůl se skleněnou

PPC systémy dnes mají velký efekt, dají se dělat levně a efektivně

Adwords - největší možnosti v rámci PPC, nejlépe funguje Remarketing, PLA (produkty), PPC, také kontext

Sklik – omezené možnosti, nejlépe funguje Retargeting, PPC, skoro vůbec kontext

Facebook – funguje dobře cílení, Remarketing, cílení na email adresy, vůbec nejlevnější reklama

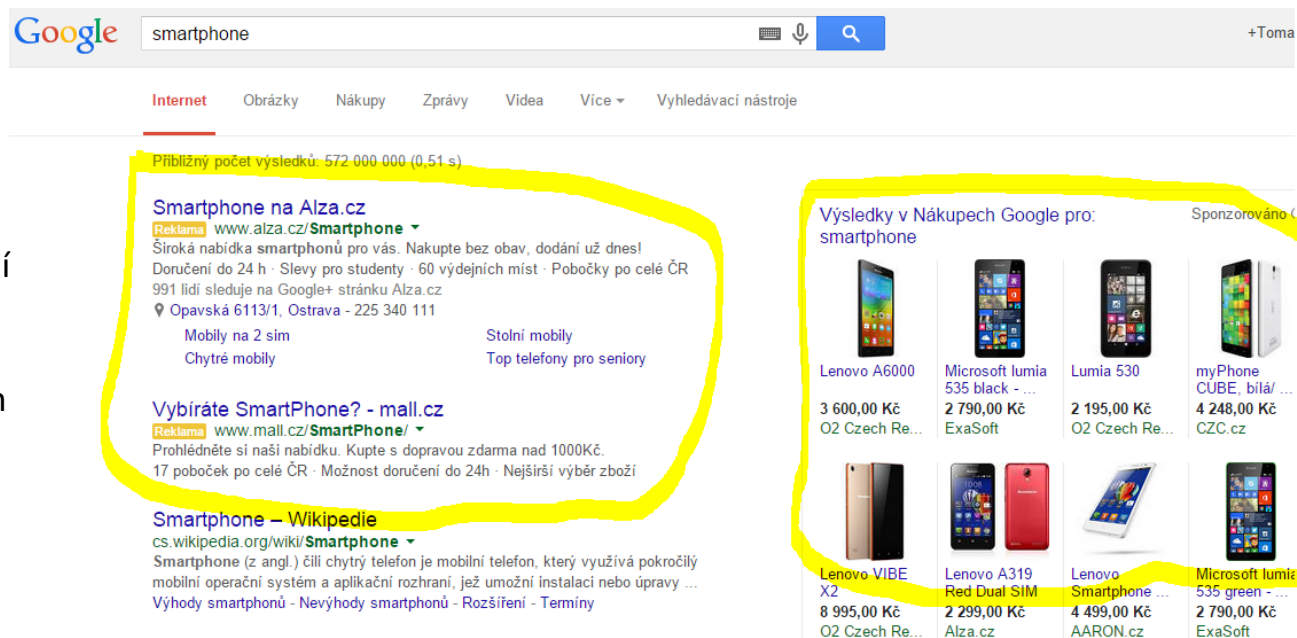
Produkty prodávají

Bannery mají větší efekt než textové reklamy, lépe zaujmou

Sledování zákazníků a nastavování skupinek je výhodou

Vytváření akcí se vyplatí, slevy jen na víkend, navýšení reklamy o víkendu má efekt.

Podpora reklam dle času (hodin), dle dnů kdy nejvíce nakupují má smysl



PPC Remarketing

Remarketing (Retargeting) připomínková reklama je velmi efektivní a dá se různě cílit (opuštění košíků, sledování určitého produktu (či skupinky produktu), doplňkové zboží k produktu a podobně).

Smysl má i sledování určitého zákazníka, dle věku, zájmu, atd. (Už i Google má demografické údaje, Facebook v tomto zatím vítězí).

Remarketing

Aby byl efektivní se snažte co nejlépe zacílit (dle toho, kde zákazník na vašich stránkách byl).

Nezobrazujte jej příliš často (například max 10 zobrazení za den konkrétnímu uživateli, přílišné opakování škodí).

Zobrazujte jen 14 dní nebo naopak klidně až po měsíci (vysavač – sáčky do vysavače).
Tvořte raději bannery než textovou reklamu a raději své vlastní bannery, upoutejte!

Snažte se cílit (dle skupinek zákazníků, zájmu a podobně).

www.sportviceni.cz/rady-a-tipy/navody-a-rady/jake-detske-kolo-je-to-prave

Dnes je úterý 15. dubna 2014, svátek má Anastázie, zítra Irena.

Úvod Sportovní aktuality Rady a tipy Zdraví a cvičení Pro inzerenty Obchodní podmínky Kontakt

vše OSTATNÍ SPORTOVNÍ SPECIALITY NÁVODY A RADY

Úvod / Rady a tipy / Návodů a rady / Jaké dětské kolo je to pravé? Velikost textu: A A A

Jaké dětské kolo je to pravé?

Ilustrační foto

autor: redakce sdílet na

Kol určených pro dětské cyklisty je na trhu obrovské množství a vyznat se v aktuální nabídce je značně nesnadné i pro odborníky. Pokud tedy také váháte, jaké kolo bude pro vaši

Doporučujeme
připravujeme

ŠIROKÝ VÝBĚR ZNAČKOVÝCH HELEM

LSR HELMETS

PPC Efektivita

Neustále vyhodnocujte data. Určete si kolik může být maximální investice (celkový náklad) a z toho vycházejte (vaše práce, prokliky, zahrňte i asistované konverze). Některé kampaně mají efekt až za dlouhou dobu (na to buďte připraveni = nevypínejte kampaně příliš brzy).

Vyhodnocujte konkrétní kampaně, ale i sestavy. Někdy neefektivní kampaň může mít jednu, dvě efektivní sestavy reklam. Sledujte jednotlivá klíčová slova. Tvořte více reklam (textové inzeráty i bannery, každá může mít jiný efekt).

Snažte se vytěžit ze systému maximum. Mnohdy jen to že nevyužíváte systém naplno mívá katastrofální následky. Hrajte si s časem s víkendy, s procentuálním navýšením, nebo naopak snížením.

Zaměřte se na Google produkty (Google Merchant) mají největší efekt.

Propojte s Google Analytics, využívejte jiných systému (AdWords editor, pro Facebook emaily, atd.)

Ukážeme si systémy (Sklik, AdWords).

Děkuji za pozornost

Prostor pro dotazy

info@seoplus.cz

www.seoplus.cz