

SEOMAX
DIGITAL AGENCY

CASE STUDY

Venera[®]
cosmetics

ЦЯЛОСТНО ДИГИТАЛНО
ОБСЛУЖВАНЕ ЗА
ОНЛАЙН МАГАЗИН ЗА
МАРКОВА ПАРФЮМЕРИЯ
FRAGRANCES.BG

Във време, в което масово можете да откриете реплики на маркови дрехи в интернет пространството (обувки, аксесоари и козметични продукти за лична грижа, сред които са и парфюмите), става все по-трудно предлагането на висококачествени артикули. Дори най-голямата социална мрежа, Facebook, въведе регулации в ползването на думата „марков“ като инструмент в създаваните публикации, с цел да ограничи възможността потребителите да бъдат подведени.

Един от нашите проверени клиенти е онлайн магазинът за маркова парфюмерия Венера Козметикс (fragrances.bg). Нашата съвместна работа продължава, почти откакто съществуваме и е плод на дългогодишно доверие (Под бранда Tendrik).

С общи усилия, ние и Венера Козметикс, направихме необходимото, за да устоим на времето и промените, които неизбежно следват. Чрез упоритост и труд успяхме да постигнем изключително ползотворни резултати за fragrance.bg.

Как започнахме съвместна работа?

Заедно създадохме подробна дигитална маркетингова стратегия за период от една година. Екипът ни направи анализ на онлайн платформата, поради желанието на клиента ни за пълно дигитално обслужване, включващо и работа по уеб сайта. В продължение на месец, нашият екип от специалисти изучаваше и анализираше както постигнатите резултати до момента, така и цялостното представяне на онлайн магазина, включващо технически характеристики като: актуален и модерен дизайн, скорост на зареждане, качество на кода на сайта, допълнителни пългини, които биха могли да улеснят хората, заели се с техническата поддръжка и още много други детайли.

Какво направихме през 2018 и продължаваме да правим за Fragrances.bg?

Техническа част:

- Цялостен редизайн за онлайн магазина;
- Добавяне на нови методи за плащане;
- Подготовка за GDPR;

Маркетингова част:

- Онлайн реклами във Facebook и Instagram;
- Онлайн реклами в Google;
- Маркетинг чрез съдържание;
- Маркетинг в социалните мрежи (Facebook и Instagram);
- Имейл маркетинг;
- Инфлуенс маркетинг;
- Push Notification кампании.

On-page и Off-page SEO:

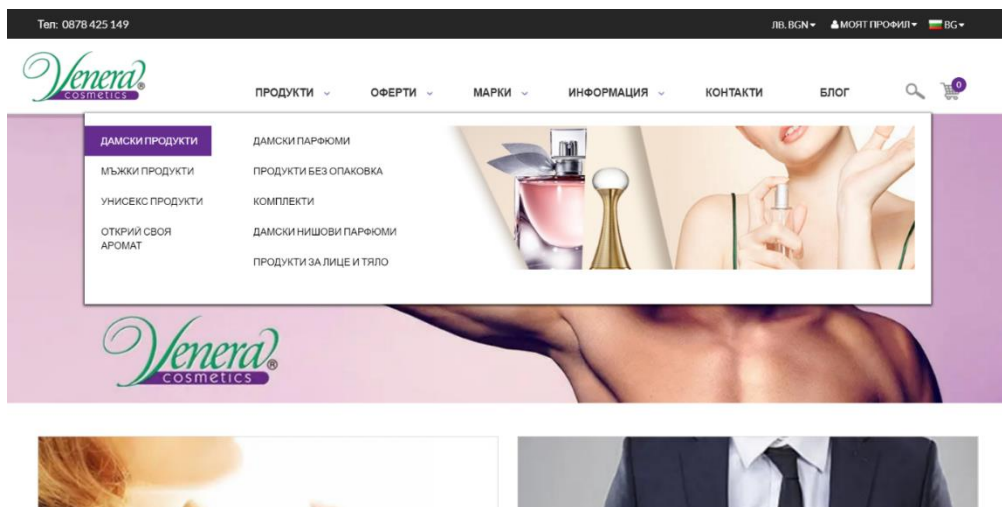
- Създаване и прегрупиране на продуктови категории;
- Оптимизиране и актуализиране на тагове в сайта;
- Спомагане за изграждане на външни връзки;
- Подобрене на технически показатели.

Съвсем логично започнахме с изграждането на пълна дигитална стратегия. Условно, тя бе разделена на две части. Тези две части бяха разпределени към уеб и маркетинг отделите на агенцията. Всички стъпки, които ще видите описани по-долу, касаещи уеб частта от изпълнението на стратегията, бяха изпълнени последователно, а маркетинговата стратегия и ползваните инструменти се ползваха успоредно във всеки един месец. Обявихме началото на работата по fragrances.bg чрез обновяването визията на сайта.

Техническа част

Редизайн на онлайн магазин

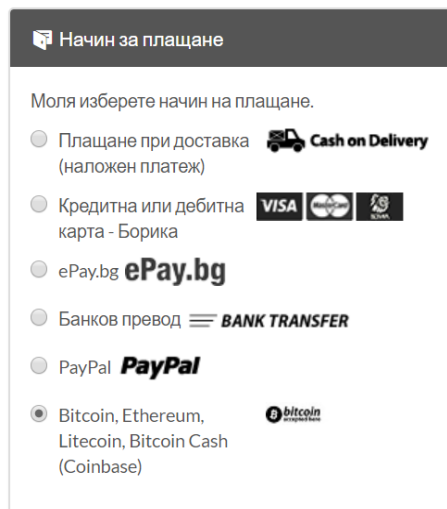
Платформата имаше добре изграден и логично свързан потребителски път, но дизайнът бе морално остарял. Екипът ни от дизайнери и програмисти работи съвместно, за да изберем най-подходящия дизайн за Opel Cart, който да предложим на клиента. Направихме предварителни мокъпи, за да може клиентът ясно да види нашето предложение. Персонализирахме темата, за да бъде максимално удобна за крайния потребител, който би могъл бързо и лесно да се ориентира при търсене на страница, продуктова категория или определен продукт.



Дизайнерите ни подготвиха банери за началния слайдер в онлайн магазина, както и подбраха подходящи изображения за страниците и продуктовете категории, за да бъде максимално улеснено ползването на fragrances.bg

Добавяне на нови методи за плащане

Когато започнахме да работим по този проект, в сайта имаше въведени методи за плащане чрез кредитна/дебитна карта, банков превод и наложен платеж. Намирайки се малко преди голямата крипто вълна, интегрирахме плащания чрез крипто валути. По този начин се превърна в един от малкото онлайн магазини в България, приемащ плащания чрез Bitcoin, Ethereum, Litecoin, Bitcoin Cash чрез системата на Coinbase. Направихме и интеграция с платежния метод PaySera за плащания с кредитна и дебитна карта.



Подготвяне за GDPR

Новите регулации, наложени от страна на Европейския съюз, свързани с електронната търговия и администрирането на лични данни, всяха голяма паника в дигиталната сфера. Коментирахме темата със собствениците на fragrances.bg и още в началото на годината започнахме подготовка за изпълнение на новите изисквания.

За целта подготвихме изцяло нова информация относно поверителността на личните данни, предназначени за потребителите на сайта. Изготвихме договори за администраторите на онлайн магазина, актуализирахме информацията, посочена в сайта, както и информацията относно „бисквитките“.

Екипът ни подготви необходими сведения и договори месец по-рано, като изрично се консултира с адвокати, опериращи в сферата на търговското право, за да сме сигурни, че от юридическа страна, нужните материали и документи са направени коректно. В резултат на това, напрежението и натоварването от въвеждането на новите регулации бяха спестени на нашия клиент.

Маркетингова част

Онлайн реклами във Facebook и Instagram

Една от основните особености при работата с fragrances.bg е, че екипът ни няма фиксиран бюджет за реклама. Бюджетът може да варира в зависимост резултатите, като нашият клиент ни се доверява и вместо фиксиран бюджет, ни предоставя гъвкавост, определяйки средната цена за една конверсия като нов и като стар клиент, която е готов да отдели, т.е. възвръщаемостта, която очаква.

Стартирахме множество рекламни кампании в различни формати и с различни цели. Благодарение на PPC (Pay-per-click) специалистите на агенцията, създадохме индивидуални кампании за клиента, сред които е кампанията за вече изразходен парфюм. Поради доброто стиковане на нашия екип и екипа на онлайн парфюмерията, отчетохме среден период, за който се изразходва стандартен парфюмен флакон от 50 мл. и ретаргетирахме само клиенти, направили поръчка в този период. Цената на конверсия за тази рекламна кампания варира и до този момент между 0.90€ и 1.20€.

Създадохме реклама за изцяло нова аудитория с продуктов каталог. Тествахме множество аудитории и рекламни кампании и постигнахме изключително удовлетворяващи за клиента резултати.

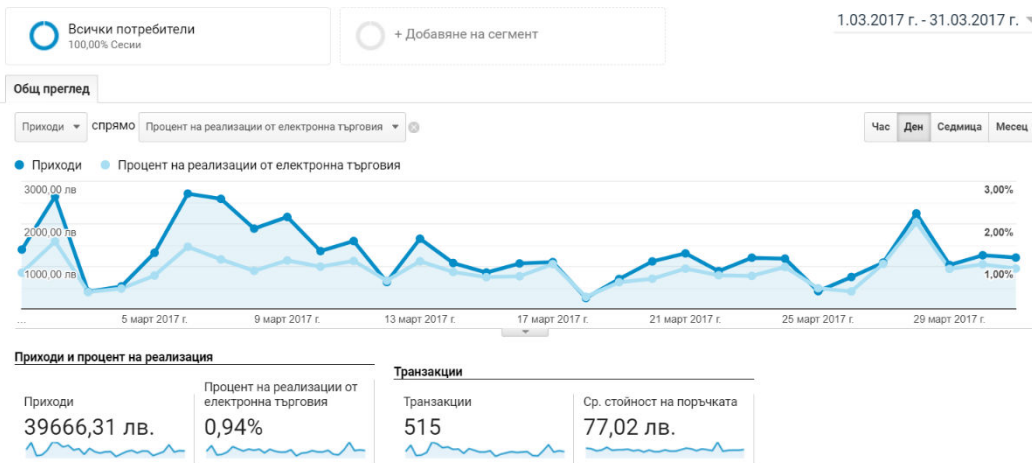
Представените резултати по-долу са за период от три месеца само за една рекламна кампания целяща изцяло нова аудитория.

Организирахме редица големи рекламни кампании за специални случаи като Свети Валентин, Денят на жената, Абитуриентските балове, Черен петък и Коледни кампании.

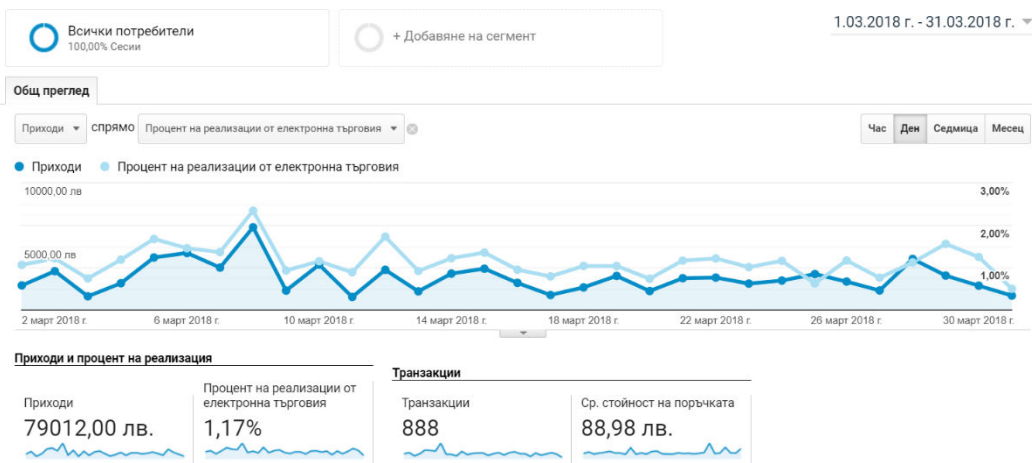
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Product Catalog New Audience [Fragrances.bg]	328 Покупки	101 210	932 433	5,28 € Per Purchase	1733,34 €	10.03.2019 г.	12 181,30 €
--------------------------	-------------------------------------	--	----------------	---------	---------	------------------------	-----------	---------------	-------------

Резултати от кампаниите през март 2017 спрямо резултатите от март 2018 година:

Март 2017



Март 2018



Venera
8% ОТСТЪПКА
С КОД: WDAY8
fragrances.bg

На 8-ми март, съгласувахме с нашия клиент да дадем 8% отстъпка на крайните потребители само за Деня на жената и ползвахме следните дизайни, които привличаха изключителен интерес и внимание не само към промоционалните цени, но и към бранда „Венера Козметикс“:



През декември тествахме различни дизайни, с които да ангажираме аудиторията не само с покупка, но и да създадем допълнително радостно настроение у хората, до които е достигнала рекламната кампания. За целта ползвахме следните дизайни:



Резултатите през месец декември бяха впечатляващи, както за 2017 година, така и за 2018 година. Успяхме да увеличим стойността на направена поръчка с още 9%.





Пускахме средно по около 8-10 различни рекламни кампании на месец, като всяка от тях имаше различни цели.

Чрез съдържанието, добавено в блога на клиента, създавахме рекламни кампании за трафик, а чрез парфюми на промоционални цени, създавахме реклама за ангажираност, за да успеем да увеличим органичното достигане на следващите Facebook постове в страницата на клиента.

Стартирахме специални кампании в Messenger за потребители, които са абониран за Facebook страницата на Венера Козметикс. Стимулирайки потребителите да изпращат запитвания или да комуникират по-често с екипа на онлайн магазина, успяхме значително да увеличим абонираните потребители. Без съмнение, най-добър резултат даде Facebook игра, с добавен

Чат бот

от ManyChat. Играта събра почти 10 000 участници, всички от които абониран за съобщения и новини от сайта на нашия клиент. Екипът на fragrances.bg получи около 9 800 съобщения във Facebook страницата на фирмата, благодарение именно на интегрирането на чат бот в играта. Подобни игри са провеждани няколко пъти, като първата привлече около 3 400 абоната, а втората - около 6 000 души.

Content marketing или маркетинг чрез съдържание

Съдържанието е изключително важна част от развитието на всеки онлайн магазин. Съдържание са всички онези материали, които Вие ползвате, за да запълните сайта си с информация и продукти. Това е изключително важна стъпка от развитието на всеки уеб сайт, понеже не само добавя стойност, но спомага за по-доброто индексирание на сайта в търсачките, подобрява потребителската информираност и увеличава доверието в бранда.

За fragrances.bg ние:

- Създавахме копита (кратки текстове за реклами кампании);
- Описания на продукти;
- Описания на категории;
- Статии за фирмения блог;
- Видеа, които се ползваха за влога и Facebook страницата на фирмата.

Парфюмни тестери vs. официални маркови парфюми

ОТ STEFKA GEORGIJEVA - ЮЛИ 9, 2016



Чудите ли се каква е разликата между марковите парфюми и тестерите? Открийте най-точната информация в тази статия

Чудили ли сте се каква всъщност е разликата между оригиналните маркови парфюми и техните тестери? Тъй като темата е доста обширна, решихме да ви отговорим максимално точно и конкретно на този въпрос, без да се налага да търсите информация от куп различни източници.

Маркетингът чрез съдържание помогна значително да подобрим органичното класиране на сайта в Google. Цели продуктови категории се класираха на първа страница в търсачките, благодарение на качественото и уникално съдържание, както и добрата SEO оптимизация.

Social Media Posting

Планирахме средно между 12 и 18 публикации във Facebook страницата. Условно, публикациите бяха разделени в четири основни теми:

- Публикации с любопитна информация за парфюмите;
- Ангажиращи публикации с цел по-добро ниво на комуникация с клиентите;
- Публикации за продукти на промоция;
- Публикации за увеличаване на трафика към сайта.

Голяма част от публикациите, които позволяват това, се споделяха и в Instagram профила на фирмата.

В социалните мрежи акцентираме на това, че фирмата има физически магазин в град Пловдив и създавахме, макар и по-рядко, публикации, стимулиращи потенциалните клиенти да посетят магазина, който се намира в центъра на града.

На почти всеки втори месец организирахме Facebook игра, с която да зарадваме не само настоящите, но и потенциалните клиенти на фирмата. Наградите бяха различни – както определени продукти, така и ваучери, на подадена от клиента стойност.

Email маркетинг

Маркетингът чрез изпращане на имейл съобщения може да бъде изключително полезен инструмент за увеличаване на оборота на даден онлайн магазин, стига да се използва по правилен и не твърде натрапчив, за крайните потребители, начин.

С fragrances.bg взехме единодушното решение, че две имейл кампании на месец са напълно достатъчни, спрямо резултатите от предварителния анализ на потребителското поведение в уеб сайта. В имейл кампаниите изпращахме на потребителите информация относно настоящи промоции и намаления, нови статии в блога и друга релевантна с пазарната ниша полезна информация, която би могла да бъде полезна за хората, в чиито пощи пристигат електронните съобщения.

Първоначално пращахме имейли чрез платформата на сайта, създадена специално за тази цел - по-бързо и лесно събиране на имейли от потребителите. Но за да оптимизираме процеса по създаване и изпращане на самите електронни съобщения, направихме интеграция с Mail Chimp.

Задължително организирахме имейл кампании до всички потребители, абониращи за електронните съобщения, относно големи предстоящи намаления и игри, като тези за Черен петък или Коледа.

Push Notification кампании

Push Notification кампаниите са рекламни кампании, ползващи специализиран софтуер, които се появяват под формата на поп-ъп прозорци в долен десен ъгъл на брауъра, който потребителите ползват. Един от големите плюсове на този вид софтуер е, че той се активира до 5 минути след стартирането на рекламната кампания и се показва не само на брауърите на настолните компютри и лаптопи, но също така на телефони и таблети.



Друг плюс е, че на практика потребителите няма как да не видят рекламната ви, тъй като тя се показва автоматично на брауъра, който ползват. Минус, обаче, е фактът, че ако един потребител е абониран за тези нотификации и ги получава на настолен компютър, телефон и таблет, се отчитат като 3 показвания на рекламната, без да се упоменава, че става въпрос за един и същ потребител.

Това е ефективен, бърз и лесен начин за ретаргетиране на стари клиенти или хора, които вече са няколко стъпки по-надолу в потребителската фуния, дори и да не са завършили своята поръчка. С ползването на Push Notification решихме да работим много внимателно, тъй като евентуално натрапване в потребителското пространство на клиента би довело до отписване на потребителя от абонамента му. Поради тази причина, стартираме подобни рекламни кампании за специални промоции и важна информация, която е описана в сайта fragrances.bg.

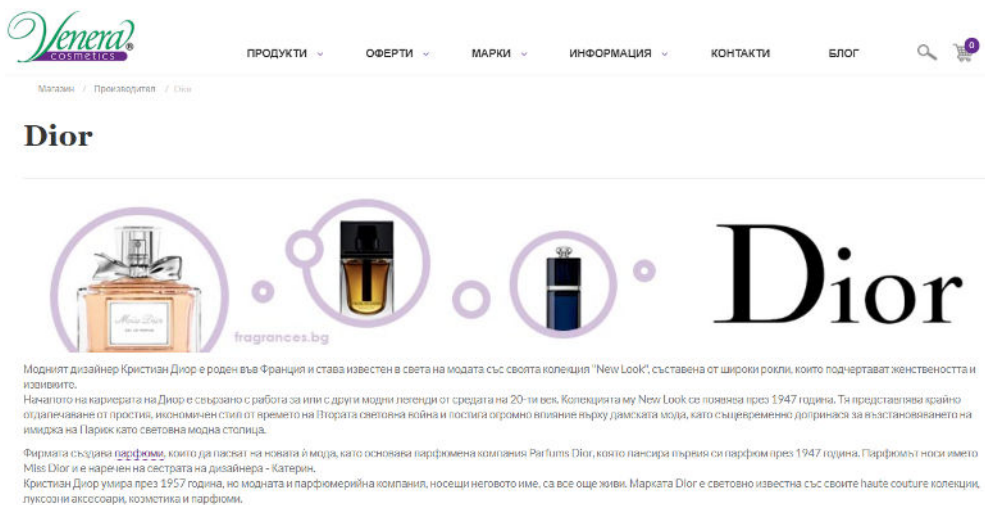
SEO

Създаване и прегрупиране на продуктови категории

За да могат търсачките правилно да разчетат коя страница е продуктова, коя е категорийна и най-общо казано, за да не се „изгубят“ Google ботовете във вашия сайт, е изключително важно да се създаде максимално ясно и точно описана, чрез кода на сайта, структура. Това е важна, сложна и времеемка задача, тъй като при стартиране на процеса, може да се вложи за известен период позициониране на сайта. Въпреки този риск, задачата е абсолютно задължителна за всеки онлайн магазин, за да може онлайн платформата да се класира на добри позиции при търсене не само с началната си страница, а чрез категорийни и дори продуктови страници.

Например:

Началната страница на нашия клиент е <https://fragrances.bg/>, но когато потребителите търсят в Google „парфюм Dior“, например, сайтът се класира със съответната категория продукти, а именно парфюми на модната къща Dior със следната страница: <https://fragrances.bg/dior>. В тази продуктова категория е добавено и съдържание, част от съвместната работа на Content маркетинга и SEO.



Модният дизайнер Кристиан Диор е роден във Франция и става известен в света на модата със своята колекция "New Look", съставена от широки рокли, които подчертават женствеността и изонивито.

Началото на кариерата на Диор е свързано с работа за или с други модни легенди от средата на 20-ти век. Колекцията му "New Look" се появява през 1947 година. Тя представлява крайно отдалечаване от прости, икономичен стил от времето на Втората световна война и постига огромно влияние върху дамската мода, като съедновременно допринася за възстановяването на имиджа на Париж като световна модна столица.

Фирмата създава парфюми, които да повисят на новата ѝ мисъл, като основния парфюмна колагения Parfums Dior, която лансира първия си парфюм през 1947 година. Парфюмът носи името Miss Dior и е наречен на сестрата на дизайнера - Катерин.

Кристиан Диор умира през 1957 година, но модната и парфюмерийна компания, носещи неговото име, са все още живи. Марката Dior е световно известна със своите haute couture колекции, луксозни аксесоари, козметика и парфюми.

Също така, позиционирането на страниците от блога на сайта, оказва изключително добри резултати относно органичния трафик. Например, при търсене в Google на фразата „каква е разликата между парфюм и тестер“, сайтът на нашия клиент се позиционира на първо място именно чрез ето тази статия в блога <https://fragrances.bg/blog/mazhki-parfumi/parfiumni-testeri-vs-parfiumi/>.

Оптимизиране и актуализиране на тагове в сайта

Това също е изключително важна задача, която е задължително да се изпълни още в самото начало. Alt таговете са онази част от HTML кода на сайта, които се прилагат в уеб дизайна и графичните елементи на сайта. Нашата основна цел бе да позиционираме сайта и при търсене на изображения в сайта.

Например, даден потребител търси „дамски парфюм Chanel“, но не може да си спомни точния модел на парфюма. Поради тази причина преминава на търсене в изображения, за да открие познатия за него парфюмен флакон. Нашата цел е снимките от сайта на клиента да се позиционират на предни позиции при подобен тип потребителско търсене. С радост можем да споделим, че задачата е изпълнена и продължава да се извършва тази дейност за всеки един нов продукт, качен в онлайн магазина fragrances.bg.

За да оптимизираме процеса и да не се налага снимките на всеки продукт да се оптимизират ръчно, ползвахме формула от Alt и Title тагове, които автоматично генерират необходимите за клиента отбелязвания на продуктите снимки.

Създаване на външни връзки

Създаването на външни връзки от авторитетни, според търсещите машини, сайтове и медии е много важна и изключително полезна част от процеса на добрата SEO оптимизация. Това е регулярен процес, който се изпълнява всеки месец, за да поддържаме сайта на едни от най-конкурентните позиции на първа страница в Google при едни от най-приоритетните ключови думи за нашия клиент.

За тази цел, създадохме редица статии и публикации в блогове на популярни модни блогъри у нас, интервюта със собственика на онлайн магазина в различни национални медии, публикации в модни и лайфстайл сайтове.

Проведохме и PR кампании чрез различни медии с цел не само добавянето на авторитетни външни връзки към сайта на нашия клиент, но и достигането до нови потенциални клиенти, които биха имали интерес в сферата на марковата парфюмерия.

Резултати :

Резултатите, постигнати при нашия клиент са дело на дългосрочно сътрудничество и упорита работа. Важно е да отбележим, че екипът на fragrances.bg бързо и своевременно ни предоставяше цялата необходима за нашия екип информация, за да може целият процес на съвместна работа да тече гладко и успешно.

Какво постигнахме?

Позиционирането на сайта е изключително добро. Той се представя на първа позиция за ключови думи „оригинални парфюми“, „маркови парфюми“, но и на челни позиции при търсене на конкретни продукти. По много конкурентната ключова дума „парфюми“, през 2018 достигна до първа позиция за известен период от време.

<input type="checkbox"/>	парфюм bvlgari	↗	20	0.65	2	2	2
<input type="checkbox"/>	reveal calvin klein	↗	40	0.55	2	2	2
<input type="checkbox"/>	azzaro chrome	↗	390	0.69	3	3	3
<input type="checkbox"/>	герлен парфюм	↗	70	0.47	4	4	3 ▲ 1
<input type="checkbox"/>	бошерон	↗	140	0.56	2	2	2
<input type="checkbox"/>	булгари корал	↗	30	0.56	1	1	1
<input type="checkbox"/>	бърбъри парфюм	↗	90	0.66	1	2 ▼ 1	1 ▲ 1
<input type="checkbox"/>	парфюми без опаковка	↗	40	0.79	1	1	1
<input type="checkbox"/>	парфюми венера	↗	110	0.36	1	1	1
<input type="checkbox"/>	булгари парфюми	↗	320	0.57	2	2	2
<input type="checkbox"/>	парфюми булгари	↗	390	0.62	3	3	3
<input type="checkbox"/>	нишови парфюми	↗	210	0.52	2	2	2
<input type="checkbox"/>	versace парфюми	↗	170	0.59	2	2	2

Месецът с най-нисък оборот за 2017 година е януари. Същото се отнася и за този период през 2018-та, но тогава бива генерирана почти два пъти повече оборот от предходната година.

Най-добри резултати и през двете години са регистрирани през месец декември. За 2018та година той е с 37% повече от 2017та.

Средният месечен бюджет на клиента за реклама цялата година е между 3 000 и 5 000 лева.

Facebook страницата достигна 35 000 харесвания!

Ако и Вие искате да помогнете на бизнеса си да расте, дайте му това, от което има нужда – висококачествено дигитално обслужване. Свържете се с нас и ние ще Ви консултираме напълно безплатно!

Благодарим за вниманието!

Изготвила:

Стефка Георгиева

SEOMAX

гр. Пловдив жк „Перла” (кв. Тракия),

ул. „Вълко Шопов” № 2Б, Блок 1

+359 (889) 833 433

office@seomax.bg

seomax.bg