



— CASE STUDY —

Holistyczne SEO w branży dóbr luksusowych

VITKAC

PREMIER
Google
Partner

KLIENT

Vitkac

OBSZAR

SEO

SERWIS

www.vitkac.com

CZAS

01.01.2017-31.12.2017

BRANŻA

Dobra luksusowe

Referencje klienta

” Z pełnym przekonaniem polecamy Semahead, jako partnera do odkrywania najskuteczniejszych dróg rozwoju biznesu. Wielkie zaangażowanie specjalistów, świetna komunikacja i wysoka jakość świadczonych usług sprawiają, że współpraca układa się bardzo pomyślnie i daje imponujące efekty. Semahead to agencja, dla której nie ma rzeczy niemożliwych.

Mateusz Ciba,
Koordynator projektu Vitkac.com



— KLIENT

Vitkac

— OBSZAR

SEO

— SERWIS

www.vitkac.com

— CZAS

01.01.2017-31.12.2017

— BRANŻA

Dobra luksusowe

O Kliencie

Vitkac.com to sklep internetowy, należący do właściciela warszawskiego, prestiżowego domu handlowego **VITKAC**. Swoją działalność rozpoczął z początkiem 2016 roku, jako rozszerzenie sprzedaży stacjonarnej marek z sektora high-fashion.

Sklep internetowy oferuje produkty niemal 140 marek, pochodzących z największych domów mody na świecie.

W jego asortymencie znajdują się produkty takich projektantów jak: **Gucci, Armani czy Saint Laurent.**



KLIENT

Vitkac

OBSZAR

SEO

SERWIS

www.vitkac.com

CZAS

01.01.2017-31.12.2017

BRANŻA

Dobra luksusowe

Wyzwanie

Planując działania dla Vitkac, chcieliśmy wyjść poza obowiązujące standardy i zbudować sukces dzięki innowacyjnemu podejściu do komunikacji marketingowej. Było to zdeterminowane również ekskluzywnym charakterem marki oraz jej wymagającą grupą docelową.

Chcieliśmy udowodnić, że możliwe jest wdrożenie SEO holistycznego, które koncentruje się na konsumentach, nie zaś na słowach kluczowych i wyszukiwarce.



Cele

— KLIENT

Vitkac

— OBSZAR

SEO

— SERWIS

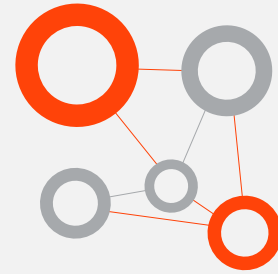
www.vitkac.com

— CZAS

01.01.2017-31.12.2017

— BRANŻA

Dobra luksusowe



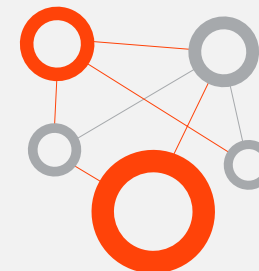
wzrost ruchu organicznego
o **250% yoy**



poprawienie sprzedaży online
o **100% yoy**



zwiększenie ilości transakcji
o **150% yoy**



zwiększenie liczby fraz kluczowych,
na które strona jest widoczna:

- w top 3 – o **200% yoy**
- w top 10 – o **200% yoy**
- w top 50 – o **200% yoy**

KLIENT

Vitkac

OBSZAR

SEO

SERWIS

www.vitkac.com

CZAS

01.01.2017-31.12.2017

BRANŻA

Dobra luksusowe

Strategia i grupa docelowa

Na podstawie pogłębionej analizy danych z Google Analytics i źródeł zewnętrznych, poznaliśmy klientów sklepu oraz ich zwyczaje zakupowe. Dane z prowadzonej kampanii PPC, pozwoliły uzyskać informację o najbardziej konwertujących słowach kluczowych i wskazać kierunki dalszej optymalizacji kampanii SEO.

Jako grupę docelową zdefiniowaliśmy mężczyzn i kobiety w wieku 18-34 lat, o wysokim statusie ekonomicznym. Osoby te były zainteresowane modą i aktywne w mediach społecznościowych. Kampania była skierowana do osób mieszkających na terenie Polski: Polaków jak i obcokrajowców mieszkających na terenie kraju.

Nasze działania zakładały holistyczne podejście do kampanii SEO, które opierały się na połączeniu optymalizacji technicznej strony, rozbudowie treści w witrynie i pozyskaniu linków z wykorzystaniem działań Content Marketingowych i PR-owych. Wszystkie te działania były ze sobą sprzężone i miały za zadanie wzmocnienie przewagi konkurencyjnej oraz maksymalizację sprzedaży.



— KLIENT
Vitkac

— OBSZAR
SEO

— SERWIS
www.vitkac.com

— CZAS
01.01.2017-31.12.2017

— BRANŻA
Dobra luksusowe

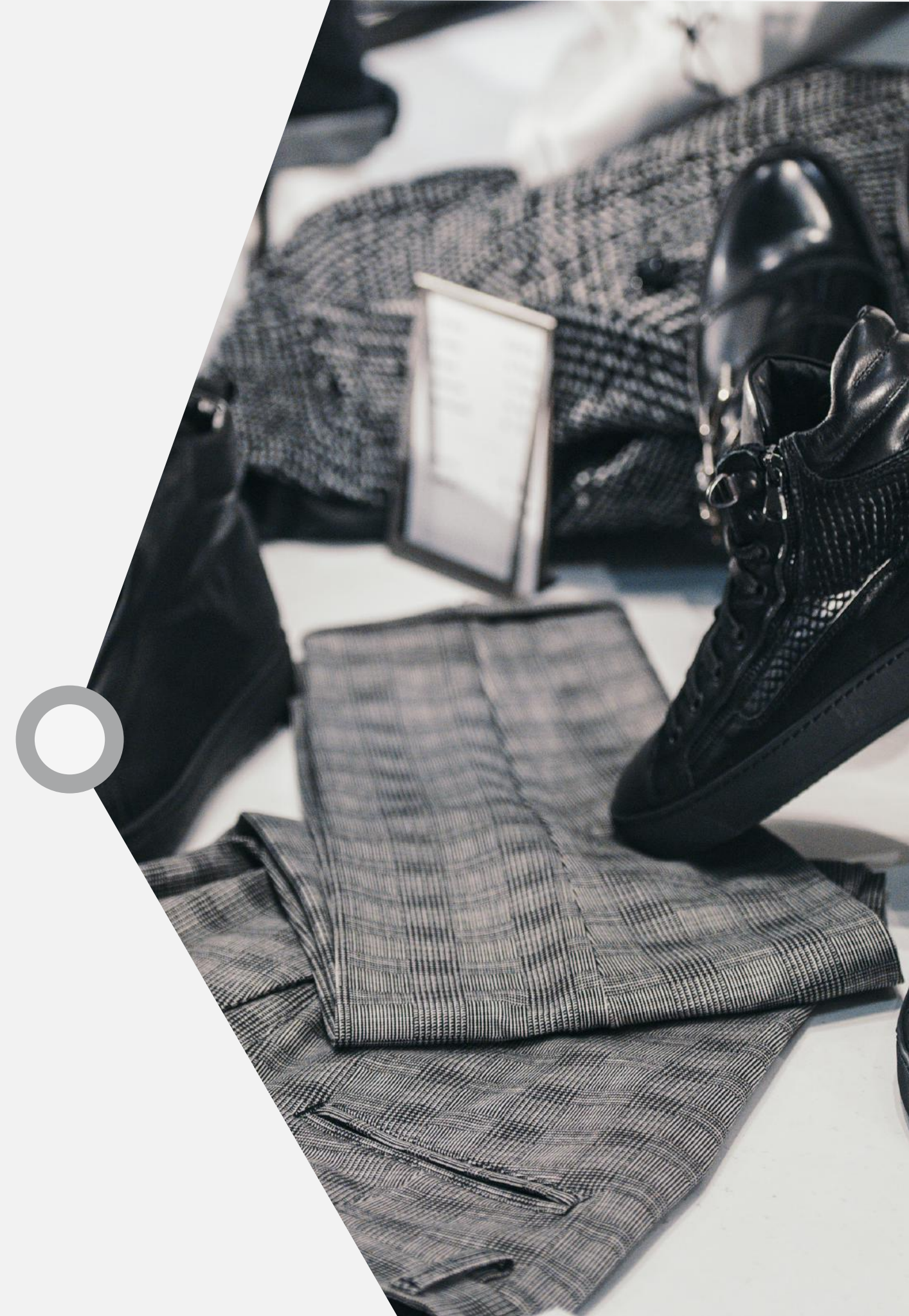


Realizacja działań

1. Przygotowanie audytu SEO i analiza treści pod kątem optymalizacji

Kampania rozpoczęła się od przygotowania audytu SEO, który odnosił się do wszystkich błędów technicznych na stronie, m.in.:

- Optymalizacja meta tagów i tagu title
- Optymalizacja indeksacji i nawigacji witryny
- Zmiana adresów URL na przyjazne
- Optymalizacja przekierowań
- Eliminacja błędów 4xx i 5xx
- Zwiększenie linkowania wewnętrznego
- Wdrożenie danych strukturalnych
- Optymalizacja i rozbudowa treści na stronie
- Eliminacja duplikacji treści
- Optymalizacja elementów nietekstowych
- Optymalizacja techniczna m.in. szybkość ładowania strony
- Wersja mobilna strony
- Wersje językowe
- Bezpieczeństwo strony, stosowanie protokołu https://



— KLIENT
Vitkac

— OBSZAR
SEO

— SERWIS
www.vitkac.com

— CZAS
01.01.2017-31.12.2017

— BRANŻA
Dobra luksusowe

2. Wdrożenie optymalizacji technicznej

Trudnością we wdrożeniu audytu okazała się konieczność utrzymania luksusowego wyglądu strony. Ograniczyliśmy ilość produktów na stronie, aby jej layout był przejrzysty i elegancki. Duże zdjęcia spowalniały czas ładowania się strony, jednak nie mogliśmy ich zmniejszyć, ze względu na wymagającą klientelę.

Nietypowy w tej kampanii okazał się także fakt, że to nie strony produktów generowały najwyższą sprzedaż, a strony poszczególnych marek. Dlatego na ich dokładnej optymalizacji skupiliśmy się najbardziej.

3. Implementacja ponad 200 tekstów – opisów kategorii i projektantów

Rozbudowaliśmy content, dodając więcej wartościowych, unikalnych i zoptymalizowanych treści. Treści dotyczące poszczególnych marek były akceptowane przez samych projektantów, dlatego musiały być na bardzo wysokim poziomie językowym i merytorycznym.



4. Rozbudowany link building w oparciu o niestandardowe działania CM i PR

Ze względu na luksusowy wizerunek marki, postawiliśmy na innowacyjną technikę, która zakładała wsparcie SEO, pogłębionymi działaniami CM i PR.

Wdrożyliśmy rozbudowany link building:

a. Pozyskaliśmy linki wyłącznie z największych i wartościowych polskich portali. Linki były dodawane do powiązanych tematycznie artykułów.

b. Stworzyliśmy i opublikowaliśmy na powyższych serwisach artykuły o charakterze poradnikowym i inspiracyjnym. Były to specjalistyczne treści, które miały na celu kreowanie wizerunku Vitkaca, jako lidera w branży high fashion, opatrzone wypowiedzą eksperta – przedstawiciela Vitkac. W ten sposób budowaliśmy zarówno employer branding, jak i personal branding czołowych pracowników marki. Za pomocą artykułów eksperckich chcieliśmy także zwiększyć rozpoznawalność samego brandu wśród grupy docelowej. Artykuły eksperckie zawierały linkowanie, przez co miały wpłynąć także na SEO.

c. Przeanalizowaliśmy również dotychczasową aktywność marki w Internecie: zminimalizowaliśmy liczbę broken links, które pochodziły z wysokiej jakości źródeł oraz podlinkowaliśmy dostępne w sieci wzmianki o marce, które nie zawierały hipertączy.

— KLIENT

Vitkac

— OBSZAR

SEO

— SERWIS

www.vitkac.com

— CZAS

01.01.2017-31.12.2017

— BRANŻA

Dobra luksusowe



Efekty

— KLIENT

Vitkac

— OBSZAR

SEO

— SERWIS

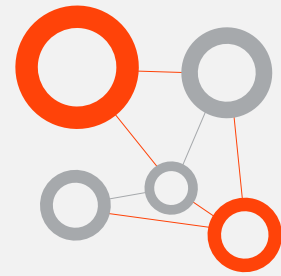
www.vitkac.com

— CZAS

01.01.2017-31.12.2017

— BRANŻA

Dobra luksusowe



wzrost ruchu organicznego

o ~~250%~~ **308%!**



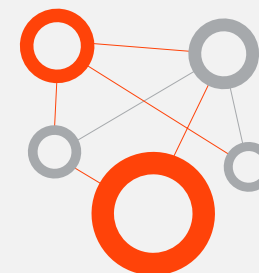
poprawienie sprzedaży online

o ~~100%~~ **182%!**



zwiększenie ilości transakcji

o ~~150%~~ **290%!**



zwiększenie liczby fraz kluczowych,
na które strona jest widoczna:

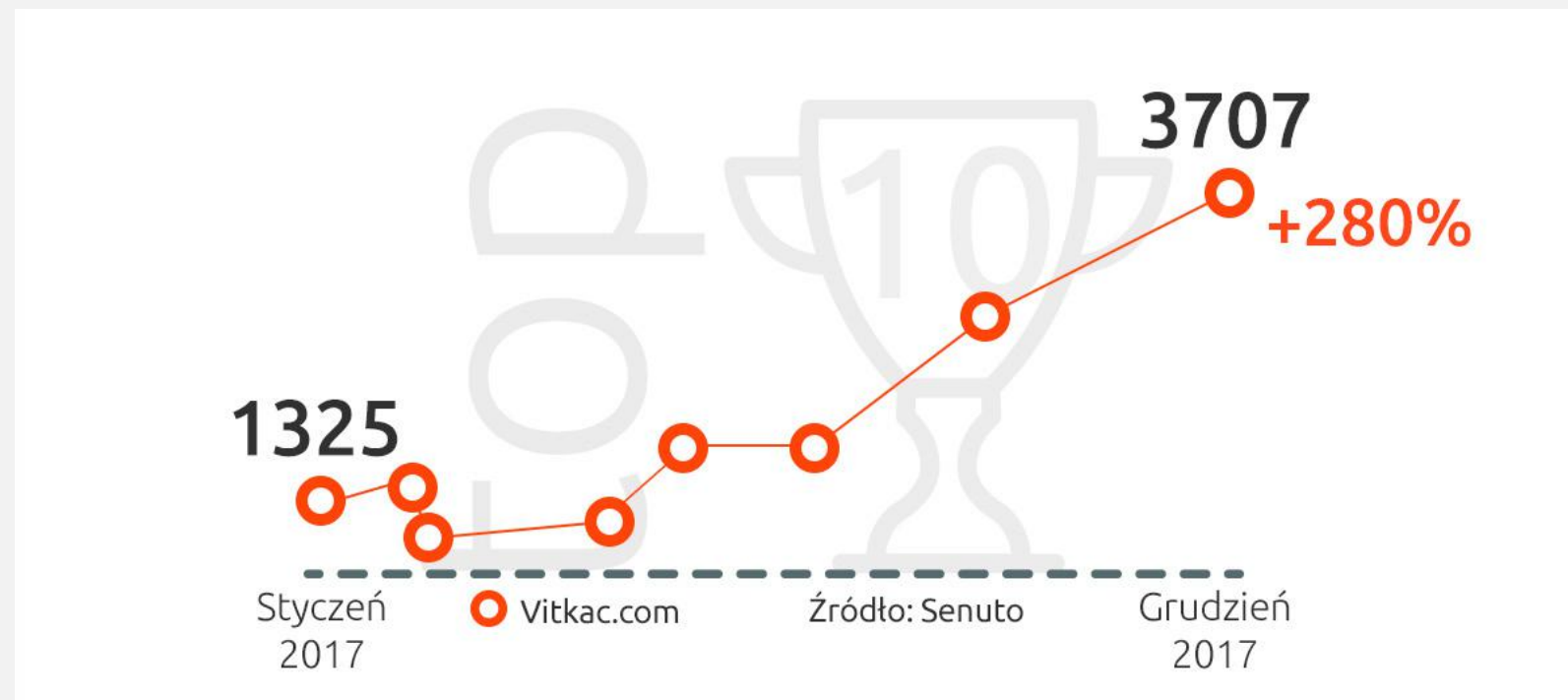
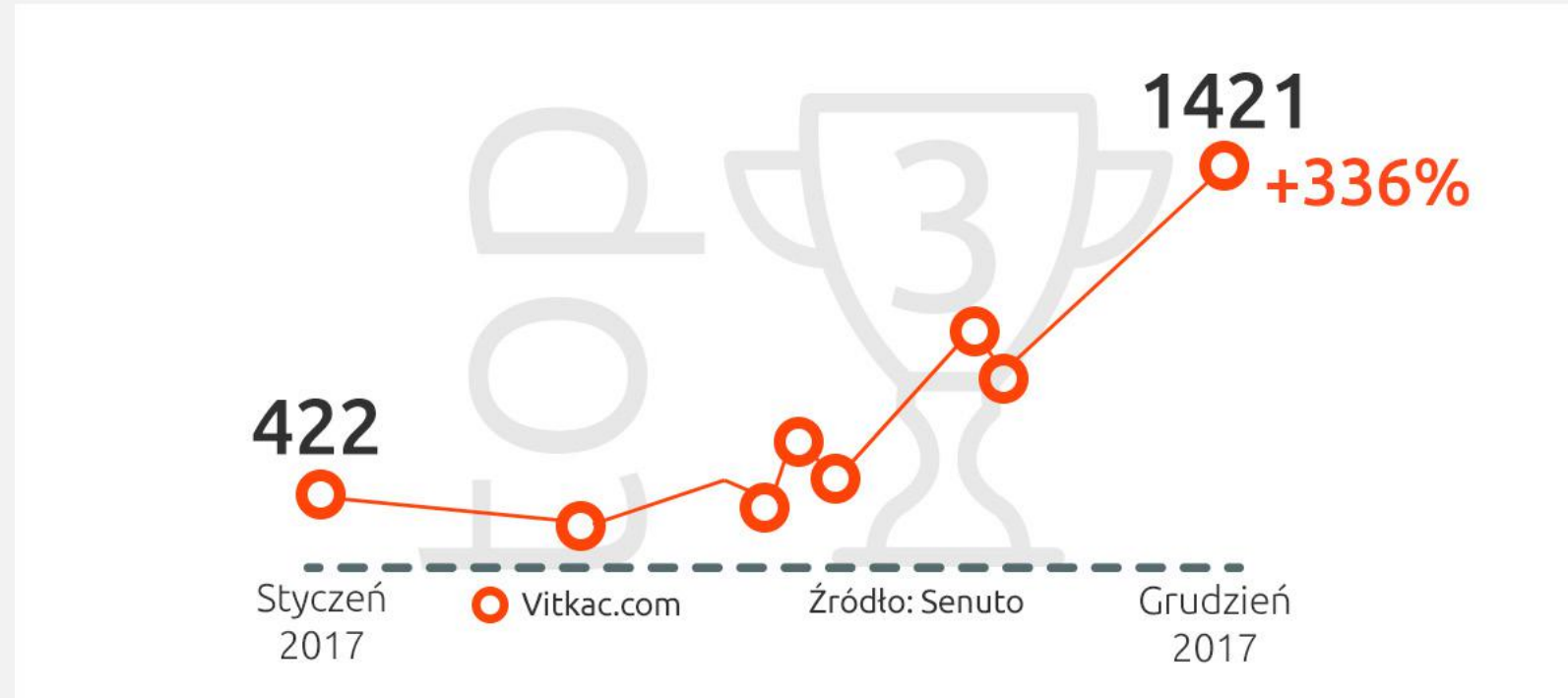
w top 3 – o ~~200%~~ **336%**

w top 10 – o ~~200%~~ **280%**

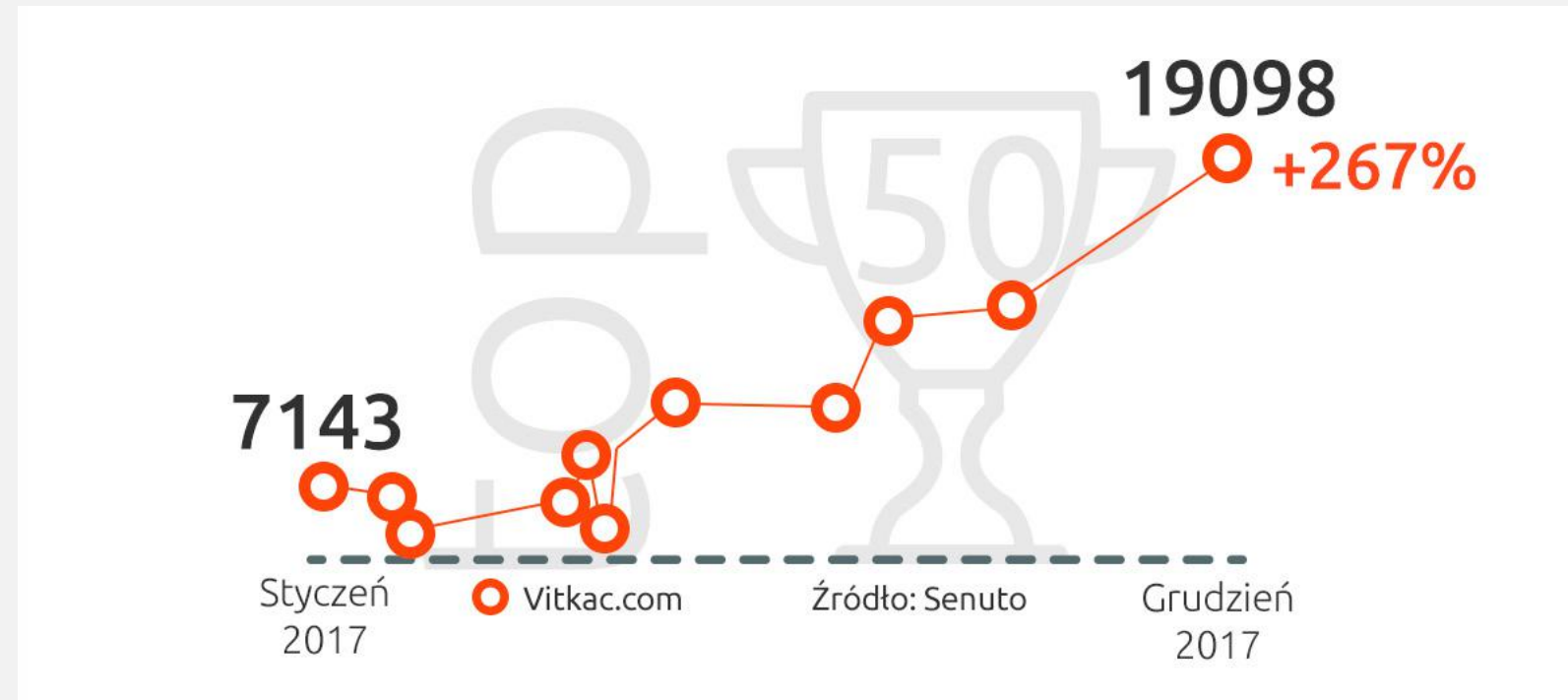
w top 50 – o ~~200%~~ **267%**

VITKAC

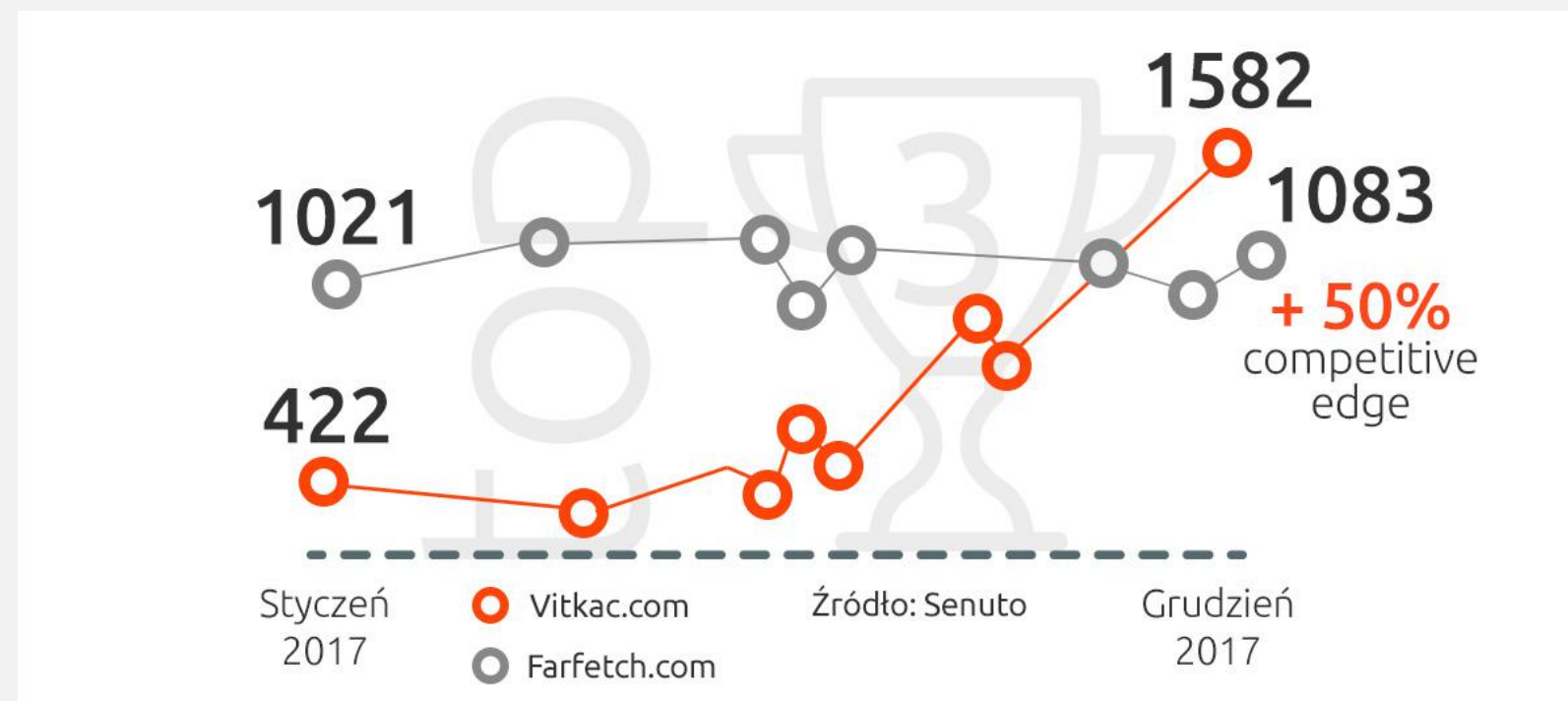
- KLIENT**
Vitkac
- OBSZAR**
SEO
- SERWIS**
www.vitkac.com
- CZAS**
01.01.2017-31.12.2017
- BRANŻA**
Dobra luksusowe



- KLIENT**
Vitkac
- OBSZAR**
SEO
- SERWIS**
www.vitkac.com
- CZAS**
01.01.2017-31.12.2017
- BRANŻA**
Dobra luksusowe



Efekty podjętych działań wielokrotnie przerosły nasze oczekiwania. Dzięki działaniom łączącym SEO, Content Marketing i Public Relations już w połowie roku wyprzedziliśmy największego na polskim rynku konkurenta, pod kątem widoczności fraz w top 3. Do końca 2017 roku przewaga ta wynosiła niemal 50%.




- KLIENT**
Vitkac
- OBSZAR**
SEO
- SERWIS**
www.vitkac.com
- CZAS**
01.01.2017-31.12.2017
- BRANŻA**
Dobra luksusowe

Wpłynęliśmy także pozytywnie na wzrost rozpoznawalności marki, która zgodnie z Google Trends, w tym okresie wzrosła aż 4-krotnie!



Oprócz świetnych efektów w postaci ponad 300% wzrostu ruchu oraz kilkukrotnego wzrostu zysku, przeprowadziliśmy zespół Vitkac przez bardzo istotną z perspektywy biznesu zmianę – optymalizację sklepu internetowego.

Udowodniliśmy, że SEO to nie wyłącznie optymalizacja techniczna. Dowiedliśmy, że możliwe jest SEO holistyczne i przynosi one realne efekty. Taki kierunek obraliśmy już w roku 2017. Obserwując w tej chwili trendy na 2018 rok wiemy już, że jest to droga, którą podążać będą innowacyjne sklepy internetowe, które będą chciały zwiększyć swoją przewagę nad konkurencją.



Semahead to agencja marketingu internetowego Grupy
INTERIA.PL, wchodzącej w skład Bauer Media Group.
W Semahead wierzymy, że można tak odkrywać potencjał
Internetu, aby każdy kto z nami współpracuje wygrywał.

ZADZWOŃ DO NAS

+48 500 160 830

NAPISZ DO NAS

kontakt@semahead.pl

VITKAC