



UNIWERSYTET
VIZJA

Wiktor Waśniewski

numer albumu 40752

Projekt licencjacki

Uniwersytet Vizja

kierunek: zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem, specjalizacja
marketing



PROJEKTY SPOŁECZNE



STUDENTÓW AKADEMII
EKONOMICZNO-HUMANISTYCZNEJ W WARSZAWIE

Zwiększenie rentowności firmy Podrzuć.to poprzez optymalizację działań marketingowych i sprzedażowych

Cel główny:

Zwiększenie rentowności firmy Podrzuć.to poprzez wdrożenie skutecznych strategii marketingowych i rozszerzenie bazy klientów oraz poszerzenie asortymentu o nowe produkty lepiej odpowiadające potrzebom klientów.

Problem:

Firma Podrzuć.to, specjalizująca się w sprzedaży ręcznie wykonanych rekwizytów cyrkowych, napotyka wyzwania związane z ograniczonym zasięgiem marketingowym i niską rozpoznawalnością marki poza środowiskiem kuglarskim, niskim obrotem i niskim budżetem na dalszy rozwój, niską rentownością działalności.

Beneficjenci:

Właściciele i pracownicy firmy Podrzuć.to.

Polscy rękodzielnicy współpracujący z firmą.

Potencjalni klienci zainteresowani sztuką cyrkową i rękodziełem.

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

Strona internetowa: <https://podrzuc.to>

Działania

Analiza rynku kuglarskiego w Polsce

Analiza danych wejściowych celem zrozumienia rynku i jego potrzeb oraz odpowiedzi firm na potrzeby rynku, wraz z analizą dostępnych danych dotyczących pozyskania klienta.

Analiza konkurencji pośredniej i bezpośredniej

Analiza rynku i pozycji na rynku pozwoliła zrozumieć mocne i słabe strony firmy względem konkurencji i zaplanować dalsze działania a również inspirować się działaniami konkurencji żeby zmniejszyć dystans między firmą a monopolistą

Analiza SEO

Analiza danych dotyczących pozyskania organicznego klientów w wyszukiwarkach, zwłaszcza w wyszukiwarce Google jako głównym źródle pozyskania odpowiadającego za 90% ruchu zapytań w sieci. Analiza bierze pod uwagę kluczowe wskaźniki które można pozyskać na temat konkurencji z ogólnodostępnych źródeł przy użyciu darmowych narzędzi do pozycjonowania oraz porównania ich z informacjami na temat przedsiębiorstwa Podrzuć.to, oraz informacje dostępne dla firmy przy użyciu specjalistycznych narzędzi dostarczanych przez google dla firm jak Google Search Console i Google Analytics. Analiza SEO dostarczyła informacji na temat konkurencji bezpośredniej i pośredniej, ich mocnych i słabych stron i miejsca do poprawy wyników pozyskania klienta poprzez poprawę wartości merytorycznej w strefie wiedzy (content marketing blogowy) oraz poprzez stworzenie bazy linków kierujących do strony (offsite SEO)

Analiza Konsumencka

Analiza informacji dostarczonych przez konsumentów na podstawie ankiety rozsyłanej na grupach tematycznych social media (facebook) oraz informacji statystycznych na temat sprzedaży produktów dostępnych w panelu administracyjnym strony internetowej Podrzuć.to

Ankieta spotkała się z problemem niskiego zaangażowania odbiorców, aczkolwiek dostarczyła wartościowych informacji na temat potrzeb odbiorców, które były możliwe do spełnienia w krótkim okresie czasu z niskim budżetem firmy, oraz wskazać rekomendowany kierunek dalszego rozwoju oferty produktowej w dalszej przyszłości. Informacje na temat sprzedawanych produktów wskazały najbardziej rentowne i najczęściej kupowane produkty, na promowaniu których warto się skupić, pozwolił również oszacować opłacalność reklamy Paid Per Click (na tym etapie przy małym budżecie i niskim zwrocie z pojedynczego klienta koszt płatnej reklamy okazał się zbyt kosztowny)

Działania optymalizacji pozyskania klienta i lejka konwersji sprzedaży

poprawa wizerunku firmy

Klienci wskazali że elementy które wpływają na ich chęć zakupu w konkretnym sklepie to szeroki wybór asortymentu ze wskazaniem na produkty wysokiej jakości, ale również na budżetowe, możliwość customizacji sprzętu, więc przede wszystkim elementy produktowe, następnie na jakość obsługi i dostawy produktów oraz zdolność firmy do efektywnego rozpatrywania problemowych sytuacji. W tych kwestiach klienci wypowiedzieli się pozytywnie o firmie Podrzuć.to, wyrazili również silną dezaprobatę do monopolisty rynku sklepu kuglarstwo.pl w kwestii wizerunkowej sytuacja firmy wygląda dobrze i nie wymaga korekty. Klienci wskazywali również na kwestię dodatkowych informacji, filmów z przykładami zastosowania sprzętu, bazie wiedzy. Dodatkowo wspominali o kwestiach estetyki strony jako istotnego elementu zaufania. Tutaj jest przestrzeń do poprawy. Zbudowanie blogowego zaplecza bazy wiedzy pozwoli zbudować percepcję firmy jako eksperta w swojej dziedzinie, który dba o klienta przez dostarczane darmowej użytecznej wiedzy.

poprawa pozyskania klientów

Interesującą kwestią jest to że firma kuglarstwo.pl która zebrała najwięcej negatywnych opinii jest również firmą która pozyskuje najwięcej klientów, chociaż ma to swoje uzasadnienie w dużo dłuższym doświadczeniu rynkowym, bardzo szerokiej ofercie produktowej, własnym zapleczu produkcyjnym, lokalnym sklepie stacjonarnym w dogodnej lokalizacji przy metrze Pole Mokotowskie, rozbudowanej bazie wiedzy, własnym forum tematycznym, kanałach na youtube, instagramie tiktoku, dużej bazie linków i nowoczesnej stronie internetowej.

Dzięki temu jest w stanie pozyskać klientów często jako pierwszy wybór, zwłaszcza dla osób które nie są pasjonatami w niszy a zwykłymi, nowymi klientami.

Aby zawańczyć o nowych klientów warto zatem zadbać o dobrą pozycję w googlu kiedy klienci będą szukali swojego pierwszego produktu. Doświadczeni klienci i tak znają i korzystają z produktów firmy Podrzuć.to która jest chwalona w środowisku i cieszy się dobrą renomą.

Warto zadbać o promowanie tych produktów które stanowią entry level, jak piłeczki do żonglowania i poi treningowe. Dodatkowo skupić się na artykułach wdrażających nowych klientów w tematykę hobby tak żeby wszystkie potrzebne informacje dotyczące wyboru produktów pasujących do ich potrzeb, ich zastosowania i rozwijania pasji, wraz z wytłumaczeniem korzyści z niej płynącej znaleźli w jednym miejscu, na stronie firmy a nie u konkurencji, bo jeżeli tam trafią to najprawdopodobniej już tu nie wrócą, chyba że na bardzo późnym etapie swojej przygody.

Dodatkowo, w związku z niską znajomością wąskiej niszy, warto próbować docierać do przypadkowych odbiorców którzy mogą się zainspirować i wejść w ten rynek w związku z działaniem reklamy.

Analiza wartości pojedynczego klienta i krótkiej kampanii paid per click ujawniła że trzeba szukać tańszych sposobów docierania do klienta, na przykład przez posty na social mediach promujących artykuły zachęcające do dalszej konwersji do zakupu.

nowy interfejs strony internetowej i poprawa konwersji sprzedaży

Strona Podrzuć.to została unowocześniona i poprawiona wizualnie tak żeby możliwie najlepiej umożliwiała nawigację i zapoznanie się z produktami, zostały przeprowadzone działania celem poprawienia aspektów doświadczenia użytkownika (UX User eXperience)

wdrożenie wyświetlania produktów przez google merchant

Została wdrożona integracja z systemem promowania produktów bezpośrednio w wyszukiwarce celem zwiększenia ekspozycji klienta na obecność firmy na rynku względem konkurencji i zwiększenie ekspozycji na produkt bezpośrednio w wyszukiwarce google, stworzyło to nowy lejek konwersji generujący znaczącą ilość ruchu organicznego na stronie.

reklama i zwiększenie ruchu

reklama organiczna przez promocję postów, artykułów i stron produktów na grupach FB na social mediach.

content marketing na blogu.

integracja z Google merchant.

reklama Google Adwords.

budowanie linków SEO.

Wskaźniki sukcesu

Jako łatwo mierzalne wskaźniki skuteczności działań optymalizacyjnych możemy przyjąć elementy które przekładają się konsekwentnie na wzrost rentowności przedsiębiorstwa czyli zwiększenie widoczności firmy w sieci przez wzrost wyszukiwań i przejść na stronę w googlu, oraz w innych kanałach pozyskania, który przekłada się na zwiększenie ruchu klientów na stronie, co z kolei powinno przełożyć się na zwiększenie ilości zamówień i łącznej kwoty sprzedaży.

wzrost wyszukiwania w google i wzrost konwersji wyszukiwań do przejść na stronę (CTR -click through rate) możemy zmieżyć w Google search Console

wzrost ruchu na stronie możemy zmierzyć w Google Analytics

wzrost dochodu możemy zmierzyć w statystykach wtyczki sklepowej Woocommerce

analiza firmy

Firma podrzuc.to to internetowy sklep kuglarski zorientowany głównie dookoła wysokiej jakości sprzętu produkowanego przez polskich rękodzielników. Oferuje produkty unikatowe, produkowane w małych nakładach, często pojedynczych sztuk lub krótkie serie, i sprzedaje je z wysoką marżą.

Firma oferuje swoje produkty głównie na stronie internetowej <https://podrzc.to> jako sprzedaż wysyłkową.

Dodatkowo firma zajmuje się szkoleniami w zakresie pedagogiki cyrku i warsztatów umiejętności kuglarskich organizowanych we współpracy z fundacjami, szkołami i domami dziecka, oferując po warsztatach dla uczestników specjalną zniżkę, ograniczoną czasowo, na zakup produktów na stronie sklepu internetowego.

Mocne strony:

Posiada niewielką grupę wiernych, powracających klientów,

Posiada w swojej niszy ugruntowaną opinię sklepu oferującego wysokiej jakości produkty,

Prowadzenie działalności szkoleniowej buduje dobry PR i zaufanie klientów do firmy jako rzetelnej i znającej się na rzeczy oraz robiącej coś wartościowego społecznie.

Posiada niewielkie koszty operacyjne wynikające z głównie zdalnej formy działalności i nie musi ponosić kosztów najmu przestrzeni użytkowej.

Szanse:

Firma może poszerzyć zakres asortymentu poprzez zawieranie kontraktów, umożliwiających zakup produktów od rękodzielników w momencie kiedy zostaną kupione przez klienta daje to możliwość przerzucenia ryzyka finansowego na producentów, jeżeli ci wyrażą na to zgodę oraz jeżeli klienci zdecydują się zaakceptować dłuższy czas oczekiwania, wiedząc że produkty są wykonywane dla nich na zamówienie. Daje to szansę na uelastycznienie biznesu.

Firma może silniej zabiegać o potencjalnych klientów ze swojej niszy przy użyciu bezpłatnych metod marketingowych jak na przykład content marketing, tworzenie artykułów branżowych na swoim blogu czy profilach social media, co może poprawić i zaufanie klientów i również organiczne pozyskanie klientów przez poprawę pozycjonowania w wyszukiwarkach internetowych (SEO Content Marketing) oraz przez organiczne wyświetlenia w social media. Firma również może promować swoje produkty i artykuły blogowe na internetowych forach i grupach facebookowych aby dotrzeć organicznie do nowych potencjalnych klientów.

Firma ma niewykorzystany potencjał jeżeli chodzi o pozyskanie poprzez płatną reklamą taką jak promowanie w google, facebook, youtube, instagram. reklamy Paid Per Click czy Paid Per View są stosunkowo tanie, mogą być efektywne jeżeli skutecznie zaprojektowane i wdrożone, można je wdrażać od małego budżetu i powoli skalować wraz z pozyskiwaniem nowych środków. Jeżeli firma zacznie z małym budżetem i zoptymalizuje kampanię tak żeby $ROI > 1$ to może zacząć zwiększać budżet i pozyskanie nowych klientów. Jednak żeby można było wdrożyć takie działania, firma musi poprawić zaofertowanie szerszym asortymentem i zwrot z pojedynczego klienta.

Firma dysponuje niewykorzystane informacje analityczne z google search console i google analytics (jak na przykład hasła poszukiwane przez potencjalnych klientów w google, albo dane demograficzne) na temat swojej działalności które mogą posłużyć do optymalizacji kampanii reklamowej oraz kampanii SEO.

Firma może też posłużyć się metodami taniej reklamy fizycznej przy zastosowaniu ulotek i naklejek z QR codem które może umieścić w miejscach w których jej potencjalni klienci mogliby być zainteresowani realizacją takiego hobby (na przykład parki, kluby sportowe i

inne miejsca gdzie ludzie realizują potrzeby zbliżone do tych, które są zaspokajane przez ich produkty)

Firma nie wdrożyła jeszcze promowania produktów przez Google Merchant, może to poprawić pozyskanie klientów w wynikach organicznych google i przełożyć się na szybki wzrost rentowności strony.

Zagrożenia:

Niewielki odsetek powracających klientów oraz niewielki dochód na klienta może powodować nieopłacalność kampanii reklamowych PPC ponieważ koszt reklamy może nie zwrócić się nawet przy generowaniu dużego ruchu i dużej sprzedaży.

Ciągły rozwój innych konkurencyjnych firm oraz zmiany trendów mogą prowadzić do dalszej marginalizacji działalności i jej pozycji rynkowej, rentowności, ostatecznie prowadząc do zamknięcia firmy.

analiza konkurencji bezpośredniej i pośredniej

konkurencja bezpośrednia

Konkurencja bezpośrednia oferuje dokładnie te same produkty lub podobne skierowane do tej samej grupy odbiorców docelowych i ich oferta jest bezpośrednio porównywana przez klientów na etapie podejmowania decyzji zakupowej.

<https://kuglarstwo.pl/>

<http://impuls-poland.eu/>

<https://kuglarz.com/>

<https://www.gimnastyka-artystyczna.com/>

<https://sklepanimatora.pl/>

konkurencja pośrednia

Konkurencja pośrednia dla sklepów kuglarskich (czyli specjalistycznych sklepów z akcesoriami do żonglowania, fireshow, poi, diablo, slackline, itd.) to firmy, które nie oferują bezpośrednio produktów kuglarskich jako głównego asortymentu, ale zaspokajają podobne potrzeby klientów – np. rekreacyjne, hobbystyczne, artystyczne, edukacyjne lub performerskie. Potencjalny klient może zamiast na produkty kuglarskie zdecydować się na inne hobby które również zaspokoi jego potrzebę ruchu i zabawy.

Sklepy sportowe i outdoorowe

Przykłady: sklepy sportowe, sklepy wspinaczkowe, survivalowe, akrobatyczne

<https://go-sport.pl/>

<https://www.flyingrose.pl/>

<https://taniecwpowietrzu.pl/>

<https://www.decathlon.pl/>

<https://allegro.pl/>

Dlaczego konkurują: Oferują sprzęt do aktywności fizycznej i rekreacji – np. frisbee, slackline, piłki gimnastyczne, akcesoria do jogi lub gimnastyki artystycznej, które mogą pełnić podobną funkcję jak sprzęt kuglarski.

Sklepy z zabawkami i edukacyjnymi produktami

Przykłady: Smyk, Empik, Flying Tiger, sieci Montessori.

Dlaczego konkurują: Oferują przedmioty rozwijające koordynację, zręczność i kreatywność – np. diablo, yoyo, kendama, talerze cyrkowe. Często są tańsze, choć gorszej jakości.

Sklepy artystyczne i dla performerów

Przykłady: Sklepy dla wykonawców scenicznych z akcesoriami teatralnymi, tanecznymi, cosplayowymi, cyrkowymi, ognistymi.

Dlaczego konkurują: Zaspokajają potrzeby osób zajmujących się występami scenicznymi, tak jak kuglarze – np. kostiumy, rekwizyty, makijaż, światła UV skierowane do innego klienta docelowego ale mogą posiadać jako asortyment dodatkowy takie produkty które w sklepach kuglarskich/cyrkowych stanowią asortyment główny.

Sklepy internetowe ogólnego asortymentu

Przykłady: Allegro, Amazon, AliExpress.

Dlaczego konkurują: Mają szeroki wybór tanich rekwizytów do żonglerki i pokrewnych dziedzin, często sprowadzanych z Chin. Łatwo dostępne, niskie ceny, dobre ulokowanie na rynku, częste miejsce pierwszych poszukiwań potencjalnych klientów.

Sklepy z gadżetami i prezentami

Przykłady: Śmieszne prezenty, CoolStuff, sklepy z gadżetami sensorycznymi.

Dlaczego konkurują: Sprzedają produkty zabawowe, interaktywne, fidgety, które trafiają do tej samej grupy – np. dzieci, młodzież, animatorzy.

Własnoręczne wykonanie sprzętu (DIY)

Przykłady: Ludzie robią własne poi, kije kontaktowe, maczugi, hula-hoop.

Dlaczego konkurują: Samodzielne wykonanie jest tanie i daje satysfakcję, zwłaszcza w środowiskach alternatywnych i ekologicznych. Klienci mogą decydować się na wykonanie produktów własnoręcznie z powodów ekonomicznych (tańsze produkty) lub użytkowych (niestandardowe produkty dopasowane do indywidualnych potrzeb klienta), lub dla samej satysfakcji wykonania produktów dla siebie czy jako prezent, dla znajomych.

ANALIZA KONSUMENTA

Analiza potrzeb konsumentów i ich opinii na temat dostawców

Analiza potrzeb konsumentów i ich opinii na temat dostawców została przeprowadzona w postaci ankiety przez formularz google forms rozesłanej do odbiorców przez grupy tematyczne na facebooku, niestety pomimo wielokrotnego wysyłania nie spotkała się z dużym zainteresowaniem odbiorców i tylko 27 osób udzieliło odpowiedzi na pytania. Wszystkie pytania były dobrowolne więc odbiorcy mogli zdecydować na które pytanie chcą albo nie chcą odpowiadać. Miało to na celu zmniejszenie potencjalnego spadku klientów w tak wąskiej niszy jak cyrk/kuglarstwo. Ankieta była wysłana z prywatnego konta a nie jako firma podrzuć.to, celem uzyskania możliwie szczerych i neutralnych opinii klientów.

link do ankiety:

<https://forms.gle/bRy4wfaVyZBjaXgM7>

Z ankiety wynika że najbardziej zainteresowani udzielaniem odpowiedzi byli najbardziej zaangażowani w hobby kuglarskie ludzie, którym zależy na dalszym rozwoju społeczności ponieważ najwięcej odpowiedzi na pytanie o częstotliwość zakupów wskazywali na wielokrotne zakupy w ciągu roku, gdzie trzeba wziąć pod uwagę że produkty kupowane w takich sklepach służą raczej długo, więc jeżeli ktoś kupuje dodatkowe produkty to nie tyle celem ich zastępowania w związku z eksploatacją, a raczej w związku z poszerzaniem swojej kolekcji kuglarskich zabawek lub celem wykorzystania podczas prowadzonych warsztatów. Dodatkowo zaskakująco dużo odpowiedzi udzielono na pytania otwarte dotyczące ich potrzeb i opinii na temat sklepów.

Odpowiedzi na temat elementów decydujących o wyborze konkretnego sklepu również wskazują na odbiorcę profesjonalnego któremu zależy na możliwie najlepszej jakości produktów profesjonalnych i oczywiście cenie, natomiast dostępność budżetowych wariantów była wskazywana przez ankietowanych w mniejszym stopniu. W takim razie cenę w odpowiedziach należy traktować jako stosunek opłacalności do jakości dla odbiorców profesjonalnych niż jako cenę w rozumieniu taniości i dostępności finansowej. Dodatkowo istotną kwestią była szybkość wysyłki i szeroki asortyment.

Klienci udzielający odpowiedzi na temat dostępności budżetowych rozwiązań wskazali z podobną częstotliwością co aspekt wizualny strony, dostępność bazy wiedzy i inne drugorzędne potrzeby.

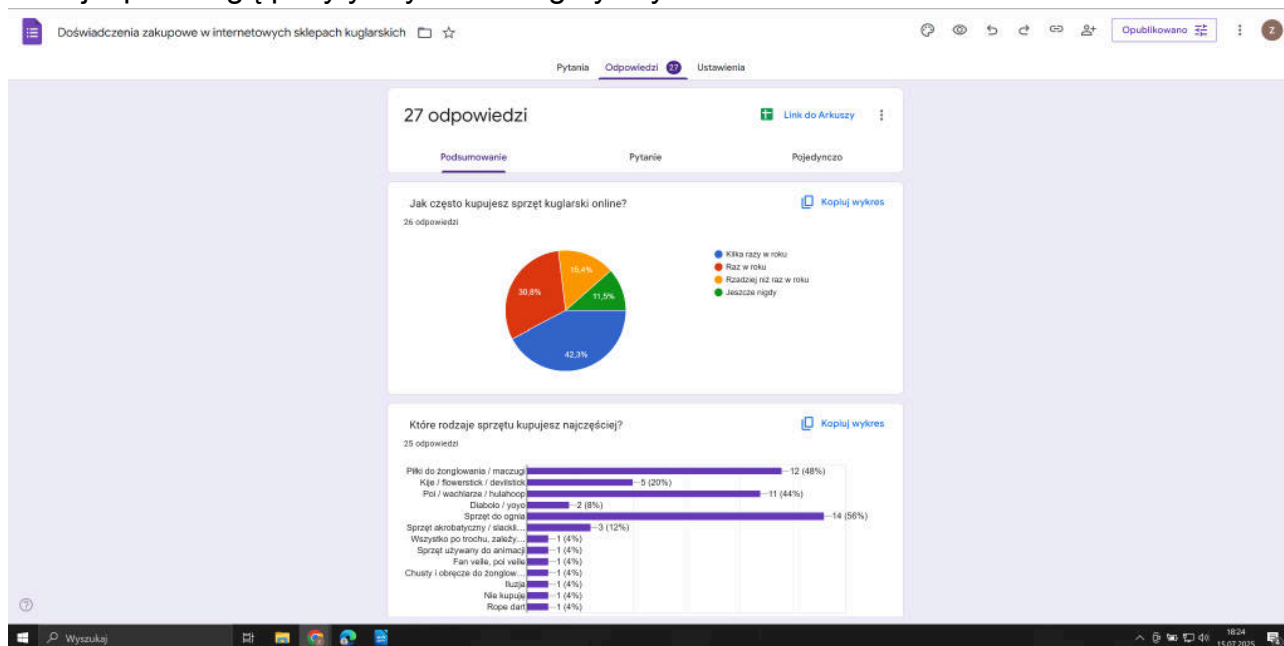
Biorąc pod uwagę dostępne na stronie podrzuć.to historyczne dane na temat najczęściej kupowanych produktów które w większości jednak stanowią rozwiązania budżetowe, muszę stwierdzić że próbka badana jest mało adekwatna.

Klienci wskazali w odpowiedziach otwartych powtarzające się negatywne opinie na temat monopolisty Kuglarstwo.pl zwłaszcza w kontekście niskiej jakości sprzętu który często się psuje, brak rozpatrywania reklamacji i wysoki koszt ich produktów w stosunku do jakości i trwałości. Jednocześnie aż 80% ankietowanych kupuje w tym sklepie.

W sklepie Podrzuć.to kupuje niemalże 40% klientów. oprócz tych 2 firm klienci wskazali

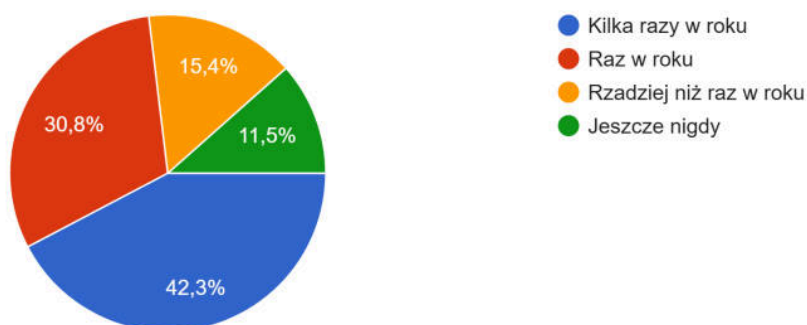
jeszcze na sklep kuglarz.com i platformę allegro jako częste miejsce zakupów, reszta miejsc spotyka się ze sporadycznym zainteresowaniem zakupowym klientów.

Jakość sklepów ogółem została oceniona jako "jest ok" z statystycznie normalnym rozkładem negatywnych i pozytywnych opinii, z delikatną przewagą pozytywnych opinii w stosunku do kuglarz.com i podrzuc.to gdzie na uwagę zasługuje fakt że podrzuc.to nie dostało żadnej negatywnej opinii, natomiast kuglarstwo i impuls dostały całkiem sporo negatywów. Decathlon jako duża firma działająca w szerokiej dziedzinie sportowej świadczy dość wyśrubowany korporacyjny standard jakości i również został oceniony raczej z przewagą pozytywnych niż negatywnych ocen.



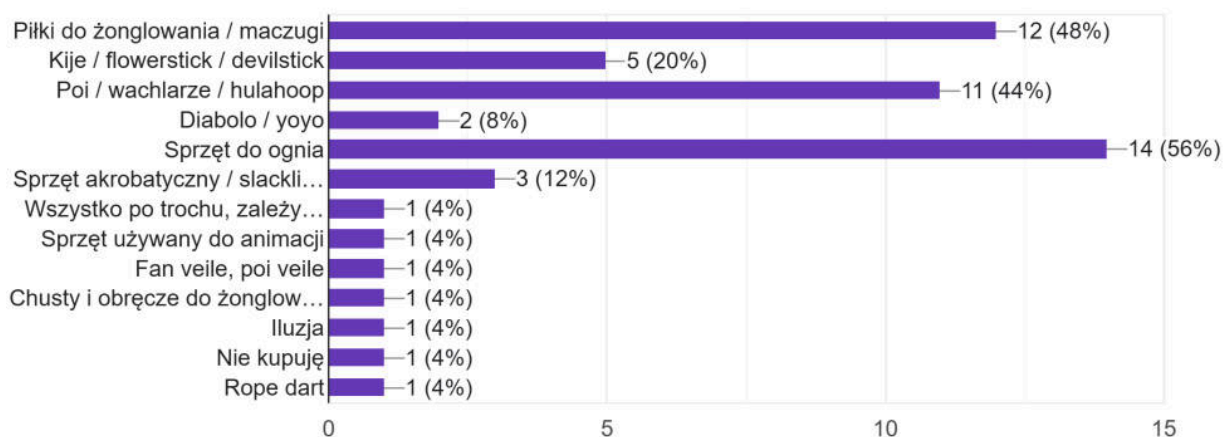
Jak często kupujesz sprzęt kuglarski online?

26 odpowiedzi



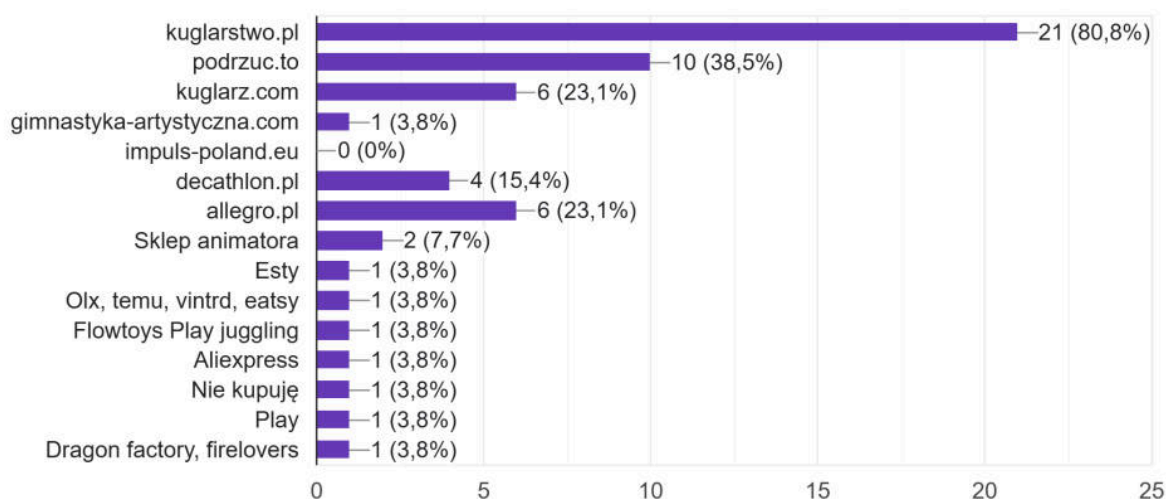
Które rodzaje sprzętu kupujesz najczęściej?

25 odpowiedzi



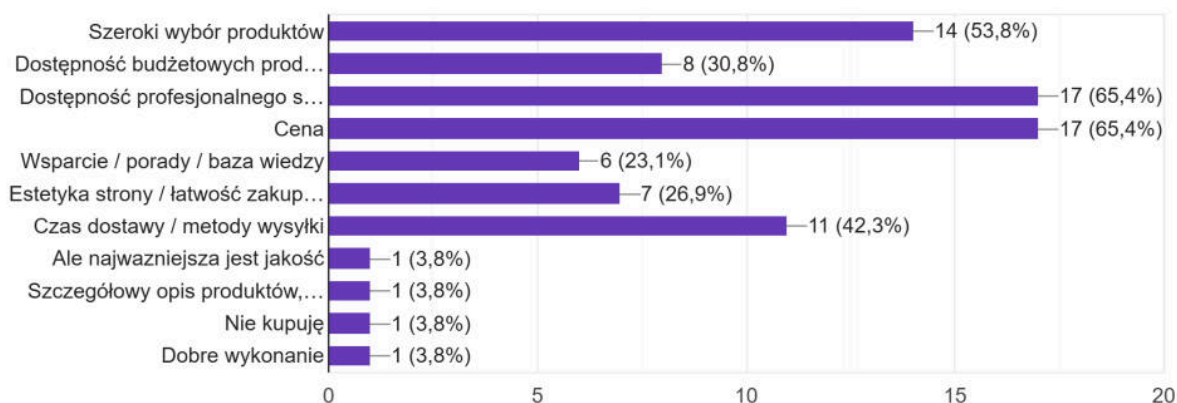
Z jakich sklepów kuglarskich robiłeś/aś zakupy w ciągu ostatnich 2 lat?

26 odpowiedzi

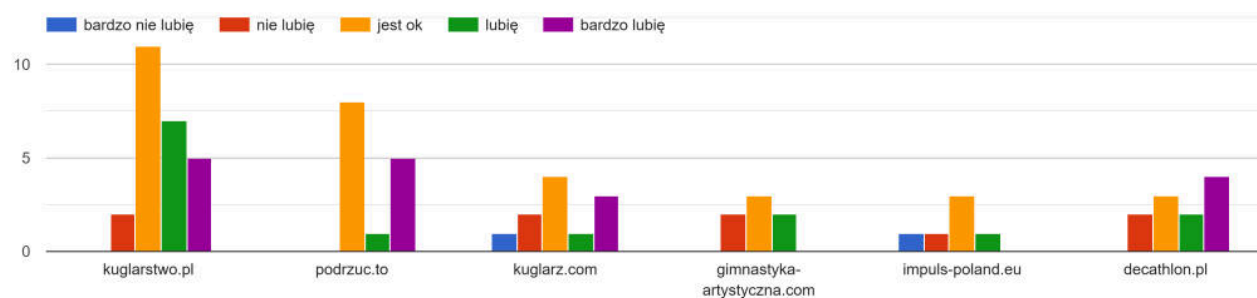


Co jest dla Ciebie najważniejsze przy wyborze sklepu kuglarskiego?

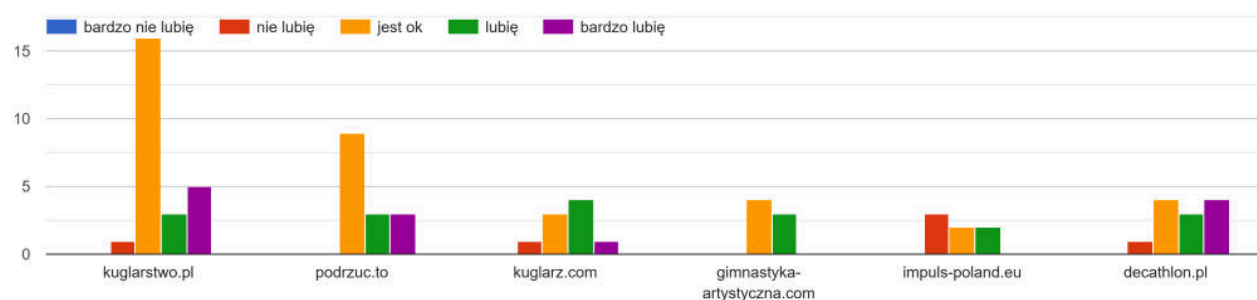
26 odpowiedzi



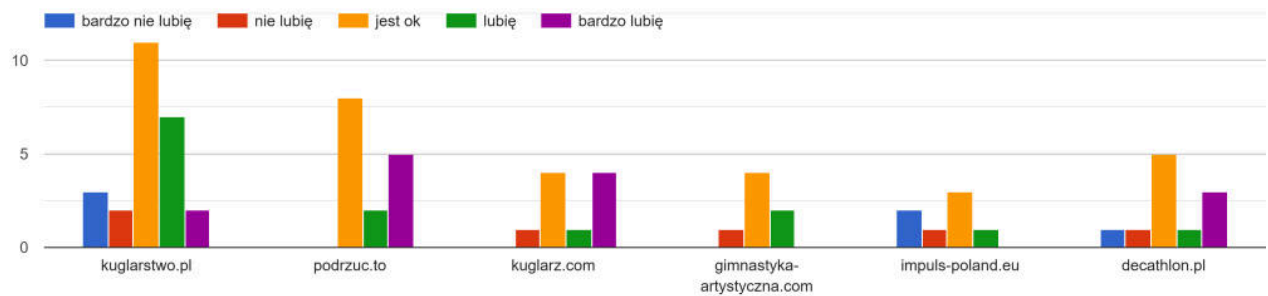
jak oceniasz jakość obsługi tych sklepów, (kontakt, czas wysyłki, odpowiedzi na reklamacje itp.)



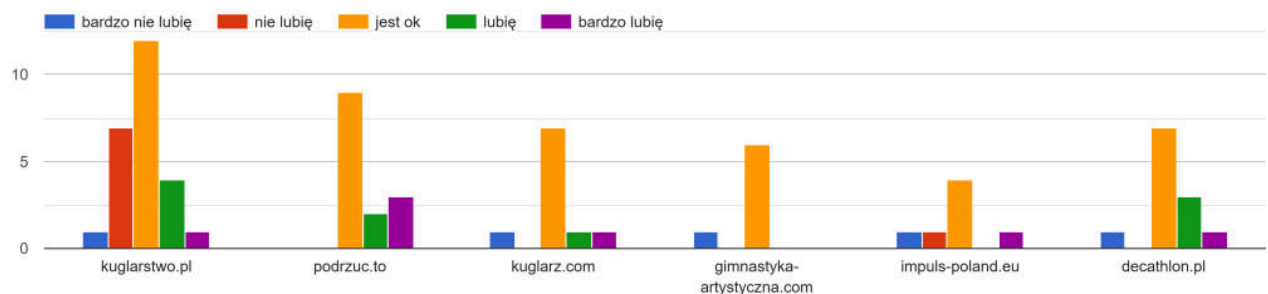
jak oceniasz wygodę zakupu w tych sklepach (wygoda strony internetowej, wygląd sklepu i wygoda interfejsu, metody płatności i wysyłki itp.)



Jak oceniasz jakość produktów w tych sklepach



Jak oceniasz cenę produktów w tych sklepach?



Co wyróżniało Twoim zdaniem najlepszy sklep kuglarski, z którego korzystałeś/aś? 16 odpowiedzi

Ja lubię kupować od twórców, ale jeśli chodzi o sklep to podrzuc.to jest fajne bo są tam produkty dobrej jakości.

Szeroki wybór rękodzieła lokalny rynek

W sklepie kuglarz jest wysoka możliwość personalizacji sprzętu co jest bardzo na plus.

Za to kuglarstwo na dużo różnorodnego sprzętu

Jakość produktów przyjmowanie reklamacji czy dożywotnia gwarancja

Czas wysyłki

Jakość customowego sprzętu

W Polsce nie ma najlepszego

Szeroki asortyment i możliwość kupienia zagranicznych produktów

Jest lepszy jakością sprzętu i cenami

Jakość

Zwykle jestem zadowolony z każdego

Spersonalizowane kartki w paczce z wysyłką z miłą wiadomością dla mnie w Podrzuc.To; możliwość dogadania zniżki przy większych zamówieniach

Najwięcej pozytywnych opinii, duży wybór i dobrze opisane produkty (kluczowe dla mnie są wymiary sprzętu itd.)

Nie kupuję w takich sklepach

Duży wybór

Solidne wykonanie sprzętu od Dragon Factory

Czy miałeś/aś kiedyś negatywne doświadczenie w którymś sklepie kuglarskim online?

Jeśli tak, opisz. 12 odpowiedzi

Nie

Jakość sprzętu na kuglarstwo jest straszna (z pewnymi wyjątkami) nie polecam

Ceny w kuglarstwie

kupiłam wachlarze treningowe w kuglarstwo.pl które popsuly się po jednym upadku i sklep twierdził, że to normalne, że się psują.

Kuglarstwo czesto potrafi zamulić albo o czymś nie poinformowac. Sprzety treningiwe spod ręki jezusa potrafią się roztopić w suchości w polsce

Czas wysyłki

Kuglarstwo.pl - ich wyroby niszczą się bardzo szybko w porównaniu do profesjonalnych zagranicznych, czy nowszych lokalnych sklepów.

Nei

Brak wysłania zamówienia na kuglarstwo.pl, po kontakcie szybko rozwiązano problem i dostałem gratisy.

Raz zamówiłem poi, które po 2 pokazach się rozleciały. Były kupione na kuglarstwo.pl

Jakie elementy chciał(a)byś widzieć w idealnym sklepie kuglarskim online? 10 odpowiedzi

Bardzo lubię możliwość samodzielnego dobierania kolorystycznego. Nie zawsze jest, dlatego wolę robić zamówienia u twórców.

Więcej informacji

Dostępność każdego sprzętu z różnymi wariantami, od cen po specyfikację. Plus możliwość modernizacji z kreatora.

Darmowa wysyłka

Każdy wariant każdego sprzętu, ale to raczej niemożliwe

Veile z faktycznego jedwabiu, tańsze kije do spinningu/kontaktu

Filmiki z profesjonalną prezentacją podstawowej obsługi sprzętu

tanie sprzęty treningowe niskiej jakości, które wystarczą na warsztaty lub by spróbować czegoś nowego

Kiedy dostawa, skąd jedzie z czego zrobione, przez kogo i td

Bardziej przystępne ceny lub promocje.

Bardzo pozytywnym aspektem zaangażowania ankietowanych było udzielenie szerokiej odpowiedzi na pytania otwarte, które daje inspiracje do podnoszenia jakości doświadczenia użytkownika w sklepie i szanse na jego częstszego korzystania z niego.

Klienci wskazują, oprócz standardowego zestawienia odpowiedzi “cena-jakość-czas wysyłki”, również na inne potrzeby jak dodatkowa wiedza o korzystaniu z produktu “filmiki”, “więcej informacji”, oraz customizacja produktów do własnych indywidualnych potrzeb klienta.

Analiza zakupów klientów

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

wskazuje to na problem w utrzymaniu klienta, najprawdopodobniej w związku z brakiem produktów eksploatowalnych po które klient mógłby powracać ponownie, dodatkowo dokupując coś nowego przez crosseling. firma mogłaby poszerzyć asortyment i spróbować wykorzystać email marketing lub fanpage do zakomunikowania czegoś nowego i ekscytującego co mogłoby zachęcić starych klientów do skorzystania z nowej ekscytującej oferty lub akcji promocyjnej.

Niski współczynnik powracających klientów powoduje problem z pozyskaniem klientów przez płatną reklamę ponieważ każdy koszt poniesiony na pozyskanie klienta jest jednorazowym wydatkiem na jednorazowy zwrot co przy niskiej wartości zamówienia powoduje ryzyko braku zwrotu z reklamy.

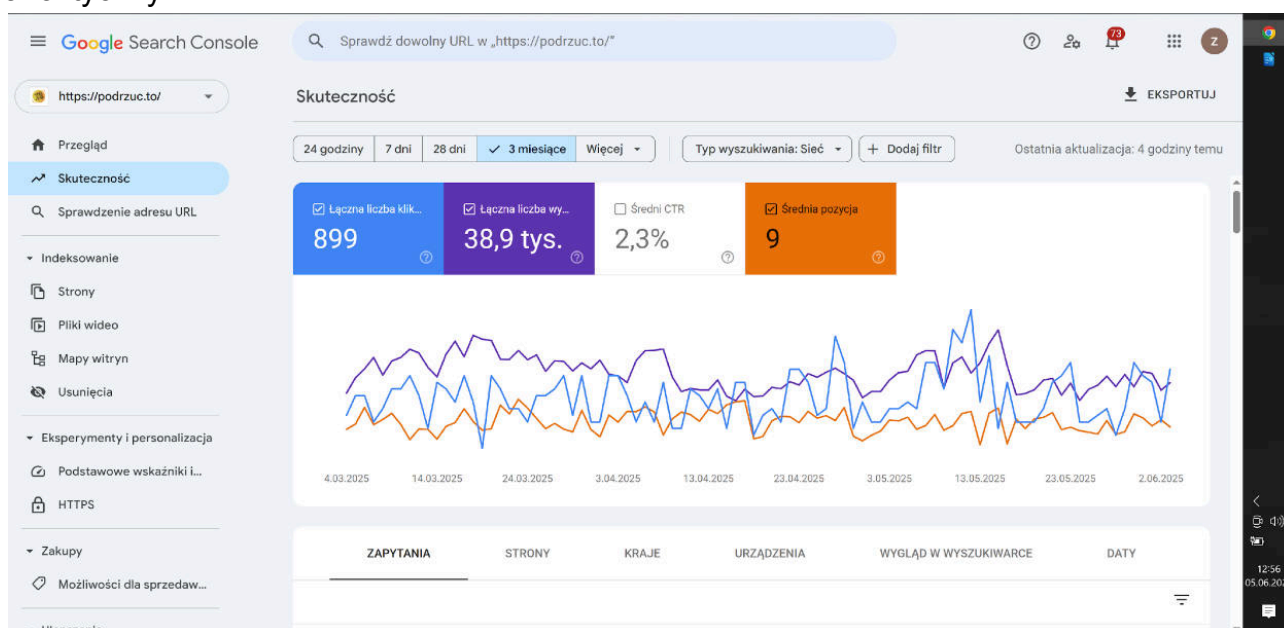
W związku z tym firma powinna dążyć do zwiększenia wartości pojedynczego klienta i poprawić współczynnik powracających klientów zanim zacznie inwestować w płatną

reklamę, natomiast wcześniej powinna wykorzystać wszystkie możliwe darmowe sposoby pozyskania klienta. Zwłaszcza rozwinąć content marketing i pozycjonowanie SEO jako że poprawa w tym obszarze przełoży się na trwały wzrost napływu klientów.

Analiza SEO

analiza porównawcza technicznych danych na temat wskaźników mających wpływ na pozycję w wyszukiwarce google dla konkurencji bezpośredniej Podrzuć.To

Dla strony Podrzuć.To są dostępne wewnętrzne dane z narzędzi analitycznych Google Search console, dla pozostałych muszą posłużyć się zewnętrznymi narzędziami analitycznymi.



W ciągu ostatnich 3 miesięcy strona pojawiła się na którejkolwiek pozycji w hasłach wyszukiwania organicznego (pozycje 1-100) 38,9 tysięcy razy.

Została kliknięta 899 razy.

Dla strony Podrzuć.to GSC wskazuje na dosyć stałe rezultaty wyświetleń i kliknięć w okresie 3 miesięcy, oscylujące w okolicy 432 wyświetleń dziennie, przekładając się na 9,98 kliknięć dziennie. Przekłada się to na konwersję 0.023 czyli 2,3% osób którym google wyświetliło link zdecydowało się na niego kliknąć.

Google Search Console - Skuteczność

URL: https://podruc.to/

Skuteczność

24 godziny 7 dni 28 dni **3 miesiące** Więcej

Typ wyszukiwania: Sieć + Dodaj filtr

Ostatnia aktualizacja: 4 godziny temu

ZAPYTANIA	STRONY	KRAJE	URZĄDZENIA	WYGLĄD W WYSZUKIWARCE	DATY
Najczęstsze zapytania				↓ Kliknięcia	Wyświetlenia
podrzuć to				69	95
poi treningowe				30	228
piłki do zonglowania				27	782
sklep cyrkowy				24	60

Pozycja

1,0

1,7

5,6

1,4

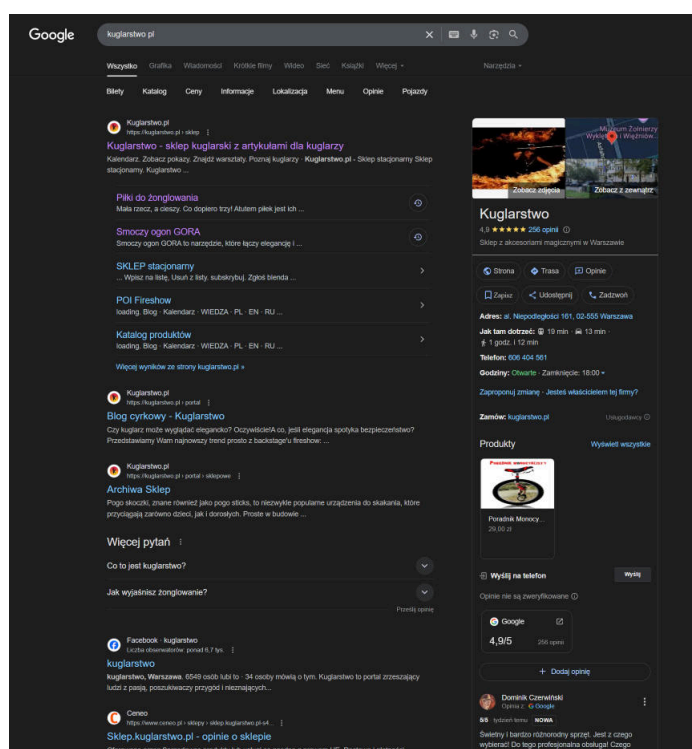
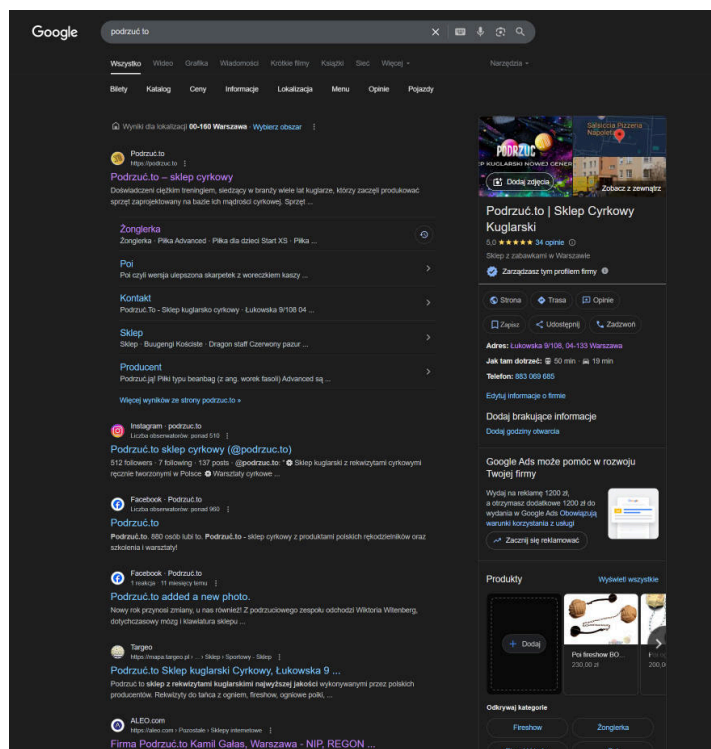
Sekcja najczęstsze zapytania wskazuje na 488 haseł kluczowych w których strona była wyświetlana szukającym, jednocześnie pokazując najsilniejsze hasła, ich statystyczną pozycję, wyświetlenia i kliknięcia.

Pierwsze hasło wskazujące nazwę marki mówi nam tylko o sile marki. Wskazuje na częstość z jaką klienci chcieli trafić dokładnie do tego sklepu a nie żadnego innego. Nie ma potrzeby liczenia konwersji dla tego hasła ponieważ klienci mogli tylko szukać informacji z wizytówki google takich jak adres czy numer telefonu.

Bez dostępu do informacji na temat wyświetleń dla konkurencji nie posłużymy się tymi informacjami aby porównać siłę marki na tle konkurencji. Możemy natomiast użyć tego wskaźnika czysto ilościowo aby porównać wzrost rozpoznawalności i siły marki po zastosowaniu kampanii marketingowych.

Dodatkowo, sprawdzenie tego hasła bezpośrednio w google ujawnia że konkurencja nie korzysta z płatnych reklam adwords pod tym hasłem, albo nie obawiając się o swoją pozycję albo nie posiadając wiedzy że mogli by to robić.

Zdecydowanie jednym z działań marketingowych adwords powinno być natomiast umieszczenie reklamy pod hasłem odnoszącym się do najsilniejszej bezpośredniej konkurencji, tak żeby przekierować część ich klientów na stronę podrzeć to.



Dalsza analiza słów kluczowych ujawnia najczęściej poszukiwane i najczęściej klikane klucze zapytań. Daje to potencjalną informację co warto wzmocnić w wynikach SEO i co warto uwzględnić w

kampanii AdWords aby pozyskać jak największy wzrost potencjalnych klientów.

Najczęstsze zapytania	Kliknięcia	Wyświetlenia	Pozycja	konwersja kliknięcia/wyświetlenia
podrzuc to	69	95	1	72,63%
poi treningowe	30	228	1,7	13,16%
piłki do żonglowania	27	782	5,6	3,45%
sklep cyrkowy	24	60	1,4	40,00%
zośka piłka	22	1803	7,2	1,22%
pileczki do żonglowania	16	936	6,3	1,71%
sklep kuglarski	12	129	2,7	9,30%
buugeng	11	154	3,3	7,14%
danball	10	187	9,9	5,35%
warsztaty cyrkowe	10	63	2,3	15,87%
podrzuc to	10	13	1	76,92%
dragon staff	8	184	4,7	4,35%
kuglarstwo sklep	7	167	4,7	4,19%
poi	6	8270	10,2	0,07%
pojki treningowe	6	90	2,5	6,67%
poi ogniowe	5	144	3,3	3,47%
pilki do zonglowania	5	114	4,5	4,39%
piłka zośka	4	905	7,9	0,44%
zonglerka	4	211	9,6	1,90%
pileczki do zonglowania	4	103	4,5	3,88%
sklep kuglarski warszawa	4	31	1,2	12,90%
contact poi	4	9	1,8	44,44%
warsztaty cyrkowe dla dzieci	4	7	2,9	57,14%
podrzuc	2	383	3,2	0,52%
kuglarstwo	2	224	10,6	0,89%
piłka zoska	2	215	4,8	0,93%
podrzuc	2	187	2,7	1,07%
sklep kuglarstwo	2	144	4,9	1,39%
kij ogniowy	2	97	12,5	2,06%
piłka do żonglowania	2	87	4	2,30%
maczugi do żonglowania	2	78	7,7	2,56%
pojki	2	73	4,2	2,74%
pojki ogniowe	2	55	2,5	3,64%

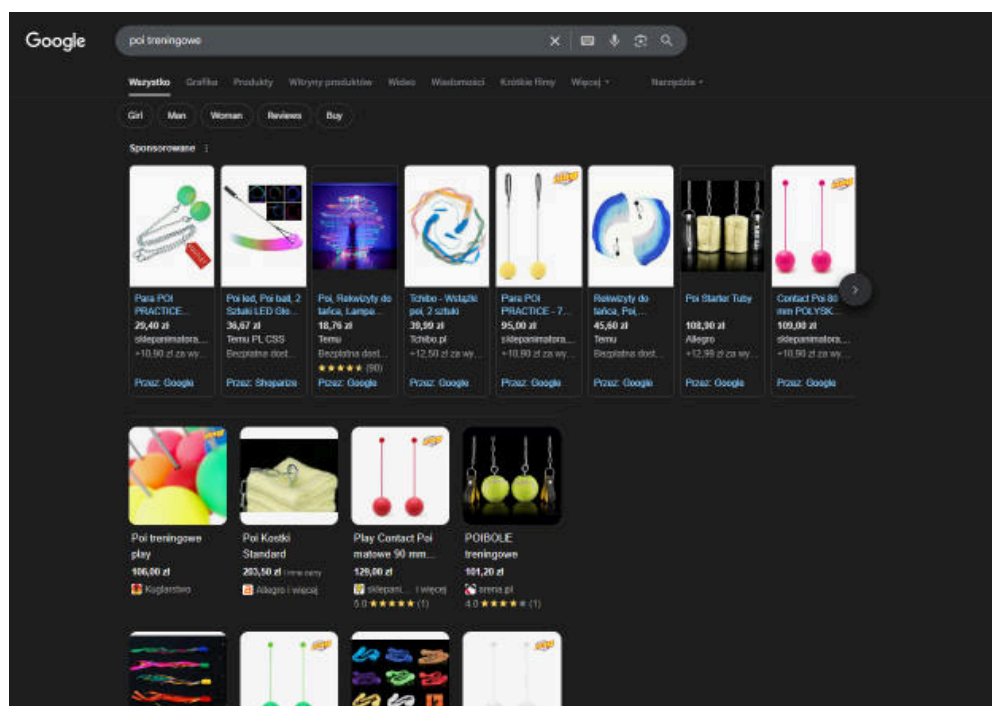
taniec z ogniem				
akcesoria	2	45	2,7	4,44%
poiki	2	30	2,3	6,67%
dragonstaff	2	22	5,2	9,09%
smoczy kij	2	19	6,2	10,53%
zośka do grania	2	10	18,4	20,00%
zoški	1	885	4,8	0,11%
kuglarstwo pl	1	242	8,5	0,41%
zoska pilka	1	182	4,9	0,55%
wasyl art	1	128	4	0,78%
spinning jesus	1	116	3,7	0,86%
taniec z ogniem				
nauka	1	68	7,8	1,47%
piłki do zonglerki	1	40	5,5	2,50%
fire show	1	33	15,1	3,03%
poi fireshow	1	30	2,7	3,33%
do żonglowania	1	25	6,6	4,00%
kulki do				
żonglowania	1	24	5,1	4,17%
quick staff kij	1	22	8,3	4,55%

Możemy też zauważyć że hasła których pozycja jest bliższa „1” dają większy poziom konwersji wyświetlenie » kliknięcie.

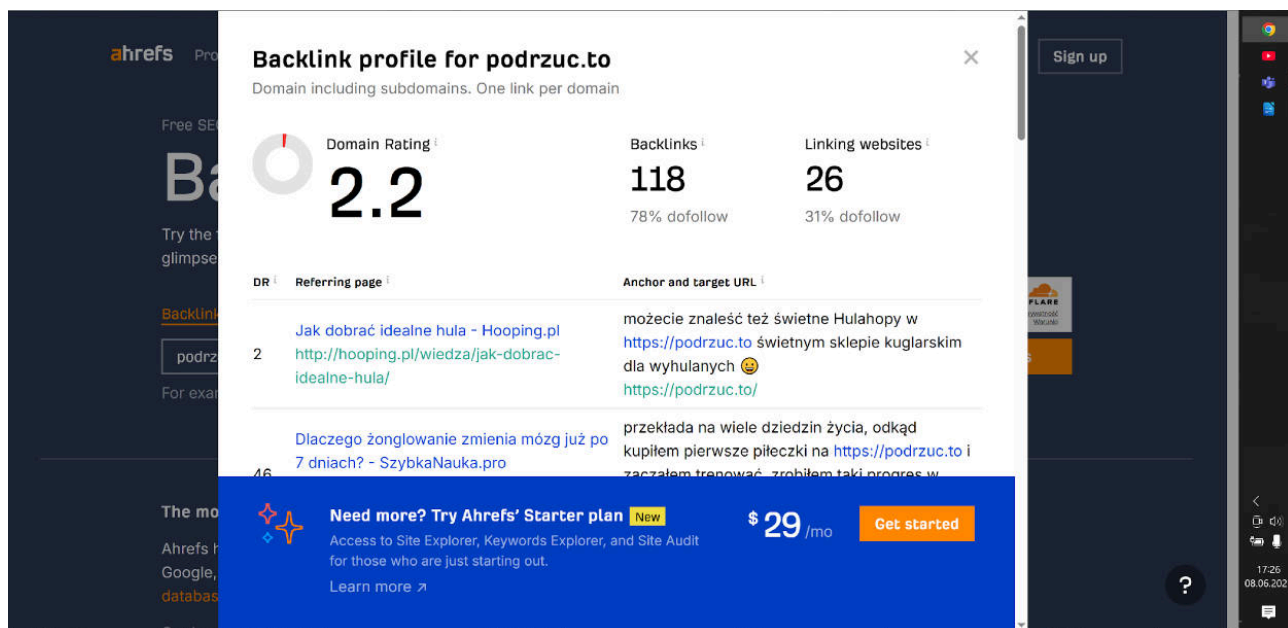
Zwiększenie pozycji wyświetlania dla istotnych haseł poprzez działania SEO powinny przełożyć się na poprawę pozyskania klientów zainteresowanych zakupem i tym samym na zwiększenie sprzedaży.

Godne uwagi jest też to że dla haseł zawierających bezpośrednie nazwy produktów konwersja jest mniejsza w związku z wyświetlaniem Google Merchant w wynikach wyszukiwania.

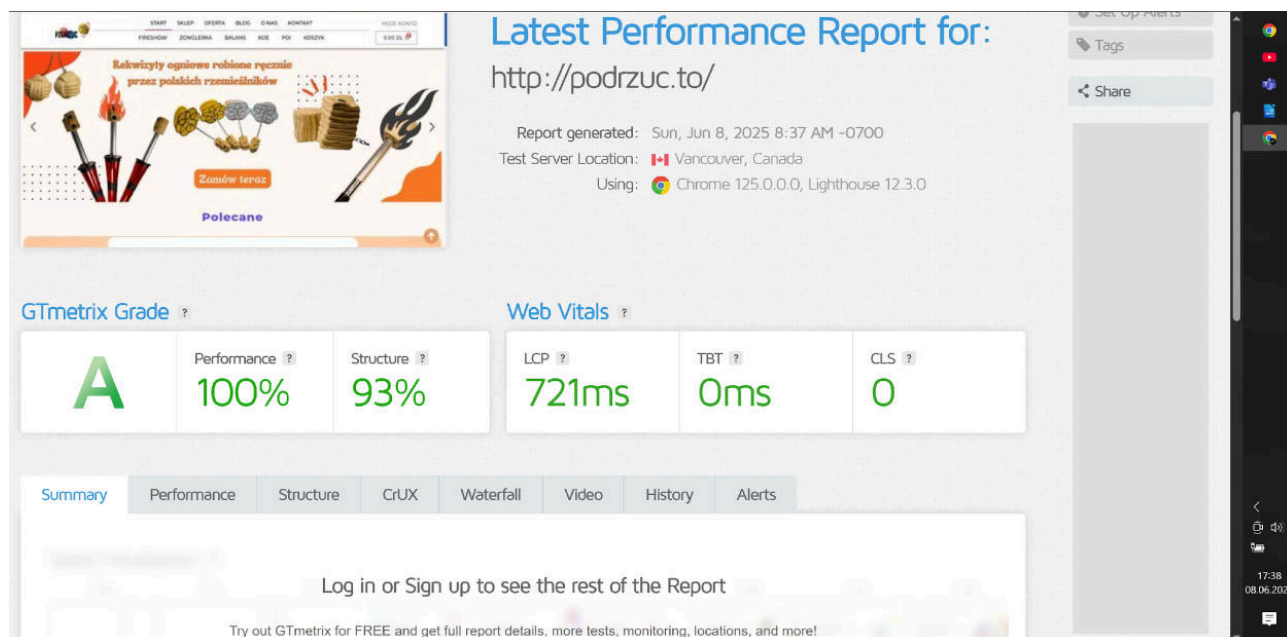
Sklep Podrzuc.to nie korzysta jeszcze z Google Merchant i traci na tym potencjalnych klientów na rzecz większych platform jak Allegro, Temu, Kuglarstwo, czy sklep animatora. Potencjalne szybkie korzyści firma odniesie wdrażając tą technologię pozyskania klienta.



Analiza linków zwrotnych wskazuje na niewielką ilość linków zwrotnych i niewielki Domain Rating. Zdecydowanie działania w tym zakresie mogą przynieść szybkie wymierne korzyści stosunkowo małym kosztem.



Analiza optymalizacji technicznej strony wskazuje że została już zoptymalizowana i dalsze działania w tym zakresie nie przyniosą rezultatów. Zwiększenie wartości strony może odbywać się tylko przez rozbudowę kontentu blogowego i zwiększenie ilości produktów.



The screenshot displays the XML-Sitemaps.com interface for the website podrzuc.to. The main content area features a 'What's next?' section with a prominent blue button labeled 'DOWNLOAD YOUR XML SITEMAP FILE'. Below this, instructions guide the user to upload the file to their website and then open Google Search console. To the right, a 'Sitemap Details' sidebar provides key statistics: Created on 8 June 2025, 15:42; Processing time 0:02:07s; Pages indexed 164 (crawled: 177); Pages size 28.62Mb; and Broken links 2. Below the statistics is a 'Sitemap Preview' table listing various URLs and their last modification dates and priorities.

URL	Last Mod	Priority
https://podrzuc.to/	2025-06-08T14:35:33+00:00	1.00
https://podrzuc.to/sklep/	2025-06-08T14:35:14+00:00	0.80
https://podrzuc.to/kategoria/tresnow/	2025-06-08T08:30:49+00:00	0.80
https://podrzuc.to/kategoria/zongorka/	2025-06-08T12:28:48+00:00	0.80
https://podrzuc.to/kategoria/balans/	2025-06-08T08:30:38+00:00	0.80
https://podrzuc.to/kategoria/xije/	2025-06-08T14:35:19+00:00	0.80
https://podrzuc.to/kategoria/pow/	2025-06-08T08:30:47+00:00	0.80
https://podrzuc.to/produkcja-i-rekondycja/	2025-06-08T09:28:09+00:00	0.80

Strona podrzuc.to posiada 164 aktywne podstrony, to dosyć typowa ilość podstron dla małego sklepu internetowego. Zdecydowanie dodanie nowych produktów i artykułów blogowych może zwiększyć rozmiar strony przekładając się na wyższą wartość w wyszukiwarce.

To z kolei powinno przełożyć się na wzrost potencjalnych klientów.

ANALIZA TECHNICZNA KONKURENCJI BEZPOŚREDNIEJ

do przeanalizowania wskaźników seo użyjemy darmowych i ogólnodostępnych narzędzi takich jak:

Ahrefs Backlink Checker, (linki zwrotne zwiększają Google Page Rank przekładając się na wzrost jakości strony w oczach przeglądarki a więc na jej pozycję w Googlu)

Gtmetrix (techniczna optymalizacja i szybkość ładowania strony jest informacją dla Google na temat jakości strony),

xml-sitemaps.com do zmierzenia ilości podstron witryny (im więcej podstron dana strona zawiera tym większą wartość ma dla wyszukiwarki w myśl zasady „większy więcej znaczy”)

Kuglarstwo.pl

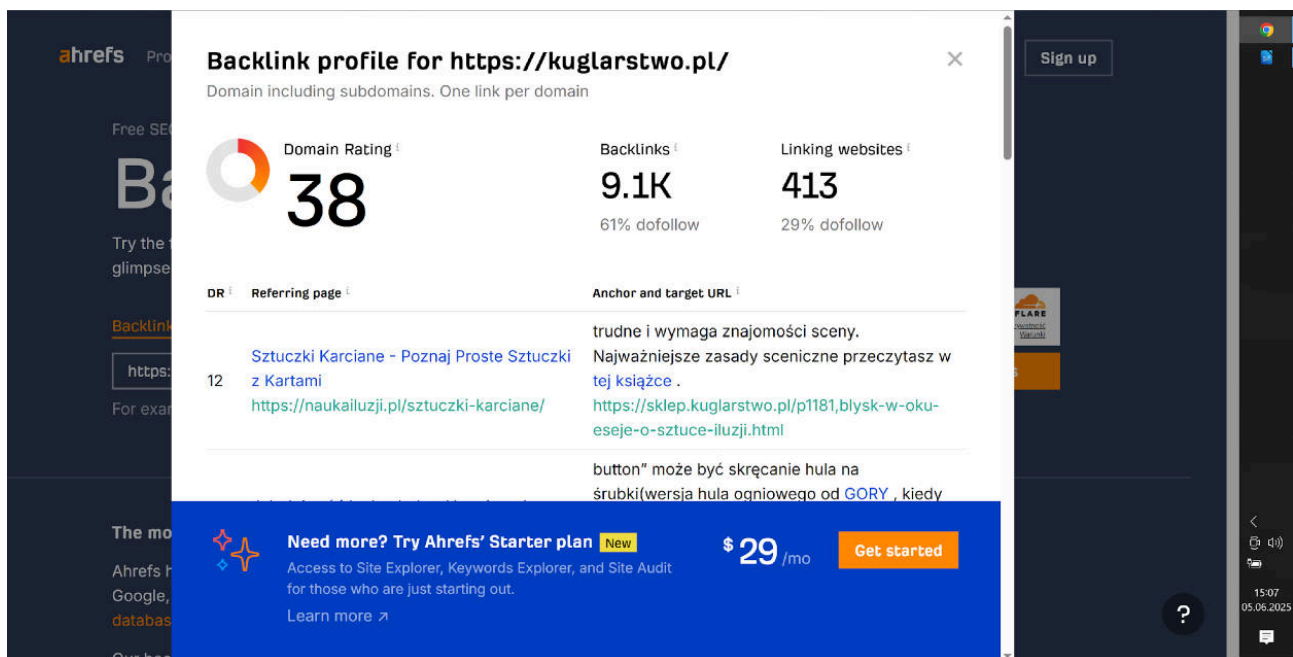
The screenshot displays the XML-Sitemaps.com interface for the website kuglarstwo.pl. The main section, titled 'Sitemap for kuglarstwo.pl', shows the starting URL as https://kuglarstwo.pl/ and the last update on June 5, 2025, at 12:29, covering 208 pages. A 'What's next?' section prompts the user to download the XML Sitemap file and upload it to their website's root folder, then to open Google Search console. The 'Sitemap Details' sidebar on the right provides further information: created on June 5, 2025, at 12:29, processing time of 0:11:44s, 208 pages indexed (crawled: 1001), a size of 56.52Mb, and 741 broken links. Below this is a preview of the website's homepage. The 'Sitemap Preview' table lists various URLs and their last modification dates. At the bottom, a 'Broken Links Detected' section is visible.

URL	Last Mod
https://kuglarstwo.pl/portal/k/wiadomosci/21	2025-06-05T12:29:16+00:00 0.64s
https://kuglarstwo.pl/skip/1823/roty-pylak-liko.html	2025-06-05T12:29:16+00:00 0.64s
https://kuglarstwo.pl/skip/1481/zena-ciegiego-magika-kup-online.html	2025-06-05T12:29:16+00:00 0.64s
https://kuglarstwo.pl/skip/1343/zniakajcy-iphone-the-case-sundeminds.html	2025-06-05T12:29:16+00:00 0.64s
https://kuglarstwo.pl/skip/1366/karty-cherry-casino-framonts.html	2025-06-05T12:29:16+00:00 0.64s
https://kuglarstwo.pl/skip/1335/karty-bicycle-sistem-walcy-stadkas.html	2025-06-05T12:29:16+00:00 0.64s
https://kuglarstwo.pl/skip/28/rusalka-pro-70-mm.html	2025-06-05T12:29:16+00:00 0.64s
https://kuglarstwo.pl/skip/335/pilka-g-force-odlajace-60mm.html	2025-06-05T12:29:16+00:00 0.64s
https://kuglarstwo.pl/skip/497/rusalka-standard-70-mm.html	2025-06-05T12:29:16+00:00 0.64s
https://kuglarstwo.pl/skip/334/miska-rusalka-6-71mm.html	2025-06-05T12:29:16+00:00 0.64s
https://kuglarstwo.pl/skip/6369/pilka-ico-70-mm.html	2025-06-05T12:29:16+00:00 0.64s

kuglarstwo posiada 208 aktywnych podstron,

741 nieaktywnych podstron

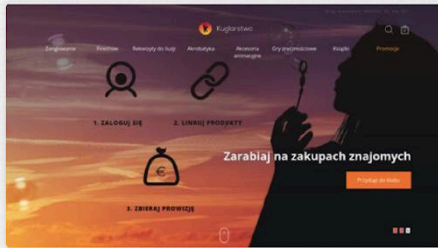
nieaktywne podstrony (broken links), świadczą o problemach ze zdrowiem witryny i mają negatywny wpływ na pozycjonowanie. Nie mniej duża ilość aktywnych stron ma przeważający pozytywny wpływ.



kuglarstwo posiada Domain Rating 38

9,1 tysięcy linków zwrotnych z 413 stron.

To jest bardzo przyzwoity rezultat, wskazujący na współpracę z jakąś agencją SEO. Konkurując z tą firmą o pozyskanie organiczne nowych klientów, dobrze byłoby przybliżyć się do takiego rezultatu.



Latest Performance Report for: <https://kuglarstwo.pl/>

Report generated: Thu, Jun 5, 2025 6:08 AM -0700
Test Server Location: Vancouver, Canada
Using: Chrome 117.0.0.0, Lighthouse 12.3.0

[Re-Test](#)[Compare](#)[Page Settings](#)[Monitor](#)[Set Up Alerts](#)[Tags](#)[Share](#)

GTmetrix Grade ?

BPerformance ?
78%Structure ?
85%

Web Vitals ?

LCP ?
2.0sTBT ?
27msCLS ?
0.02

Summary

Performance

Structure

CrUX

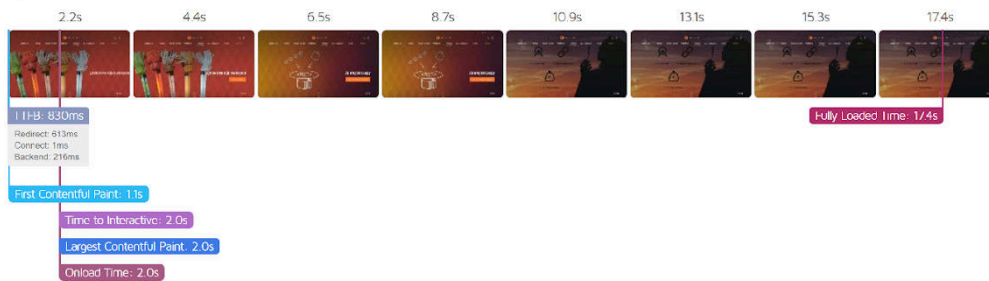
Waterfall

Video

History

Alerts

Speed Visualization ?



Top Issues

These audits are identified as the top issues impacting your performance.

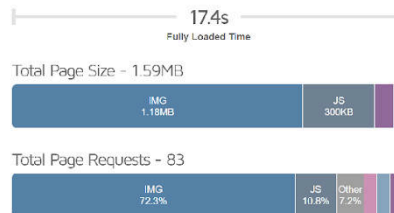
[All](#) [FCP](#) [LCP](#) [TBT](#) [CLS](#)

Med	Use a Content Delivery Network (CDN)	64 resources found	▼
Med-Low	Avoid multiple page redirects	Potential savings of 612ms	▼
Med-Low	Use explicit width and height on image elements	17 images found	▼
Med-Low	Serve static assets with an efficient cache policy	Potential savings of 130KB	▼
Med-Low	Avoid CSS @import	1 resource found	▼

Improving these audits seen here can help as a starting point for overall performance gains.
[See all Structure audits.](#)

Page Details ?

Pages with smaller total sizes and fewer requests tend to load faster.



Look into reducing JavaScript, reducing web-fonts, and image optimization to ensure a lightweight and streamlined website.

More from GTmetrix

Additional tips and suggestions based on your page analysis.

Use a Content Delivery Network

Learn why and potential solutions.
[Read the guide](#)

Consider monitoring this page

Learn why performance monitoring is important. [Read the guide](#)

Need optimization guides and advice?

Check out the GTmetrix blog for tips and how-to's! [Read the guide](#)



Need help with optimization?
Find a developer with our partner Fiverr to optimize your performance

Discover more Insights with GTmetrix PRO

Analyze more pages, test on mobile devices, check performance in Premium Test Locations, monitor hourly and much more

[Get PRO insights now](#)[Read our blog for more performance tips and advice.](#)

Product

[Explore GTmetrix](#)
[What you get for FREE](#)
[Why Go GTmetrix PRO](#)
[Test Server Locations](#)
[GTmetrix REST API](#)

Pricing

[Plans](#)
[Custom Plan Creator](#)

Resources

[View Resources](#)
[Metrics & Audits](#)
[FAQ](#)
[Using GTmetrix](#)

Blog

[Changelog](#)
[Case Studies](#)
[How-to Guides](#)
[Optimization Explained](#)

GTmetrix

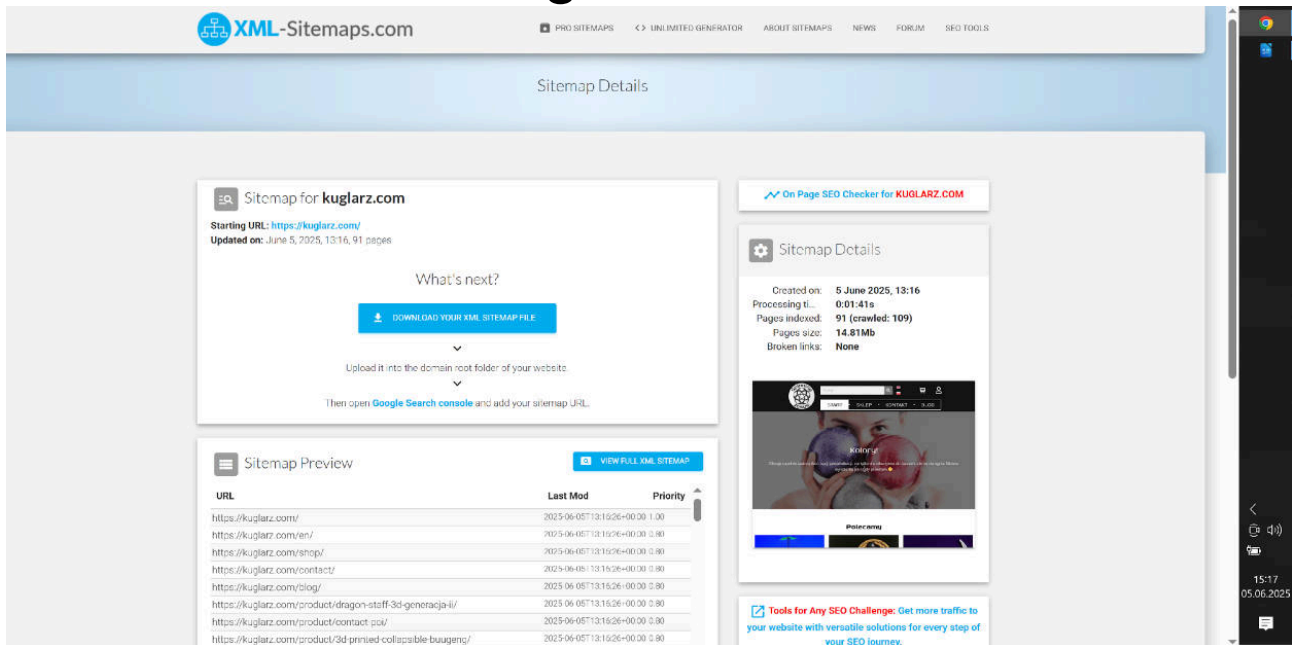
GTmetrix was created for website owners to easily test the performance of their webpages. [Learn more about us](#) or [check out Careers](#).

Got Questions? [Contact Us](#).



kuglarstwo posiada dość dobrze zoptymalizowaną wydajność strony, szybki czas ładowania i rozmiar 1,5MB co oznacza ogólną dość dobrą optymalizację techniczną.

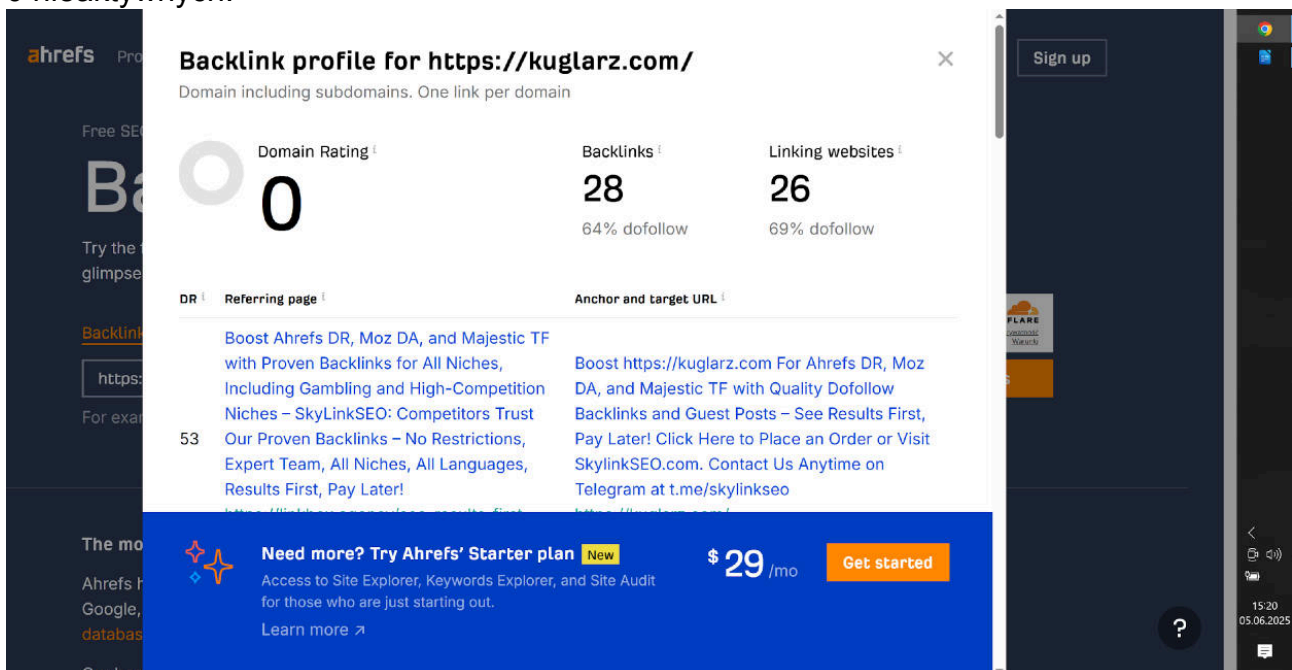
kuglarz.com



The screenshot shows the 'Sitemap Details' page for kuglarz.com on XML-Sitemaps.com. The page provides information about the sitemap's creation and processing. A table lists the URLs included in the sitemap, their last modification dates, and their priorities.

URL	Last Mod	Priority
https://kuglarz.com/	2025-06-05T13:16:26+00:00	1.00
https://kuglarz.com/en/	2025-06-05T13:16:26+00:00	0.80
https://kuglarz.com/shop/	2025-06-05T13:16:26+00:00	0.80
https://kuglarz.com/contact/	2025-06-05T13:16:26+00:00	0.80
https://kuglarz.com/blog/	2025-06-05T13:16:26+00:00	0.80
https://kuglarz.com/product/dragon-staff-3d-generacja-ii/	2025-06-05T13:16:26+00:00	0.80
https://kuglarz.com/product/contact-pok/	2025-06-05T13:16:26+00:00	0.80
https://kuglarz.com/product/3d-printed-collapsible-baugeng/	2025-06-05T13:16:26+00:00	0.80

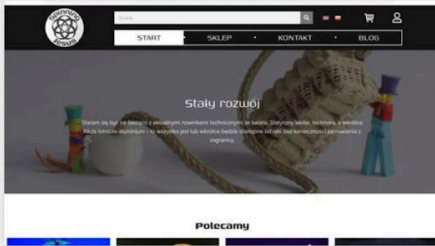
Kuglarz ma zdecydowanie mniej podstron ale wciąż całkiem dużo, 91 aktywnych podstron, 0 nieaktywnych.



The screenshot shows the 'Backlink profile for https://kuglarz.com/' on Ahrefs. It displays a Domain Rating of 0, 28 backlinks (64% dofollow), and 26 linking websites (69% dofollow). A table lists the referring pages and their anchor text. A promotional banner for Ahrefs' Starter plan is visible at the bottom.

DR	Referring page	Anchor and target URL
53	Boost Ahrefs DR, Moz DA, and Majestic TF with Proven Backlinks for All Niches, Including Gambling and High-Competition Niches – SkyLinkSEO: Competitors Trust Our Proven Backlinks – No Restrictions, Expert Team, All Niches, All Languages, Results First, Pay Later!	Boost https://kuglarz.com For Ahrefs DR, Moz DA, and Majestic TF with Quality Dofollow Backlinks and Guest Posts – See Results First, Pay Later! Click Here to Place an Order or Visit SkylinkSEO.com. Contact Us Anytime on Telegram at t.me/skylinkseo

Kuglarz nie posiada Domain Rating i bardzo mało linków zwrotnych, wszystkie wyświetlane przez Ahrefs to linki które stanowią reklamę dla pozycjonerów, opublikowane przez agencje SEO, żeby zainwestowali w zakup linków zwrotnych korzystając z ich agencji. Google ignoruje takie linki nie traktując ich jako dodatkową wartość.



Latest Performance Report for:

<https://kuglarz.com/>

Report generated: Thu, Jun 5, 2025 6:15 AM -0700

Test Server Location: 🇨🇦 Vancouver, Canada

Using: 🌐 Chrome 125.0.0.0, Lighthouse 12.3.0

🔄 Re-Test

📊 Compare

⚙️ Page Settings

📺 Monitor

🔔 Set Up Alerts

🏷️ Tags

🔗 Share

GTmetrix Grade ?

D

Performance ?

61%

Structure ?

77%

Web Vitals ?

LCP ?

4.5s

TBT ?

25ms

CLS ?

0

Summary

Performance

Structure

CrUX

Waterfall

Video

History

Alerts

Speed Visualization ?



Top Issues

These audits are identified as the top issues impacting your performance.

All

FCP

LCP

TBT

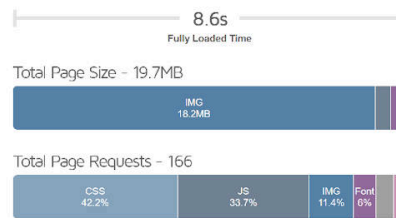
CLS

High	Avoid enormous network payloads LCP	Total size was 19.7MB	▼
High	Reduce initial server response time FCP LCP	Root document took 802ms	▼
Med	Use a Content Delivery Network (CDN)	134 resources found	▼
Med-Low	Use explicit width and height on image elements CLS	1 image found	▼
Med-Low	Serve static assets with an efficient cache policy	Potential savings of 1.90MB	▼

Improving these audits seen here can help as a starting point for overall performance gains.
[See all Structure audits.](#)

Page Details ?

Pages with smaller total sizes and fewer requests tend to load faster.



Look into reducing JavaScript, reducing web-fonts, and image optimization to ensure a lightweight and streamlined website.

More from GTmetrix

Additional tips and suggestions based on your page analysis.

Looks like you're running WordPress

Have a look at our WP optimization tips. [Read the guide](#)

Use a Content Delivery Network

Learn why and potential solutions. [Read the guide](#)

Consider monitoring this page

Learn why performance monitoring is important. [Read the guide](#)

Need optimization guides and advice?

Check out the GTmetrix blog for tips and how-tos! [Read the guide](#)

Reduce your image file sizes automatically
Compress and optimize your entire WP Media Library with ImagifyNeed help with optimization?
Find a developer with our partner Fiverr to optimize your performance

Discover more insights with GTmetrix PRO

Analyze more pages, test on mobile devices, check performance in Premium Test Locations, monitor hourly and much more

Get PRO insights now

[Read our blog for more performance tips and advice.](#)

Monitor this page on an hourly basis

Get fine grain performance tracking on this page with hourly monitoring on a GTmetrix PRO plan!

Upgrade Plan

Product

[Explore GTmetrix](#)[What you get for FREE](#)[Why Go GTmetrix PRO](#)[Test Server Locations](#)[GTmetrix REST API](#)

Pricing

[Plans](#)[Custom Plan Creator](#)

Resources

[View Resources](#)[Metrics & Audits](#)[FAQ](#)[Using GTmetrix](#)

Blog

[Changelog](#)[Case Studies](#)[How to Guides](#)[Optimization Explained](#)

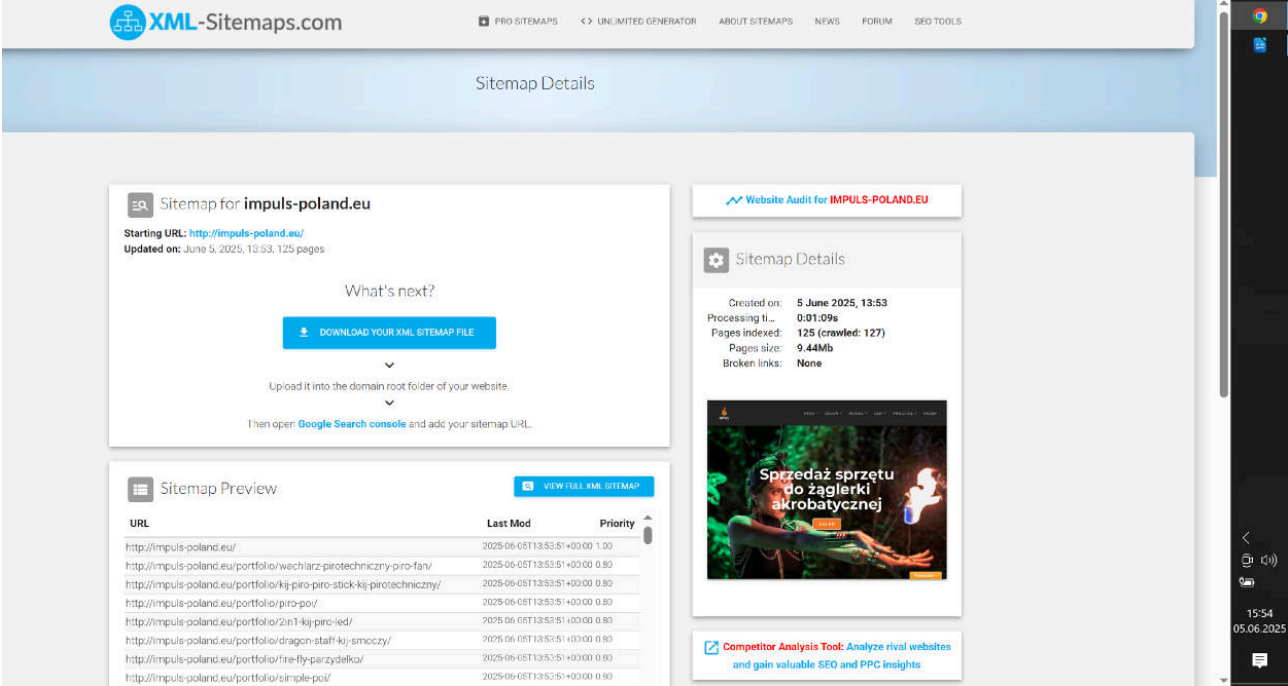
GTmetrix

GTmetrix was created for website owners to easily test the performance of their webpages. [Learn more about us](#) or [check out Careers](#).Got Questions? [Contact us](#).

Kuglarz ma bardzo niski rezultat w raporcie optymalizacji technicznej seo na GTmetrix, widać na nim że strona wczytuje się powoli, rozmiar strony to aż 19MB co znaczy że nie została zoptymalizowana. Google będzie ją wyświetlać niżej w wynikach wyszukiwania.

Sądząc po danych analizy technicznej firma jest jeszcze młoda i nie inwestowała jeszcze w specjalistę SEO, raczej bazuje na renomie i marketingu szeptanym lub płatnej reklamie żeby zoskiwać nowych klientów.

impuls-poland.eu



The screenshot shows the XML-Sitemaps.com interface for the website impuls-poland.eu. The main section, 'Sitemap Details', provides the following information:

- Starting URL:** <http://impuls-poland.eu/>
- Updated on:** June 5, 2025, 13:53, 125 pages
- What's next?** A button to 'DOWNLOAD YOUR XML SITEMAP FILE' is shown, followed by instructions to upload it to the domain root folder and then open Google Search console.
- Sitemap Details:**
 - Created on: 5 June 2025, 13:53
 - Processing time: 0:01:09s
 - Pages indexed: 125 (crawled: 127)
 - Pages size: 9.44Mb
 - Broken links: None
- Sitemap Preview:** A table listing the URLs and their last modification dates and priorities.
- Website Audit for IMPULS-POLAND.EU:** A link to a website audit tool.
- Competitor Analysis Tool:** A link to analyze rival websites and gain valuable SEO and PPC insights.

URL	Last Mod	Priority
http://impuls-poland.eu/	2025-06-05T13:53:51+00:00	1.00
http://impuls-poland.eu/portfolio/wieczni-pro-fan/	2025-06-05T13:53:51+00:00	0.80
http://impuls-poland.eu/portfolio/kij-piro-stok-kij-pirotechniczny/	2025-06-05T13:53:51+00:00	0.80
http://impuls-poland.eu/portfolio/piro-po/	2025-06-05T13:53:51+00:00	0.80
http://impuls-poland.eu/portfolio/2in1-kij-piro-led/	2025-06-05T13:53:51+00:00	0.80
http://impuls-poland.eu/portfolio/dragon-staff-kij-smoczy/	2025-06-05T13:53:51+00:00	0.80
http://impuls-poland.eu/portfolio/re-fly-parzydelko/	2025-06-05T13:53:51+00:00	0.80
http://impuls-poland.eu/portfolio/simple-poli/	2025-06-05T13:53:51+00:00	0.80

Strona posiada 125 podstron, to całkiem przyzwoity rozmiar jak na mały sklep internetowy

Backlink profile for http://impuls-poland.eu/
Domain including subdomains. One link per domain

Domain Rating 0

Backlinks 42
60% dofollow

Linking websites 39
59% dofollow

DR	Referring page	Anchor and target URL
87	Make Google Work for You ExLinko.com Leading the Way https://exlinko.org/g/eqqqg-rank-website-in-3-weeks/	Rank drops? Say goodbye for impuls-poland.eu – hello ExLinko.com. https://impuls-poland.eu/
81	Effective SEO Iterations to Ensure Maximum Visibility: iTxoft https://top.itxoft.com/avoiding-seo-	Thanks impuls-poland.eu! Expect nothing but world-class solutions at every turn.

Need more? Try Ahrefs' Starter plan New **\$29 /mo** [Get started](#)

Access to Site Explorer, Keywords Explorer, and Site Audit for those who are just starting out.
[Learn more](#)

strona posiada 42 linki zwrotne z innych stron, pojawiają się tu głównie darmowe katalogi firmowe jak na przykład mapa.targeo, wciąż Domain Rating jest zerowy, lepiej niż kuglarz, natomiast gorzej niż kuglarstwo.

GTmetrix Features Pricing Resources Blog Hey Wiktor

Latest Performance Report for:
http://impuls-poland.eu/

Report generated: Thu, Jun 5, 2025 5:53 AM -0700
Test Server Location: Vancouver, Canada
Using: Chrome 125.0.0.0, Lighthouse 12.3.0

GTmetrix Grade **D**

Web Vitals

Performance	Structure	LCP	TBT	CLS
66%	71%	2.8s	0ms	0

Summary Performance Structure CrUX Waterfall Video History Alerts

Speed Visualization

0.5s 1.1s 1.6s 2.1s 2.6s 3.2s 3.7s 4.2s

Top Issues

These audits are identified as the top issues impacting your performance.

Severity	Audit	Potential savings
High	Eliminate render-blocking resources (FID, LCP)	Potential savings of 1.1s
Med	Use a Content Delivery Network (CDN) (LCP)	98 resources found
Med	Enable text compression (FID)	Potential savings of 1.21MB
Med-Low	Avoid chaining critical requests (FID, LCP)	59 chains found
Med-Low	Use explicit width and height on image elements (CLS)	1 image found

Improving these audits soon here can help as a starting point for overall performance gains.
[See all Structure audits](#)

Page Details

Pages with smaller total sizes and fewer requests tend to load faster.

4.2s Fully Loaded Time

Total Page Size - 2.91MB

JS	CSS	JS	Font
411KB	519KB	750KB	414KB

Total Page Requests - 95

JS	CSS	JS	Font
40%	27.3%	40%	12.7%

Look into reducing JavaScript, reducing web-fonts, and image optimization to ensure a lightweight and streamlined website.

More from GTmetrix

Additional tips and suggestions based on your page analysis.

- Looks like you're running WordPress**
Have a look at our WP optimization tips. [Read the guide](#)
- Use a Content Delivery Network**
Learn why and potential solutions. [Read the guide](#)
- Consider monitoring this page**
Learn why performance monitoring is important. [Read the guide](#)
- Need optimization guides and advice?**
Check out the GTmetrix blog for tips and how-to's! [Read the guide](#)

Your WordPress Performance could be improved
Optimize your WordPress performance with WP Rocket

Need help with optimization?
Find a developer with our partner Fiverr to optimize your performance

Discover more insights with GTmetrix PRO
Analyze more pages, test on mobile devices, check performance in Premium Test Locations, monitor hourly and much more

[Get PRO insights now](#)

[Read our blog for more performance tips and advice](#)

Product
Explore GTmetrix
What you get for FREE
Why use GTmetrix PRO?
Test Server Locations
GTmetrix REST API

Pricing
Extra
Custom Plan Creator

Resources
View Resources
Articles & Audio
FAQ
Using GTmetrix

Blog
Case Studies
How-to Guides
Optimization Examples

GTmetrix
GTmetrix was created for website owners to easily test the performance of their webpages. [Learn more about us or check out our Cases](#)

[Get Questions?](#) [Contact us](#)

[X](#) [f](#) [in](#)

© 2025 GTmetrix. All rights reserved. [Terms of Service](#) | [Privacy](#) | [Legal](#)

Impuls poland ma niski rezultat na Gtmetrix wskazujący na brak optymalizacji technicznej. Będzie jej ciężko bazować na pozyskaniu klienta przez wyniki organiczne, również będzie musiała pozyskiwać klientów przez płatną reklamę i marketing szeptany.

<https://www.gimnastyka-artystyczna.com/>

strona jest już mniej bezpośrednio związana z kuglarstwem niż poprzednie, wciąż jednak znaczna część asortymentu pokrywa się z poprzednimi firmami, takie jak na przykład piłki i maczugi, jednak również znaczna część asortymentu koncentruje się na produktach cyrkowych i akrobatycznych jak obręcze akrobatyczne.

The screenshot shows the 'Sitemap Details' page for the website www.gimnastyka-artystyczna.com. The page provides the following information:

- Sitemap for www.gimnastyka-artystyczna.com**
- Starting URL: <https://www.gimnastyka-artystyczna.com/>
- Updated on: June 5, 2025, 14:05, 335 pages
- Buttons: [Download your XML Sitemap file](#), [View full XML Sitemap](#)
- Instructions: Upload it into the domain root folder of your website. Then open [Google Search console](#) and add your sitemap URL.
- Sitemap Details:**
 - Created on: 5 June 2025, 14:05
 - Processing time: 0:00:12s
 - Pages indexed: 335 (crawled: 342)
 - Pages size: 6.77Mb
 - Broken links: 7
- Sitemap Preview:** A table listing URLs, last modification dates, and priorities.
- Competitor Analysis Tool:** A link to analyze rival websites and gain valuable SEO and PPC insights.

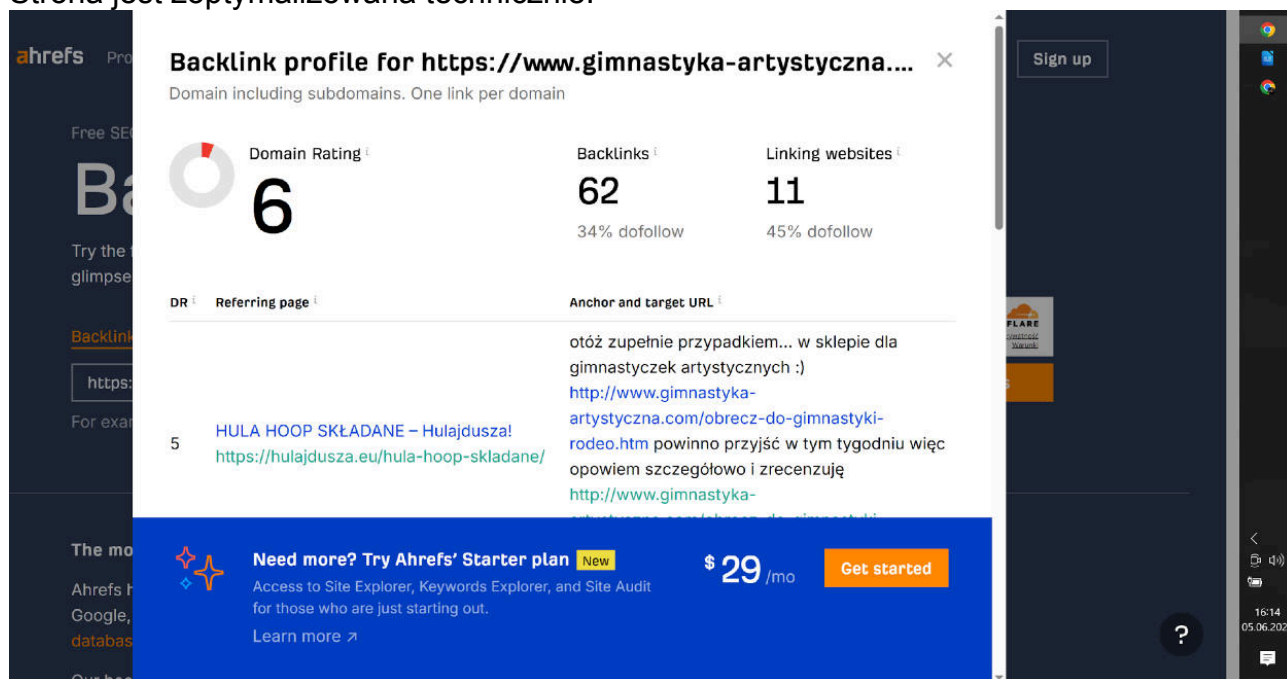
URL	Last Mod	Priority
https://www.gimnastyka-artystyczna.com/	2025-06-05T14:05:05+00:00	1.00
https://www.gimnastyka-artystyczna.com/o-firmie.htm	2025-06-05T14:05:05+00:00	0.90
https://www.gimnastyka-artystyczna.com/gsk-kupowac.htm	2025-06-05T14:05:05+00:00	0.90
https://www.gimnastyka-artystyczna.com/kontakt.htm	2025-06-05T14:05:05+00:00	0.90
https://www.gimnastyka-artystyczna.com/obrecze-do-gimnastyki.htm	2025-06-05T14:05:05+00:00	0.90
https://www.gimnastyka-artystyczna.com/piiki-do-gimnastyki.htm	2025-06-05T14:05:05+00:00	0.90
https://www.gimnastyka-artystyczna.com/wstazki-kijki-do-gimnastyki.htm	2025-06-05T14:05:05+00:00	0.90
https://www.gimnastyka-artystyczna.com/skakanki-do-gimnastyki.htm	2025-06-05T14:05:05+00:00	0.90

strona posiada 335 podstron, jest zdecydowanie większa niż kuglarz, impuls czy kuglarstwo (obecnie, kuglarstwo miało kiedyś więcej ale są nieaktywne).

The screenshot shows the 'Latest Performance Report' for the website https://www.gimnastyka-artystyczna.com. The report includes the following information:

- Uncover full report details with a FREE GTmetrix account**
- Get full report details and more testing capacity with a FREE GTmetrix account.
- Buttons: [Log in](#), [Create a FREE account](#)
- Latest Performance Report for:** https://www.gimnastyka-artystyczna.com
- Report generated: Thu, Jun 5, 2025 7:05 AM -0700
- Test Server Location: [Vancouver, Canada](#)
- Using: [Chrome 125.0.0.0](#), [Lighthouse 12.3.0](#)
- GTmetrix Grade:** **A**
- Performance:** **96%**
- Structure:** **90%**
- Web Vitals:**
 - LCP:** **1.1s**
 - TBT:** **0ms**
 - CLS:** **0**
- Buttons: [Re-Test](#), [Compare](#), [Page Settings](#), [Monitor](#), [Set Up Alerts](#), [Tags](#), [Share](#)

Strona jest zoptymalizowana technicznie.



Strona posiada niewielką ilość linków zwrotnych i niewielki ale obecny Domain Rating.

Wnioski analizy SEO

Rynek konkurencji w branży kuglarskiej jest mały i strony pozycjonują się dobrze pomimo niedużej uwagi przykładanej przez firmy do marketingu i pozycjonowania. Widać tutaj spory kontrast między kuglarstwo.pl a całą resztą, widać że dysponowali budżetem i długoterminową, konsekwentnie realizowaną strategią SEO oraz widać że na przestrzeni czasu przeszli długą drogę i dokonali w swojej historii parę zwrotów (widoczne po broken backlinkach)

Szybka analiza konsumenta pokazuje również rezultat w postaci dużej ilości kupujących znacznie odbiegająca od reszty firm.

Analiza konsumenta wskazuje też na częste problemy z jakością produktów i niesatysfakcjonujący rozstrzał między jakością a ceną. Znaczy to że pomimo niższego zaufania doświadczonych klientów, firma kuglarstwo nie ma problemu z pozyskaniem nowych, niedoświadczonych klientów z wyszukiwarki i innych kanałów organicznych. Firma Podrzuć.to jako druga na rynku, cieszy się dobrą opinią konsumenta, jest doceniana jakość i unikatowość produktów, natomiast nie jest w stanie pozyskać sporej części rynku pomimo pozytywnych opinii wśród doświadczonych klientów.

Zdecydowanie poprawienie pozyskania nowego klienta bez wyrobionej opinii o rynku powinno przełożyć się na wzrost rentowności w długoterminowej perspektywie. Myślę że pozyskanie tych klientów jest możliwe do osiągnięcia przez optymalizację oferty firmy oraz zawartości dodatkowej w postaci content marketingu który zapewniłby wsparcie w pierwszych krokach w kuglarskim świecie oraz pozwolił zbudować klientom relację z marką i zaufanie do firmy jako lidera kompetencji i jakości.

Dodatkowo dobrym kierunkiem jest zbudowanie większej bazy linków SEO tak żeby zbliżyć się do rezultatów monopolisty rynku, pozwoli to stworzyć zaplecze do pozyskania klientów przez kliknięcia w linki, oraz przez wyświetlanie wyżej w pozycji google

pozyskując więcej uwagi potencjalnego klienta i zapewnienie odpowiedzi na jego potrzeby jako pierwszy.

Dodatkowo zmniejsza to też szansę na porównywanie ofert i konkutowanie ceną, jako że część klientów dokonuje impulsywnego zakupu pierwszej oferty odpowiadającej ich potrzebom, jeszcze inna część jeżeli zobaczy sklep podzruc.to jako pierwszą ofertę, będzie porównywać inne oferty z internetu do tej oferowanej przez ten sklep jako pierwszy (efekt zakotwiczenia) i ostatecznie nawet po porównaniu z innymi sklepami może powrócić do pierwszej oferty celem dokonania zakupu.

DZIAŁANIA SEO

POZYSKANIE LINKÓW

Na potrzeby zwiększenia pozycji strony Podzruc.to w wyszukiwarce postanowiłem podjąć działania budowania bazy linków seo przez mix działań:

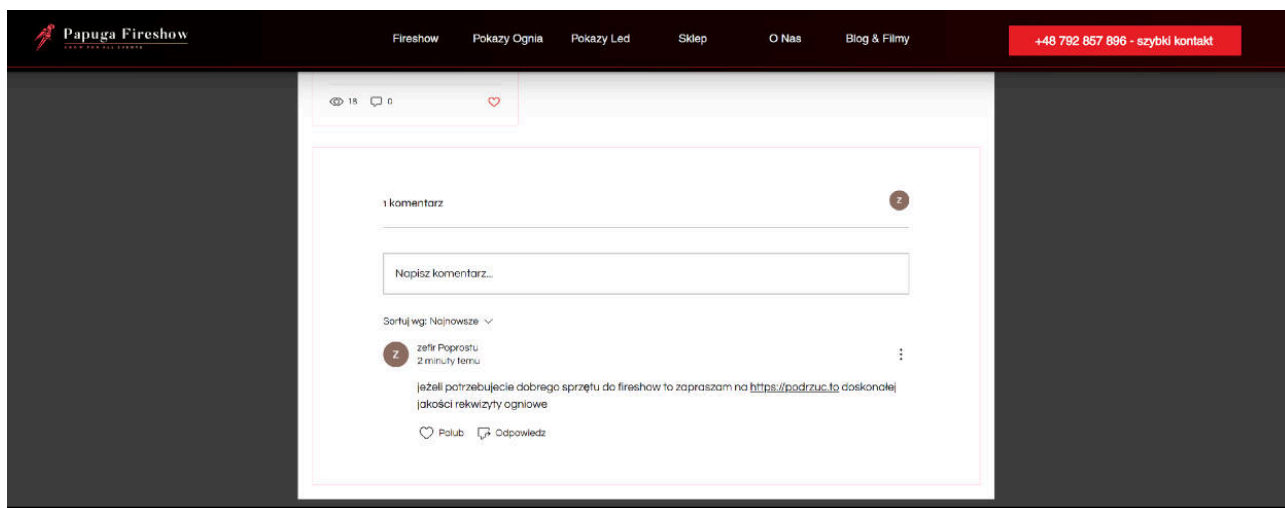
Pozyskanie linków w miejscach naturalnie związanych z potencjalnym klientem, strony o cyrku i kuglarstwie.

NATURALNE LINKI

linki tworzone albo jako artykuły sponsorowane w realnie czytanych mediach albo jako komentarze pod postami powiązаныmi tematycznie z zagadnieniem strony. Produkują wartość dla klienta i mają realną szansę dotarcia do kogoś zainteresowanego kliknięciem w link i skorzystaniem z oferty. Droższe i trudniejsze w pozyskaniu.

Na potrzeby tego projektu skupiłem się na pozyskaniu nieco łatwiejszych i tańszych linków w komentarzach pod stronami wyszukiwanymi w google pod hasłami "cyrk blog komentarz" i "kuglarstwo blog komentarz" jako że hasła cyrk i kuglarstwo odnoszą się do niszy a dopisek "blog" i "komentarz" ułatwiają znalezienie stron na których łatwo jest dodawać komentarze z linkiem.

Strony które po wklejeniu komentarza wymagają moderacji przez administratora strony pominąłem w zestawieniu poniżej jako że najczęściej są pomijane przez administratorów i nie publikowane. Zamieszczam w zestawieniu te które zostały zatwierdzone automatycznie.



Przykładowy komentarz pod postem na blogu firmy zajmującej się fireshow linkujący do sklepu podruc.to

<https://www.portalcyrkowy.com/post/cyrk-wictoria-otworzy%C5%82-sw%C3%B3j-sklep-internetowy-zni%C5%BCki-dla-naszych-czytelnik%C3%B3w>

<https://zonglowanie-rozwoj-osobisty.blogspot.com/2014/10/juggling-inspiration-nauka-zonglowania.html?sc=1751389441532#c1972768348398873070>

<https://zonglowanie-rozwoj-osobisty.blogspot.com/2014/09/artyku-cyrkowe-sztuczki-newsw eek-polska.html>

<https://www.papugafireshow.com/post/pokazpiro-pokazognia-alternatywadlafajerwerk%C3%B3w>

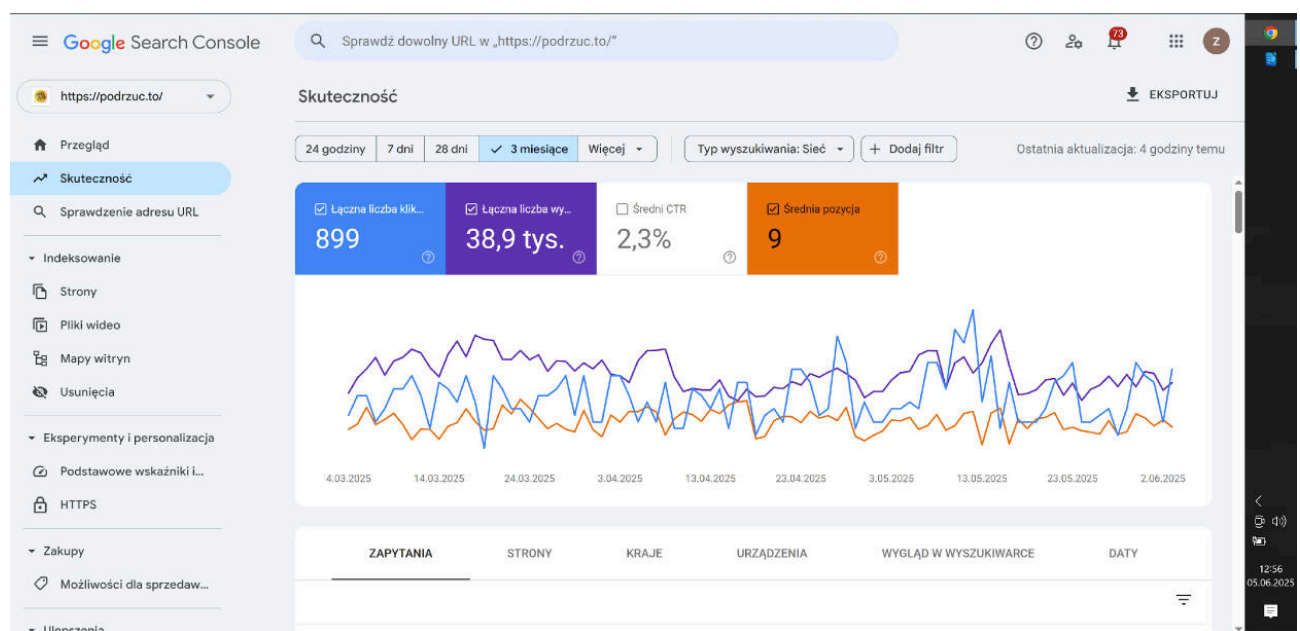
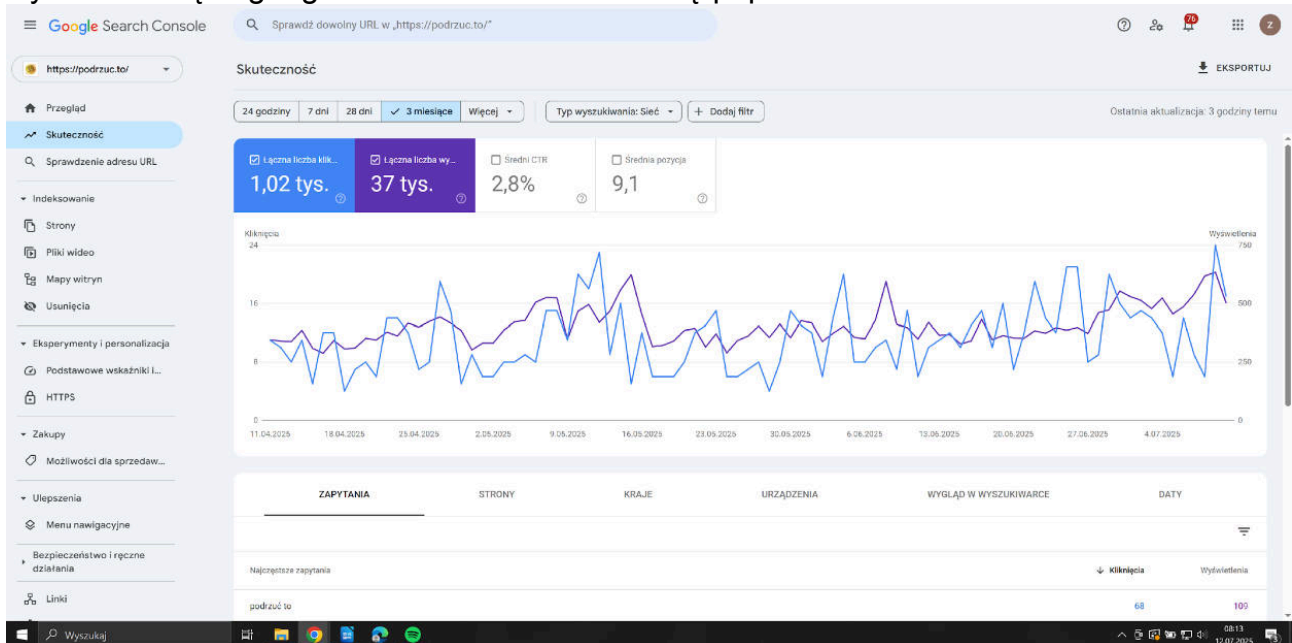
<https://www.salon24.pl/u/rozanystok/notka-komentarze/600166,fireshow-2014>

<https://www.salon24.pl/u/rozanystok/notka-komentarze/519891,fireshow>

<https://www.salon24.pl/u/zetjot/notka-komentarze/1426707,cyrk-w-salonie-salon-w-cyrku>

<https://www.blog.tarantoga.pl/?p=2091>

Natomiast analiza ruchu i pozycji dla kluczowych haseł oraz ilość haseł pod którymi strona wyświetliła się w google search console nieco się poprawiła.



Zauważalne w porównaniu porównywalnych zakresów 3 ostatnich miesięcy jest: Wzrost liczby kliknięć w stronę przez klientów, z średnio 900 do 1020, nieznaczny spadek średniej liczby wyświetleń z 38,9 do 37 tysięcy, ale za to jest zauważalna nieznaczna pozytywna poprawa klikalności haseł, wzrost click through rate z 2,3 do 2,8%

spadek średniej pozycji jest związany z wzrostem ogólnej liczby haseł dla których strona w ogóle pojawiała się w wynikach wyszukiwania, z 488 do 524 czyli nowe 36 haseł wyszukiwania.

Google Search Console

Sprawdź dowolny URL w „https://podrzuc.to/”

https://podrzuc.to/

Przegląd

Skuteczność

Sprawdzenie adresu URL

Indeksowanie

Strony

Pliki wideo

Mapy witryn

Usunięcia

Eksperymenty i personalizacja

Podstawowe wskaźniki i...

HTTPS

Zakupy

Możliwości dla sprzedaw...

Ulepszenia

Menu nawigacyjne

Bezpieczeństwo i ręczne działania

Linki

Skuteczność

24 godziny 7 dni 28 dni 3 miesiące Więcej

Typ wyszukiwania: Sieć

+ Dodaj filtr

Ostatnia aktualizacja: 3 godziny temu

Najczęstsze zapytania	Kliknięcia	Wyświetlenia	CTR	Pozycja
podrzuc to	68	109	62,4%	1,0
piłki do żonglowania	37	794	4,7%	5,1
poi treningowe	25	247	10,1%	1,9
piłeczki do żonglowania	21	897	2,3%	5,8
sklep kuglarski	21	163	12,9%	2,5
sklep cyrkowy	21	55	38,2%	1,4
buugeng	20	161	12,4%	3,2
zośka piłka	19	1 852	1%	7,7
podrzuc to	18	23	78,3%	1,0
warsztaty cyrkowe	11	64	17,2%	2,2

Liczba wierszy na stronę: 10 1-10 z 524

nowe rezultaty pozycji wyszukiwania dla haseł

Skuteczność

EKSPORTUJ

24 godziny 7 dni 28 dni 3 miesiące Więcej

Typ wyszukiwania: Sieć

+ Dodaj filtr

Ostatnia aktualizacja: 4 godziny temu

ZAPYTANIA	STRONY	KRAJE	URZĄDZENIA	WYGLĄD W WYSZUKIWARCE	DATY
Najczęstsze zapytania				Kliknięcia	Wyświetlenia
podrzuc to				69	95
poi treningowe				30	228
piłki do żonglowania				27	782
sklep cyrkowy				24	60
zośka piłka				22	1 803
piłeczki do żonglowania				16	936
sklep kuglarski				12	129
buugeng				11	154
danball				10	187
warsztaty cyrkowe				10	63

Liczba wierszy na stronę: 10 1-10 z 488

stare rezultaty pozycji wyszukiwania dla haseł

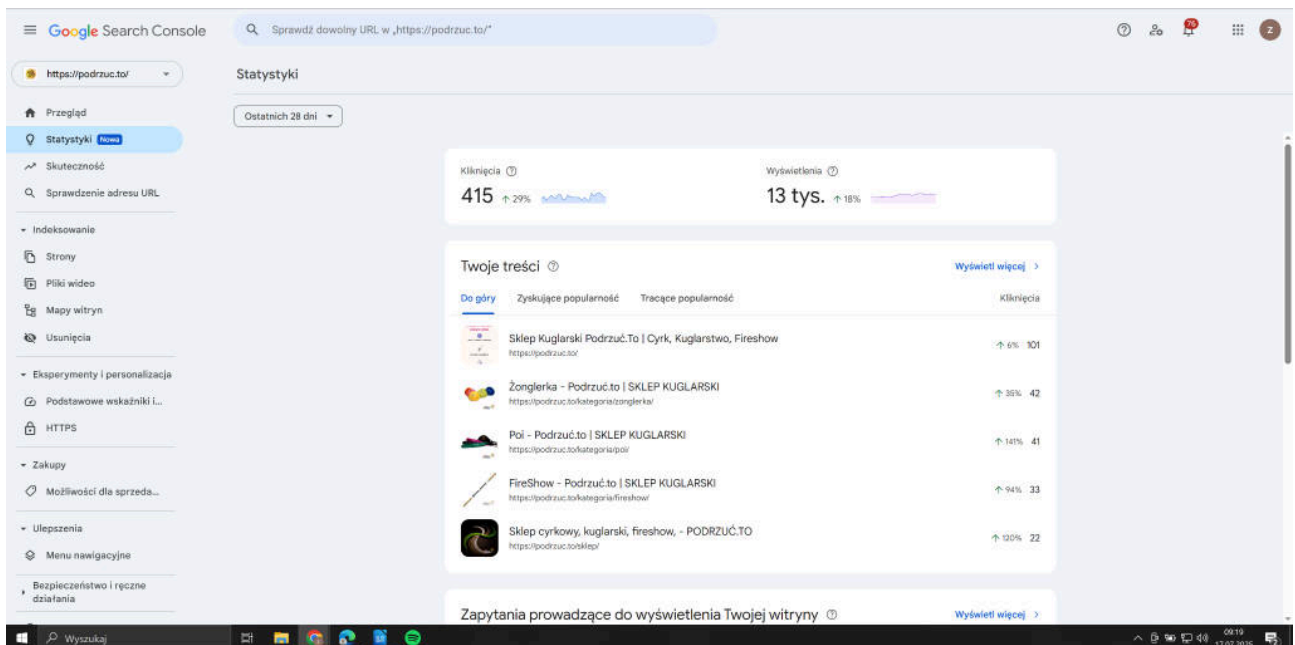
Możemy zauważyć wzrost średniej pozycji wyświetlania dla danych haseł
 piłki do żonglowania z 5.6 do 5.1 (poprawa o 0.5)
 piłeczki do żonglowania z 6.3 do 5.8 (poprawa o 0.5)
 sklep kuglarski z 2.7 do 2.5 (poprawa o 0.2)

wzrost kliknięć

piłki do żonglowania z 27 do 37

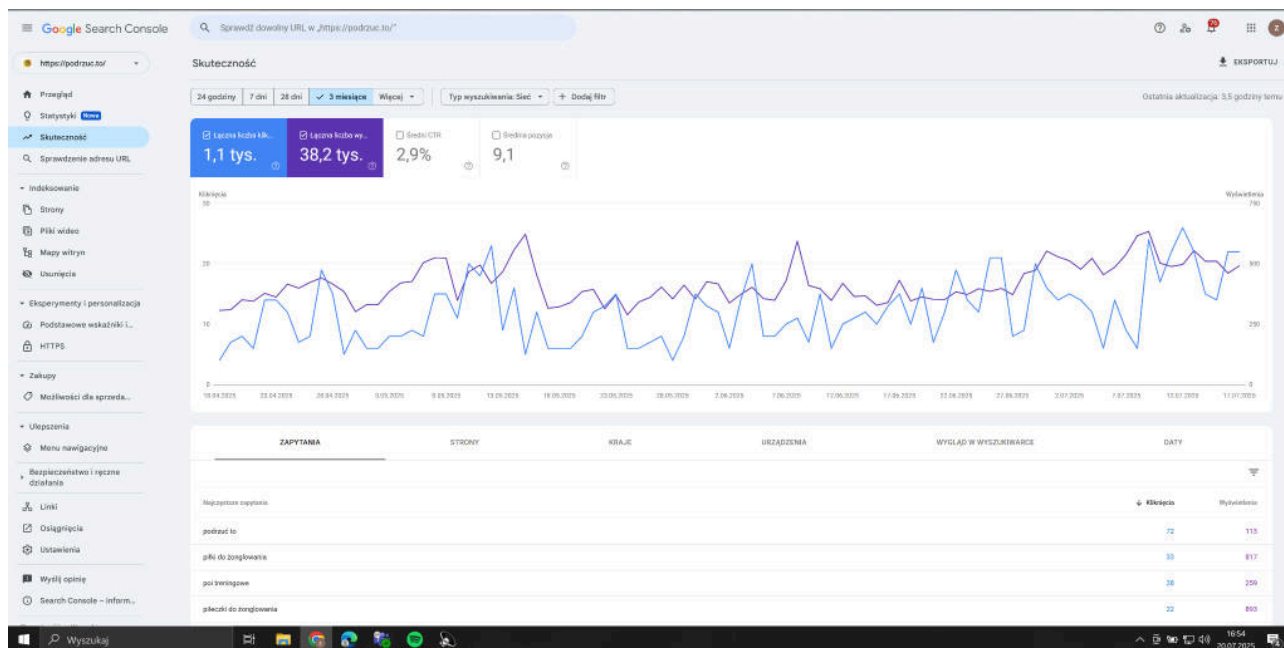
piłeczki do żonglowania z 16 do 21

sklep kuglarski z 12 do 21



Poprawa pozycjonowania jest dobrze widoczna w nowo dodanej funkcji “statystykach” w Google search console, pokazując wzrost dla całej strony w ostatnich 28 dniach:
kliknięć o 29%
wyświetleń o 18%

Dla najbardziej istotnych podstron:
strona główna 6%
kategoria produktów żonglerka o 35%
kategoria produktów poi o 141%
kategoria produktów fireshow o 94%
strona sklepu o 120%



Zauważalny jest powolny trend wzrostowy pokazujący że działania SEO mają charakter długoterminowy i rezultaty widoczne są stopniowo ale też utrzymują się później na stałym poziomie co przekłada się na dobry długoterminowy zwrot z inwestycji w pozycjonowanie w długotrwałym dopływie klientów.

Dla firmy działającej w wąskiej niszy z niską rentownością z pojedynczego klienta pozycjonowanie SEO okazuje się jednym z tańszych, łatwiejszych do wdrożenia i opłacalnych rozwiązań marketingowych.

Uwaga:

Najprawdopodobniej główny, pozytywny wpływ na poprawę SEO strony miały jednak artykuły content marketingowe optymalizowane pod SEO kluczowych haseł, omówione w kolejnej sekcji działań marketingowych.

Google konsekwentnie na przestrzeni ostatnich lat odchodzi od obliczania wartości strony na podstawie samych linków, bierze pod uwagę jeszcze ich zgodność z realną zawartością strony, to znaczy czy słowa kluczowe umieszczone dookoła linka pokrywają się z słowami kluczowymi na stronie, ale przede wszystkim coraz mocniej skupia się na rzetelności treści na stronie, dogłębnym i wyczerpującym eksperckim pokryciu tematu, rzetelności treści, doświadczeniu użytkownika.

Dopiero kompleksowe działanie bazujące na budowaniu wartościowej treści dla klienta połączonej z linkowaniem do niej z zewnątrz oraz intuicyjnym linkowaniu wewnętrznym strony przekłada się na satysfakcjonujące rezultaty. Dodatkowym plusem takiego

kompleksowego działania jest stworzenie dodatkowej wartości dla klienta w postaci artykułów content marketingowych które zapewnią mu dodatkową wiedzę na temat niszy i korzyści korzystania z produktów firmy.

Działania marketingowe

kontent marketing

W związku z ograniczonym rozmiarem rynku konsumentów celem budowania zrozumienia potrzeb i korzyści nowych potencjalnych klientów, oraz podążając za wskazaną w ankiecie konsumenckiej potrzebie większej ilości wiedzy w zakresie niszy kuglarstwa i pedagogiki cyrku stworzyłem, przy wykorzystaniu systemów LLM takich jak ChatGPTv4, Gemini, Claude, artykuły content marketingowe bazujące na strategii evergreen content (czyli artykułów o zawsze aktualnym charakterze) zoptymalizowane pod kątem SEO, nasycone słowami kluczowymi znajdującymi się w zakresie bezpośredniego odniesienia do produktów i działalności firmy, o dogłębnym charakterze i długości od 2000 do 4000 słów na artykuł, z zachęceniem do podjęcia działania i zakupu produktów w sklepie

Każdy artykuł po wygenerowaniu w LLMach był ręcznie redagowany, najbardziej wartościowe elementy z każdego LLMa były łączone razem i dalej rozbudowywane ręcznie napisanym tekstem dla uzyskania możliwie najlepszej jakości dla klienta.

Czas potrzebny do napisania artykułu specjalistycznego taką metodą to średnio 3 godziny. Wykorzystanie innowacyjnych narzędzi pozwala znacznie zoptymalizować koszt takiego artykułu, pozwala znacznie ograniczyć czas badań tematu ale wymaga doświadczenia w obsłudze LLMów, tak aby generowały oczekiwane rezultaty.

Wymagało to wyszkolenia LLMów poleceniami przeanalizowania stron podrzuc.to oraz stron konkurencji, zwłaszcza kuglarstwo.pl, szkolenie botów zajęło dodatkowe kilka godzin ale pozwoliło znacznie poprawić dokładność ich działania.

<https://podrzuc.to/jak-pedagogika-cyrku-wspiera-rozwoj-dzieci/>

<https://podrzuc.to/pedagogika-cyrku-i-sztuki-kuglarskie-wplyw-na-mozg-rozwoj-oraz-jakosc-zycia/>

<https://podrzuc.to/pedagogika-cyrku-nowe-mozliwosci-w-terapii-adhd-i-autyzmu/>

<https://podrzuc.to/pedagogika-cyrku-w-resocjalizacji-metody-i-efekty/>

<https://podrzuc.to/zonglowanie-dla-seniorow-jako-stymulacja-rozwoju-mozgu-korzystci-dla-seniorow-przeglad-badan-i-praktyczny-poradnik-jak-zaczac/>

<https://podrzuc.to/jak-sztuka-uliczna-i-kuglarstwo-zmieniaja-przestrzenie-miejskie/>

<https://podrzuc.to/cyrk-w-domu-pomysly-na-rodzinne-zabawy-z-dziecmi/>

<https://podrzuc.to/poi-taniec-z-ogniem-swiatlem-i-pasja-przewodnik-po-swiecie-krecenia-polkami/>

<https://podrzuc.to/dlaczego-warto-zonglowac-korzystci-dla-mozgu-ciala-i-nastroju/>

<https://podrzuc.to/kij-kontaktowy-pasja-sztuka-trening-i-ogien-kompletny-przewodnik-po-fascynujacym-swiecie-contact-staff/>

<https://podrzuc.to/rozwijanie-umiejetnosci-krecenia-ogniowym-kijem/>

<https://podrzuc.to/nauka-zonglowania-od-podstaw-do-mistrzostwa-kompletny-przewodnik-dla-kazdego/>

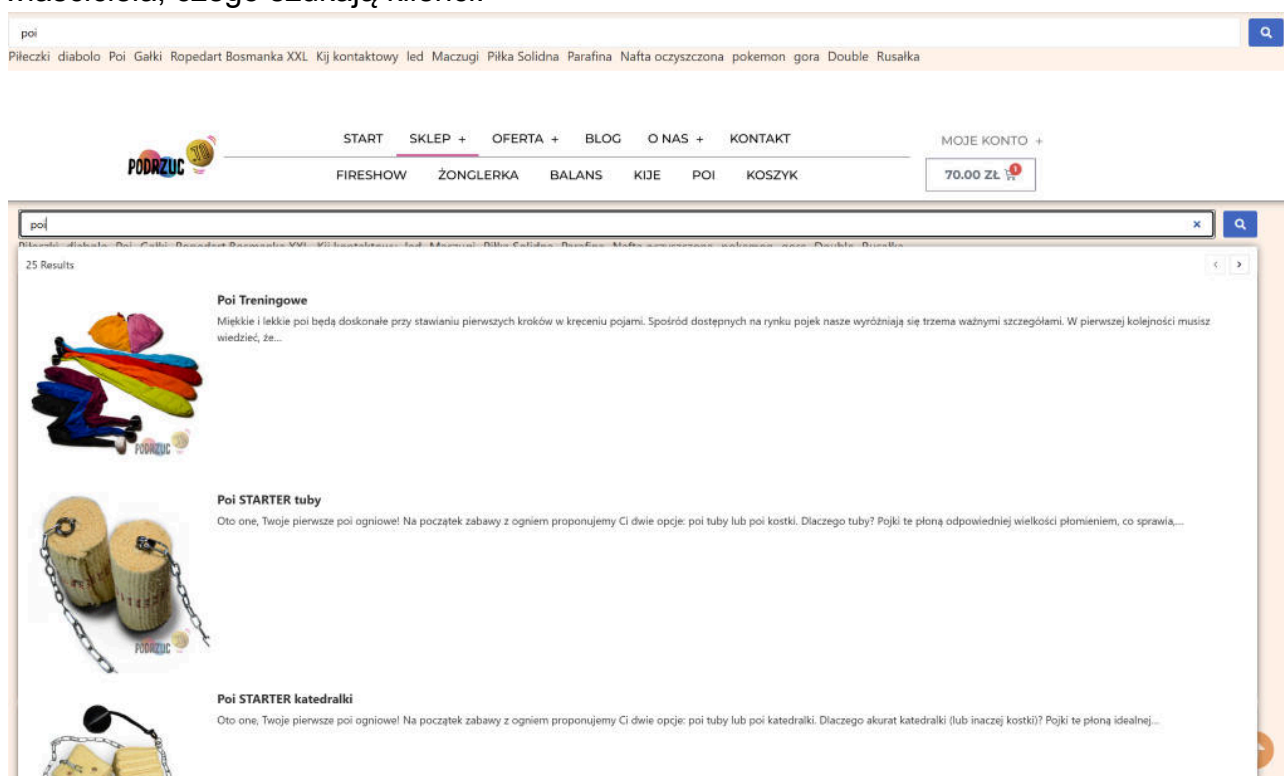
<https://podrzuc.to/kompendium-nauki-poi-od-pierwszego-obrotu-do-pelnego-flow-przewodnik-krok-po-kroku/>
<https://podrzuc.to/kompletny-przewodnik-po-sprzecie-do-zonglerki/>

Techniczne modyfikacje strony internetowej Podrzuc.to

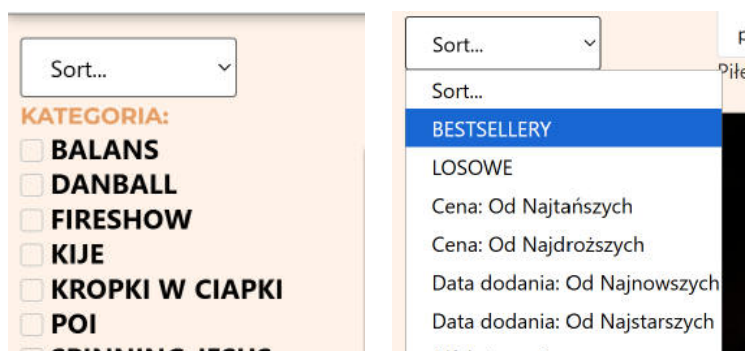
Korzystając z systemu zarządzania treścią **CMS Wordpress** połączonego z systemem generowania szablonów wizualnego interfejsu użytkownika **Elementor Pro** oraz nowo zainstalowany pakiet wtyczek dynamicznego zarządzania elementami treści **CrocoBlock Jet-Search, Jet-SmartFilters Jet-WooBuilder** zostały przebudowane istotne dla klienta elementy, w szczególności:

Strona wyświetlająca produkty sklepowe:

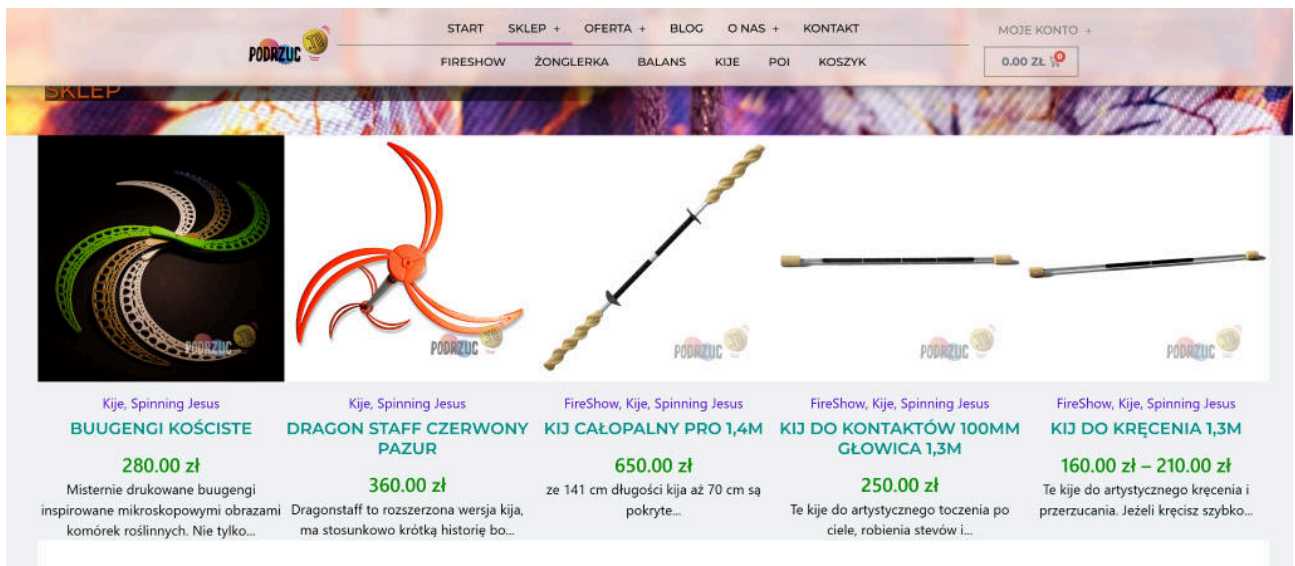
Wzbogacona o system inteligentnego wyszukiwania produktów w sklepie, umożliwiając szybkie wyszukiwanie produktu interesującego klienta produktu po słowach które go interesują. dodatkowo system zapisuje najczęstsze zapytania poprzednich klientów i wyświetla je poniżej paska jako inspirację dla klientów, jednocześnie informując właściciela, czego szukają klienci.



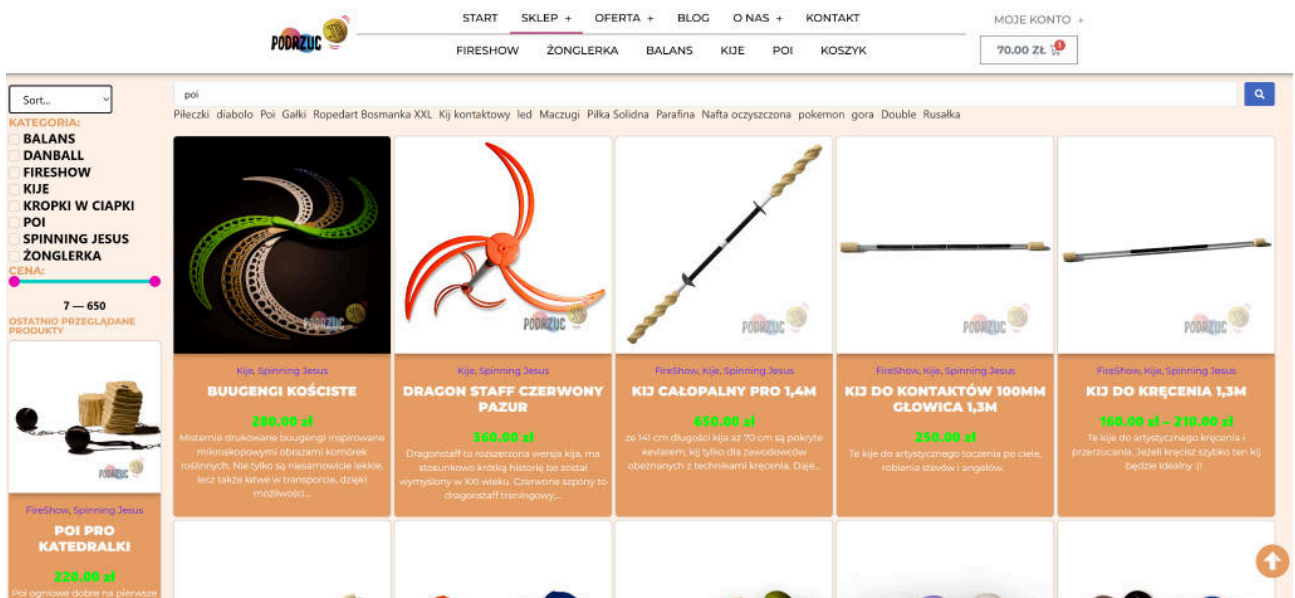
Boczny pasek dodający funkcjonalność aktywnego filtrowania kategorii produktów, zakresów cenowych i zaawansowanego sortowania przez cenę, nazwę, bestsellery lub losowe produkty, oraz filtrowania produktach po zakresie cenowym.



przeprojektowany został layout kafelków produktów,



stare kafelki produktów



nowe kafelki produktów, wyświetlające produkty w bardziej atrakcyjny i spójny wizualnie sposób, który powinien łatwiej przekonywać klienta na podświadomym poziomie że są to produkty klasy premium i cena jest adekwatna do doświadczenia, a ciepła kolorystyka powinna korespondować z obietnicą radości, motywacji i dobrej zabawy.

Dodatkowo w wprowadzonym bocznym pasku filtrów zostały dodane **kafelki produktów**, ostatnio przeglądanych przez klienta, dając możliwość powrotu do wcześniej oglądanych przez klienta produktów i przypominania możliwości ich zakupu przez zwiększoną ekspozycję.

Dla szablonu sklepowego jako dominujący został określony jako dominujący kolor pomarańczowy wzbudzający zainteresowanie oraz

W dolnej części strony została dodana sekcja “polecanych produktów”, do której zostały wybrane produkty o największej marży i rentowności dla firmy, oraz sekcja “może miło cię zaskoczy” która wyświetla losowe produkty żeby dać klientowi dorzucić do koszyka coś czego się nie spodziewał na być może podejmie przypadkową emocjonalną decyzję na temat produktu którego nie szukał a który mu się spodobał.

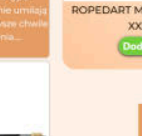
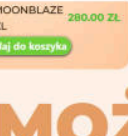
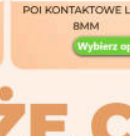
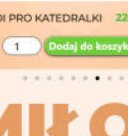
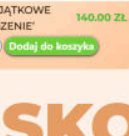
"FALE WIATRU" 140.00 zł Poj. z kolekcji Lato 2025 inspirowane sezonem festiwalowym. 4 - panelowe. Długość pojez. 2 m i średnica 80 cm. Waga pojez. z...	Kuglarstwo! Tutaj znajdziesz poi do kontaktu w pięknych, energetycznych kolorach!	Contact poi to już wyższy poziom pokojowego kuglarstwa! Tutaj znajdziesz poi do kontaktu w pięknych, energetycznych kolorach!	Poi ogniewe z technologicznymi dodatkami takich jak świeczki!	pasjonatów ekstremalnych planów!			Poi ogniewe dla amatorów i profesjonalistów, którzy chcą więcej ognia. Piękne palczy się spalić moonblaze w większym rozmiarze i na...
--	--	--	--	---	--	--	---

1 2 Następne

POLECANE PRODUKTY

 Dzióbki, Zongalka PIŁKA DLA DZIECI START XS 22.00 zł Podręcznik piłki na start KS to ręcznie uszyte piłki typu beanbag, które znacznie ułatwią małym dzieciom pierwsze chwile nauki zonglowania...	 ROPEDART MOONBLAZE XXL 280.00 ZŁ Dodaj do koszyka	 POI KONTAKTOWE LINA BMM 80.00 ZŁ Wybierz opcję	 POI PRO KATEDRALIKI 220.00 ZŁ 1 Dodaj do koszyka	 POI WYJĄTKOWE "WIDZENIE" 140.00 ZŁ 1 Dodaj do koszyka	 PIÓRA DO BALANSU 7.00 ZŁ - 9.00 ZŁ Wybierz opcję
---	--	---	--	---	--

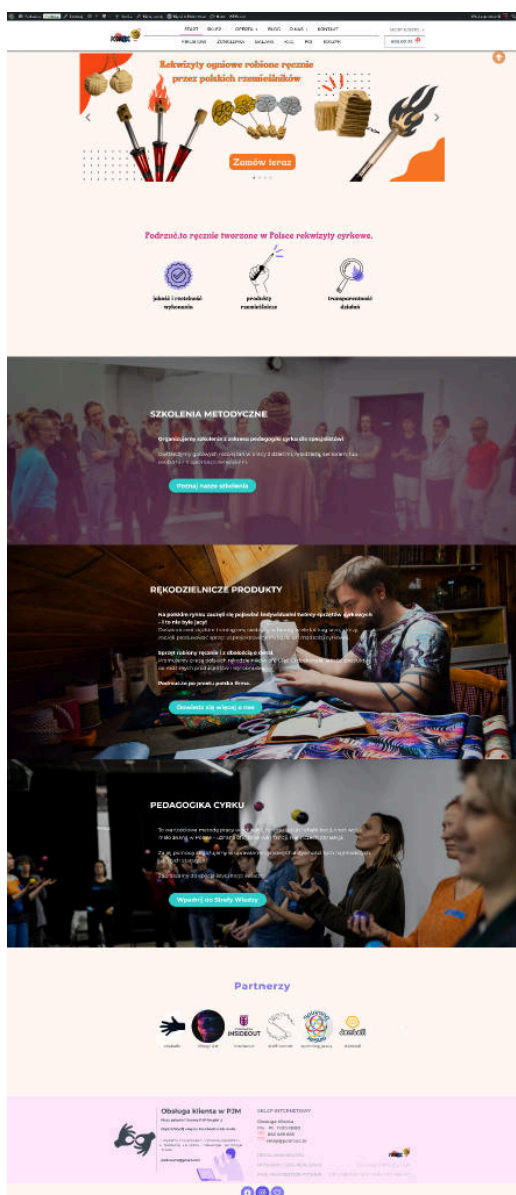
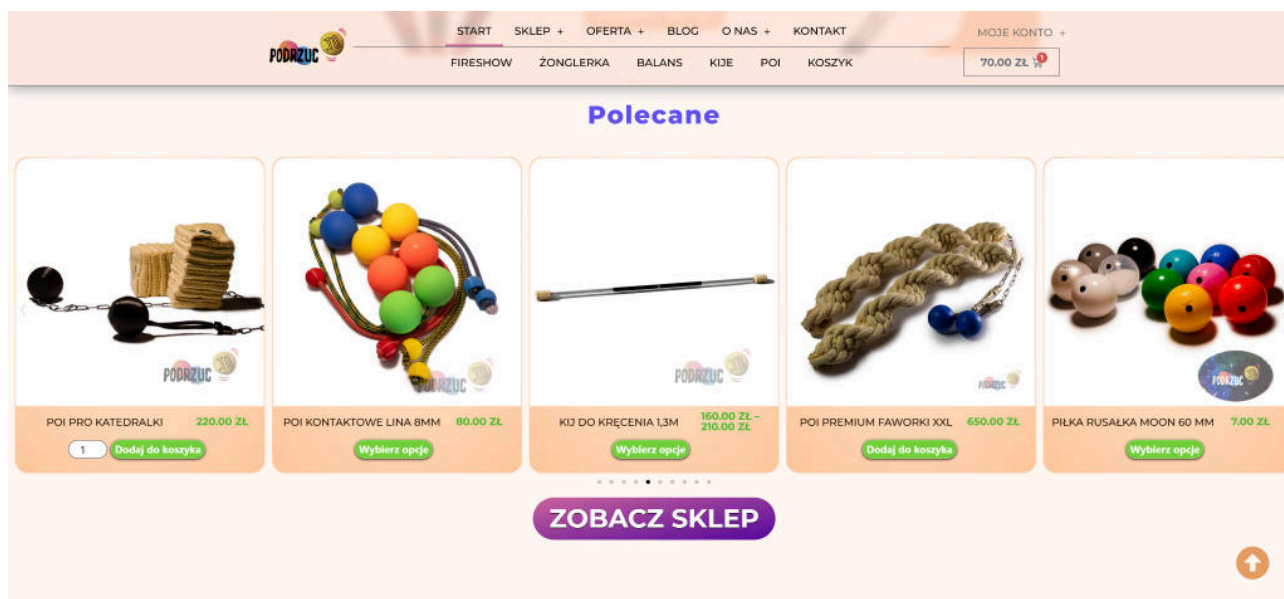
MOŻE CIĘ MIŁO ZASKOCZYĆ

 Earthbow, Kit, Spinning Javelin KIJ DO KONTAKTÓW 100MM GŁOWICA 1,3M 250.00 zł Tę kiję do artystycznego toczenia po ciele, robienia strefy i angłów.	 PIŁKA RUSALKA MEOW 70 MM 7.00 ZŁ Wybierz opcję	 POI STARTER TUBY 150.00 ZŁ 1 Dowiedz się więcej	 KIJ CAŁOPALNY PRO 1,4M 650.00 ZŁ Dodaj do koszyka	 KIJ DO KRĘCENIA 1,3M 160.00 ZŁ / 210.00 ZŁ Wybierz opcję	 POI HOŁO KROPKI 180.00 ZŁ 1 Dowiedz się więcej	 POI KONTAKTOWE LINA BMM 80.00 ZŁ Wybierz opcję
 Pióra PIÓRA DO BALANSU 7.00 zł - 9.00 zł Wyściany pokrzyły sobie pióro na drzewie - a balansowanie nagle stało się banalnie proste! Wspaniale sprawdzają się jako pierwszy...	 POCHODNIA DO TRANSFERÓW 65.00 ZŁ 1 Dodaj do koszyka	 KIJ DO KONTAKTÓW 100MM GŁOWICA 1,3M 250.00 ZŁ 1 Dodaj do koszyka	 PIŁKA ADVANCED 26.00 ZŁ Wybierz opcję	 ROPEDART LOTOS XXL 500.00 ZŁ 1 Dowiedz się więcej	 POI TRENINGOWE 70.00 ZŁ Wybierz opcję	 POI KONTAKTOWE STANDARD 140.00 ZŁ Wybierz opcję

Porównanie starej strony sklepu z nową stroną sklepu:

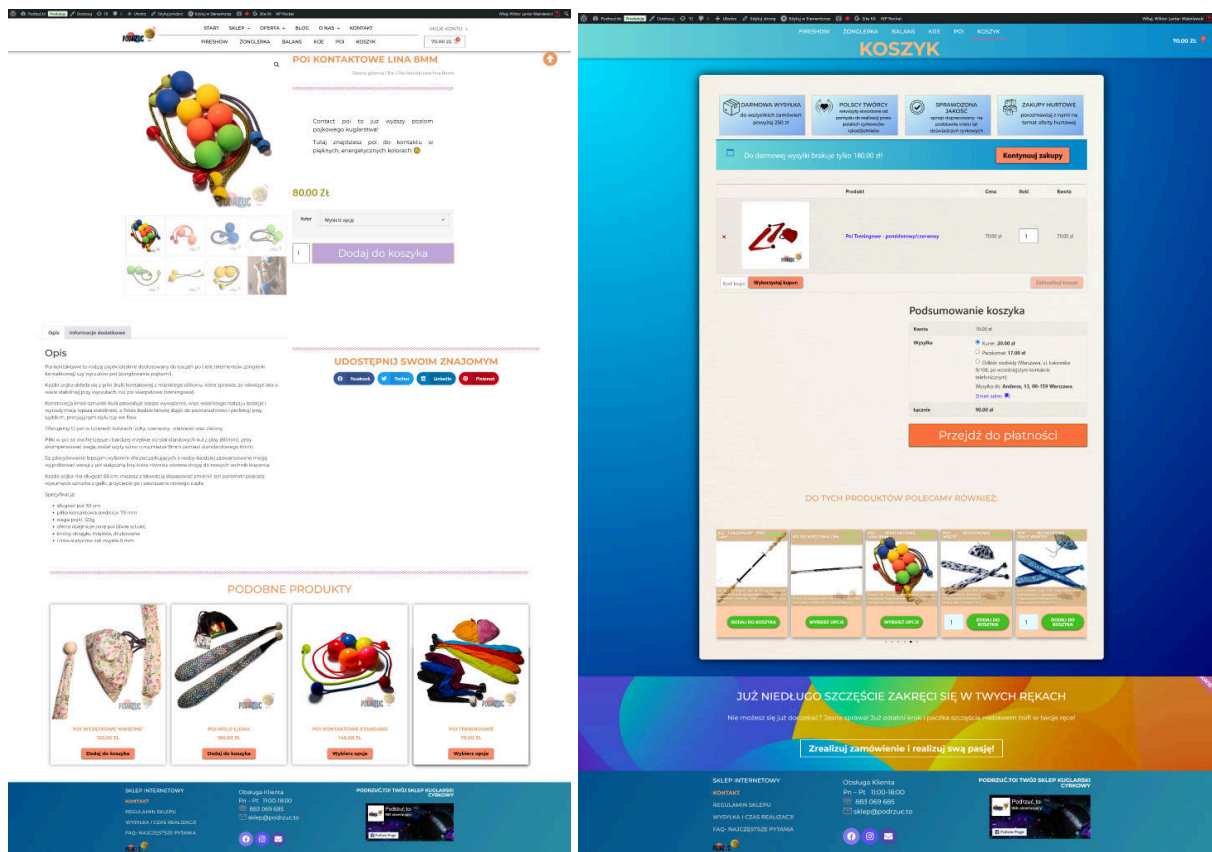
[illegible][illegible]

Strona główna została również wyposażona w taki sam pasek polecanych produktów aby jeszcze zwiększyć ich ekspozycję.



Oprócz tego sekcja informacyjna na dole strony głównej została znacznie rozbudowana żeby poprawić pozycjonowanie SEO i poinformować zainteresowanych szkoleniami klientów w zakresie dodatkowych usług firmy w zakresie organizacji szkoleń z pedagogiki cyrku. Może pomóc to poprawić percepcję firmy jako profesjonalisty w branży i zaufanie klientów i dodatkowo przełożyć się na wzrost sprzedaży.

Dodatkowo strona pojedynczego produktu oraz strona podsumowania koszyka zakupowego zostały wzbogacone o dodatkowe kafelki polecanych produktów i produktów cross-sell i upsell.



Kolor niebieski został dodany do strony koszyka, jednocześnie na stronie koszyka zostały usunięte elementy menu nie związane bezpośrednio z zakupami. Na tym etapie klient może wrócić do sklepu i dobrać dodatkowe produkty, może też dołożyć produkty z sekcji na dole.

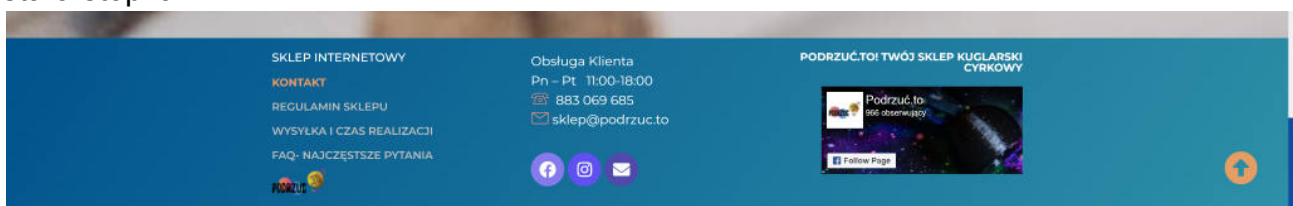
Natomiast nie jest to już czas na przejście do strefy wiedzy i usług organizacji warsztatów, aby nie rozpraszać klienta od dokonania zakupów przez dłuższe myślenie o czytaniu artykułów blogowych, które mogłyby się skończyć przeładowaniem klienta wiedzą i odsunięciem finalizacji transakcji poprzez myślenie “to za dużo muszę to przemyśleć”.

natomiast na dole koszyka, jeżeli klient będzie przewijał stronę dalej, ma jeszcze radosny i kolorowy element zachęcający do kliknięcia do przejścia do finalizacji transakcji. Jeżeli będzie czuł się niepewnie żeby kliknąć w prosty pomarańczowy przycisk “przejdź do płatności” bo czuje jeszcze jakąś intelektualną obawę na temat wydawania pieniędzy, może zareaguje emocjonalnie na emocjonalny przekaz “Już niedługo szczęście zakręci się w Twoich rękach, zrealizuj zamówienie i realizuj swoją pasję”

Przebudowana została stopka strony tak aby uczynić ją czytelniejszą i wzbudzającą większe zaufanie, został tam zmieniony kolor z różowego na niebieski, jako wzbudzający większe zaufanie według teorii psychologii kolorów.



stara stopka



nowa stopka

Następnie została wprowadzona dalsza integracja strony z systemami marketingowymi od Google, przede wszystkim wdrożona została integracja z Google Merchant i Google Ads zapewniająca dodatkową ekspozycję w wzbogaconych wynikach wyszukiwania w przeglądarce google.

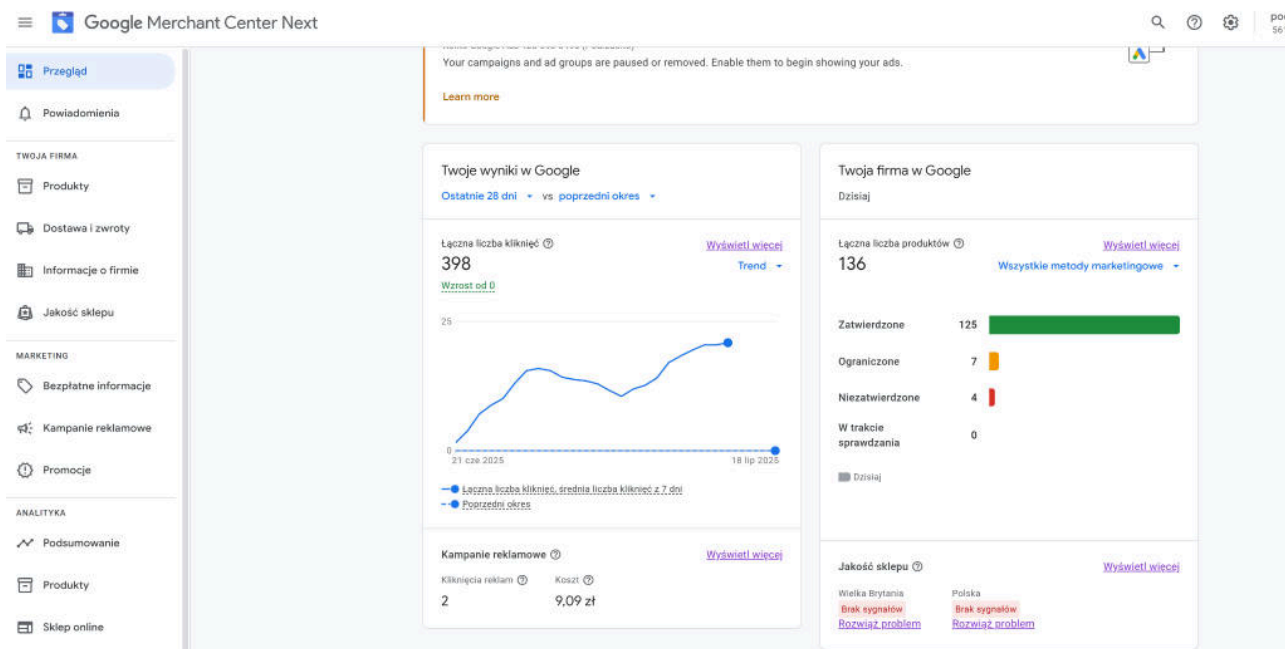
Dodatkowo wprowadzono korzystając z pakietu Google SiteKit funkcjonalność przeglądu i analityki istotnych dla pozyskania klienta danych bezpośrednio z zaplecza strony, ułatwiając tym samym właścicielowi firmy lepszy wgląd w obecną sytuację dotyczącą pozyskania,

Jednocześnie została wprowadzona możliwość logowania klienta na stronie przy wykorzystaniu „zaloguj z Google” co jako nowoczesna, wygodna i często stosowana na innych stronach metoda logowania, pozwala zmniejszyć potencjalną utratę konwersji na konieczności rejestracji konta.

Wprowadzone działania powinny przełożyć się na lepszy User Experience (UX – doświadczenie użytkownika). Poprawa doświadczenia użytkownika powinna przełożyć się na płynniejsze przejście od pierwszego kontaktu do pierwszego zakupu, zwiększając efektywność kolejnych działań marketingowych i zmniejszając koszt pozyskania. Jest to zwłaszcza istotne w aspekcie wprowadzanej reklamy google ads, gdzie płaci się za każde kliknięcie w promowany link czy produkt na stronie wyszukiwarki i dobrze zadbać o to aby możliwie jak najwięcej pozyskań przełożyło się na dochód w postaci sprzedanych produktów.

Działania reklamowe

reklama produktowa przez google merchant center



uruchomienie synchronizacji produktów w sklepie internetowym z platformą google merchant zaczęło przynosić pozytywne rezultaty w krótkim czasie dzięki darmowym wyświetleniom organicznym, generując średnio 15 dodatkowych kliknięć dziennie, bez zwiększania kosztów marketingowych. Jest to zdecydowanie korzystny wynik, biorąc pod uwagę że wcześniej strona pozyskiwała około 20 potencjalnych klientów dziennie z pozostałych źródeł.

Płatna kampania reklamowa „performance max” ustawiona domyślnie w momencie konfiguracji kanału google merchant została natomiast wyłączona po 2 dniach, ponieważ wygenerowała koszt 9zł za 2 kliknięcia. Jeżeli założymy że zakup jest pozyskiwany po około 20 wejściach na stronę, a średnia wartość nowego klienta to około 100zł, cały dochód został by skonsumowany przez koszt pozyskania. Zdecydowanie wymaga optymalizacji. Albo zwiększenia konwersji i wartości koszyka, albo zmniejszenia kosztu pozyskania z płatnej reklamy.



Przedział czasu: 28 dni do dnia dzisiejszego



reklama social media

reklama content marketingowa na grupach FB mająca na celu zbudowanie świadomości marki i potrzeby klienta spoza bezpośredniej niszy firmy, bazująca na darmowej publikacji linków z krótką zachętą do kliknięcia w link.

Reklama będzie targetowana oprócz grup tematycznych (kuglarskich, cyrkowych), przede wszystkim do grup ogólnych, dla pozyskania nowych klientów nie związanych z niszą, ponieważ jeżeli firma jest 2 największą w swojej niszy a wciąż nie może osiągnąć rentowności, pomimo tego że jest dobrze znana i ciesząca się dobrą opinią, to nisza jest zbyt mała i pozyskanie dodatkowych klientów w ten sposób najprawdopodobniej nie przyniesie rentowności. Natomiast przyniesienie nowych klientów spoza niszy którzy w przyszłości mogą powracać lub inspirować swoich znajomych do zakupów może przyczynić się do zwiększenia ogólnej ilości klientów zainteresowanych takim hobby. Reklama content marketingowa będzie wysłana na grupy wyszukane wokół słówkluczy „rodzice i dzieci” „aktywności na świeżym powietrzu” „miasto/dzielnica – tablica ogłoszeń”.

Zalety to brak kosztów finansowych i możliwość pozyskania nowych klientów którzy nie znają rynku i konkurencji i podejmą emocjonalną decyzję zakupową bez porównywania ceny.

Ograniczeniem jest brak targetowania i niska konwersja do zakupu w krótkim przedziale czasowym, oraz ograniczenie Facebooka do publikacji maksymalnie 50 postów dziennie na grupach tematycznych. wymaga to dodawania postów na grupach ręcznie, codziennie, aż zostanie opublikowana na 200-300 grupach. na szczęście proces jest stosunkowo prosty, oznacza otwarcie dużej ilości zakładek z grupami i wklejania konsekwentnie przygotowanego wcześniej tekstu z linkiem. Zajmuje to około 10 minut dziennie, 5 dni w tygodniu, dla jednego posta.

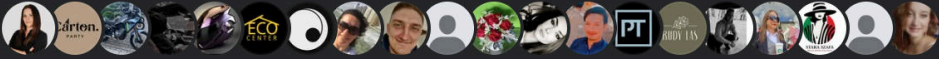
Dodatkowo okazało się że na stronie podrzuć.to nie ma zainstalowanej wtyczki YoastSEO która między innymi optymalizuje wyświetlanie obrazków pod postami na social media, wtyczka została dodatkowo zainstalowana żeby obrazki bardziej zachęcały do kliknięcia w

link.

Niezoptymalizowane wyświetlanie obrazków:

GLIWICE - Śląsk „ogłoszenia„

Grupa publiczna · 18,9 tys. członków



[Dyskusja](#) [Osoby](#) [Wydarzenia](#) [Multimedia](#) [Pliki](#)

**Wiktor Lantar Waśniewski**
21 min · 

Fajny sposób spędzania czasu z dala od ekranu, może kogoś zainteresuje 😊



PODRZUC.TO

Poi: Taniec z Ogniem, Światłem i Pasją. Przewodnik po Świecie Kręcenia Poikami – Podrzuc.to

Mowa o poi – sztuce, która z tradycyjnego narzędzia maoryskich wojowników ewoluowała w globalny fenomen, łączący w sobie elementy tańca, akrobatyki i zonglerki.

 [Lubię to!](#)

 [Komentarz](#)

 [Wyślij](#)

 [Udostępnij](#)



Skomentuj jako Wiktor Lantar Waśniewski



Zoptymalizowane wyświetlanie obrazków:

**Wiktor Lantar Waśniewski**
Przed chwilą · 

Fajny sposób spędzania czasu z dala od ekranu, może kogoś zainteresuje 😊



PODRZUC.TO

Poi: Taniec z Ogniem, Światłem i Pasją. Przewodnik po Świecie Kręcenia Poikami

W hipnotycznym tańcu światła, w płomieniach wirujących w rytm muzyki, kryje się coś więcej n...

 [Lubię to!](#)

 [Komentarz](#)

 [Wyślij](#)

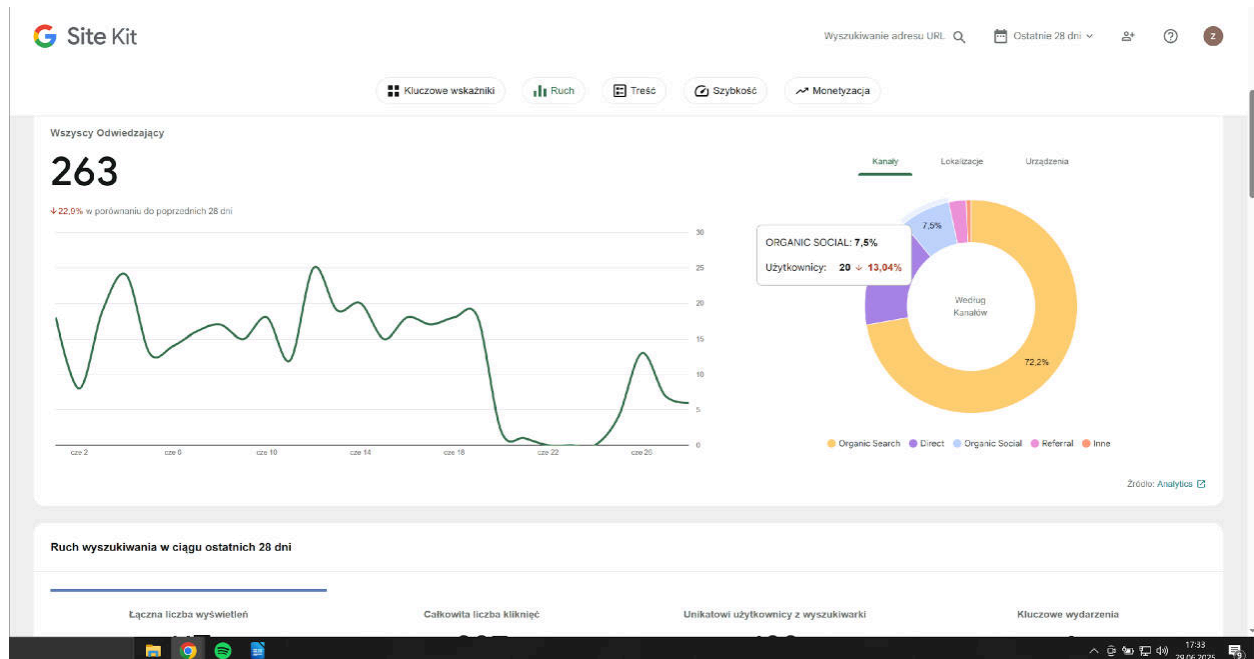
 [Udostępnij](#)



Skomentuj jako Wiktor Lantar Waśniewski



przed publikacją postów google site kit wyświetla statystyki wskazujące na 20 wejść z social media w ciągu ostatnich 28 dni.



Wynik kampanii będzie można ocenić w ciągu 3 dni po publikacji, bo tyle czasu „żyją” posty organiczne na FB, tzn po 3 dniach przestają dawać statystycznie istotne rezultaty. W związku z tym, na każdej z grup na której pojawił się poprzedni artykuł, planuję co 3 dni opublikować posta z innym artykułem, aby zwiększyć ekspozycję na markę i zapamiętywalność reklamy.

Reklama wygenerowała 36 wyświetleń artykułu, w czym google analytics rejestruje 31 wejść na stronę, co może świadczyć że niektórzy kliknęli w artykuł ponownie żeby z powrotem przejść do strony i przejrzeć ją głębiej (powracający klienci) i jako rezultat wygenerowała jedną konwersję do sprzedaży, klient kupił pojki treningowe o customizowanym kolorze za 173zł



Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

31 klientów na 1 sprzedaż dawałoby konwersję na poziomie 3%, Oczywiście liczba jest statystycznie mało istotna ale dodatkowa sprzedaż cieszy.

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

Artykuł o korzyściach z żonglowania zainspirował również do dodanie przewijaka z polecanymi produktami w dolnej części strony wyświetlającego produkty wspomniane w artykule między innymi polecanymi przez firmę, aby zainspirować do zakupu od razu po przeczytaniu artykułu. Dodatkowo zwiększył to ekspozycję na produkt w kolejnym miejscu strony tworząc kolejny element interakcji klienta ze stroną. Artykuł nie wygenerował podobnego zainteresowania co poprzedni zyskując tylko 17 kliknięć.



Wiktor Lantar Waśniewski

Przed chwilą · 🌐

Fajny sposób na ruch i zabawę z przyjaciółmi na świeżym powietrzu, zdala od ekranów telefonów 🤗



PODRZUC.TO

Rozwijanie umiejętności kręcenia ogniowym kijem

Kręcenie kijem ogniowym (tzw. fire staff) to widowiskowe połączenie ruchu i tańca z ogniem, k...

👍 Lubię to!

💬 Komentarz

📤 Wyślij



Skomentuj jako Wiktor Lantar Waśniewski



Artykuły wygenerowały dodatkowy ruch do tego artykułu o korzyściach z kręcenia z kijem ogniowym więc podarżając za zainteresowaniem czytelników, publikuję na grupach facebookowych ten artykuł jako kolejny. Artykuł również wygenerował tylko 15 kliknięć.

Bazując na moim doświadczeniu związanym z promowaniem usług korepetycji matematyki przez profesora Macieja Rzeszuta, które przy każdej takiej publikacji generują ponad 200 kliknięć, co przekłada się statystycznie na pozyskanie 3 klientów, muszę uznać że taki content cyrkowy kuglarski jest mało interesujący dla ogólnego społeczeństwa.

To co natomiast cieszy to subtelna zmiana w wyświetlanym kanale pozyskania i częstotliwość zamówień, wcześniej pojawiały się mniej więcej w odstępach 1-3 dni i główny kanał pozyskania wskazywany przez system sklepowy woocommerce to „pozyskanie organiczne google” (nowy klient) lub „wejście bezpośrednie” (powracający klient), z przewagą google.

☐	#8839 Michał Makuch	➔	22 czerwca 2025	Zrealizowane	87.00 zł		Organiczne: Google
☐	#8909 Oleksandr Arnaut	➔	21 czerwca 2025	Zrealizowane	21.00 zł		Bezpośrednie
☐	#8675 Angelika Handzel Wazny	➔	18 czerwca 2025	Zrealizowane	288.00 zł		Organiczne: Google
☐	#8673 Joanna Piotrowska	➔	16 czerwca 2025	Zrealizowane	350.00 zł		Organiczne: Google
☐	#8600 Kacper Jankowski	➔	14 czerwca 2025	Zrealizowane	97.00 zł		Bezpośrednie
☐	#8547 Bartłomiej Danielkiewicz	➔	13 czerwca 2025	W trakcie realizacji	80.00 zł		Organiczne: Google

Natomiast po promowaniu postów zwiększyła się częstotliwość zakupów i główny kanał pozyskania przesunął się z „google” na „wejście bezpośrednie” czyli osoby które weszły na stronę wcześniej, na przykład żeby przeczytać artykuł, przejrzały sklep i opuściły stronę, a później powróciły na stronę i dokonały zakupu.

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

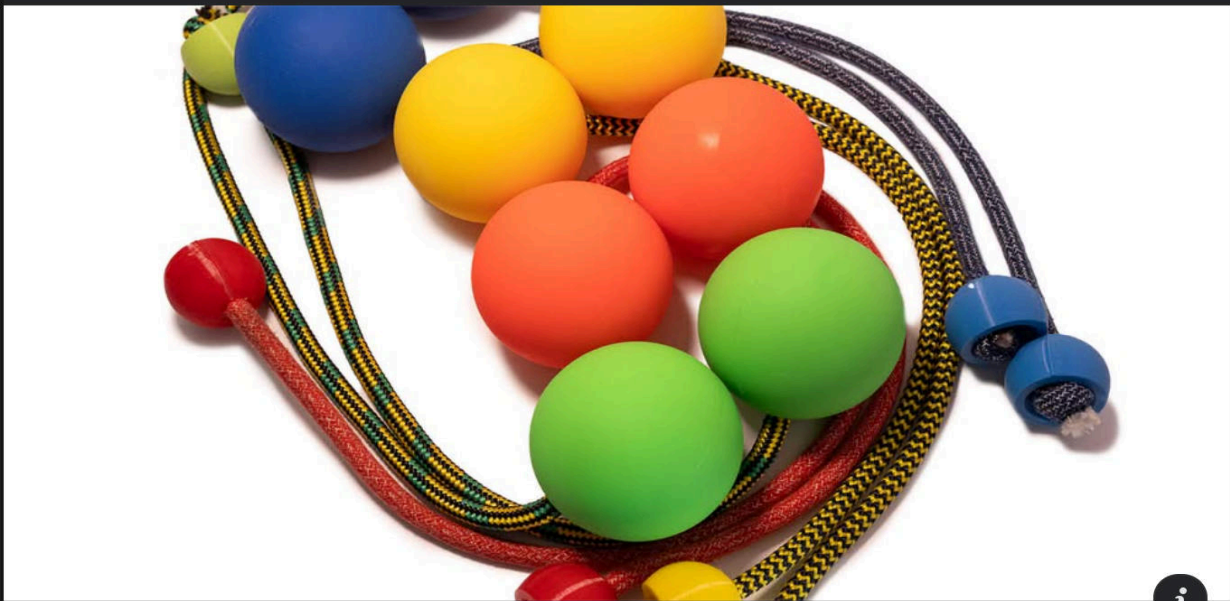
Dodatkowo ktoś na jednej z grup kuglarskich postanowił podlinkować dalej pozostałe artykuły opublikowane przeze mnie na stronę, co myślę że z jednej strony miało mnie powstrzymać przed publikowaniem kolejnych artykułów na tej grupie dzień po dniu, a z drugiej strony myślę że miało również pozytywny wydźwięk dla odbiorców, bo jednak uznał że artykuły są wartościowe.

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

Przechodzę do promowania produktów tą samą metodą, zaczynam od Poi kontaktowych, jako że artykuł o poi miał najwięcej wyświetleń.

**Wiktor Lantar Waśniewski**
Przed chwilą · 🌐

Świetna zabawa rozwojowa dla dorosłych dzieci i młodzieży 😊 kręcenie poikami poprawia koncentrację i koordynację wzrokowo ruchową, daje powód żeby wyjść na dwór i świetnie sprawdza się na imprezach 😊 polecam 😊

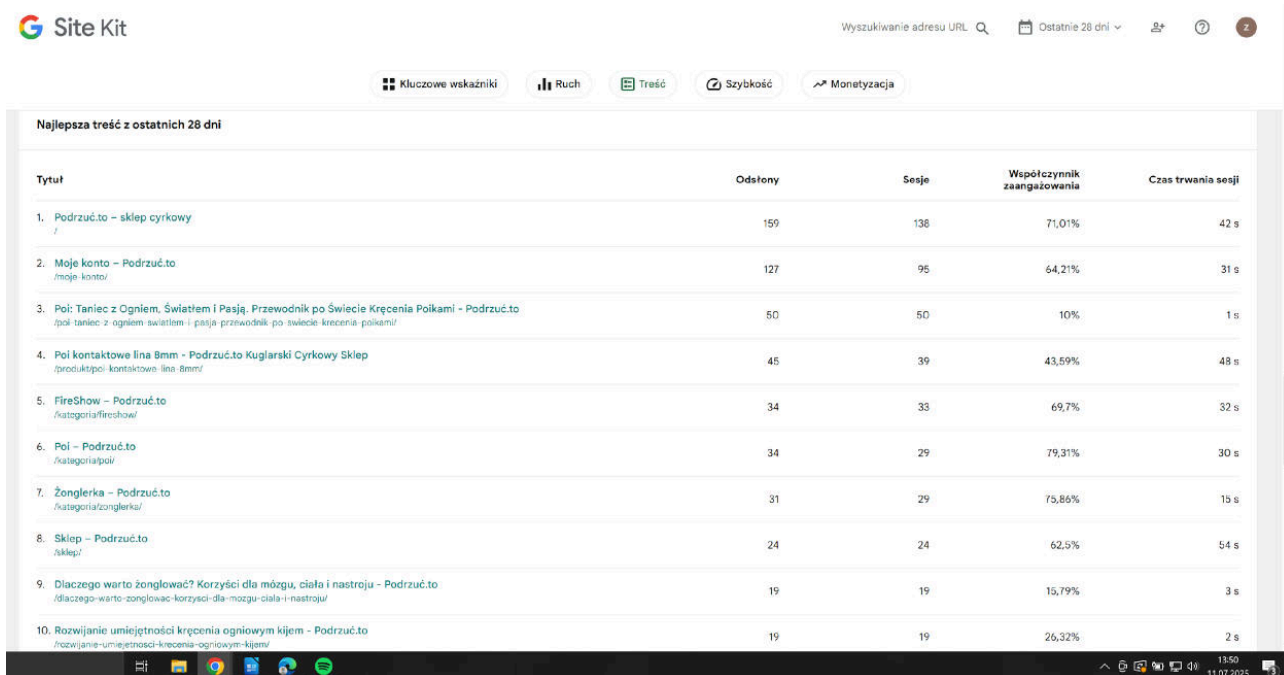


PODRZUC.TO
Poi kontaktowe lina 8mm
Contact poi to już wyższy poziom pojkowego kuglarstwa! Tutaj znajdziesz poi do kontaktu w p...

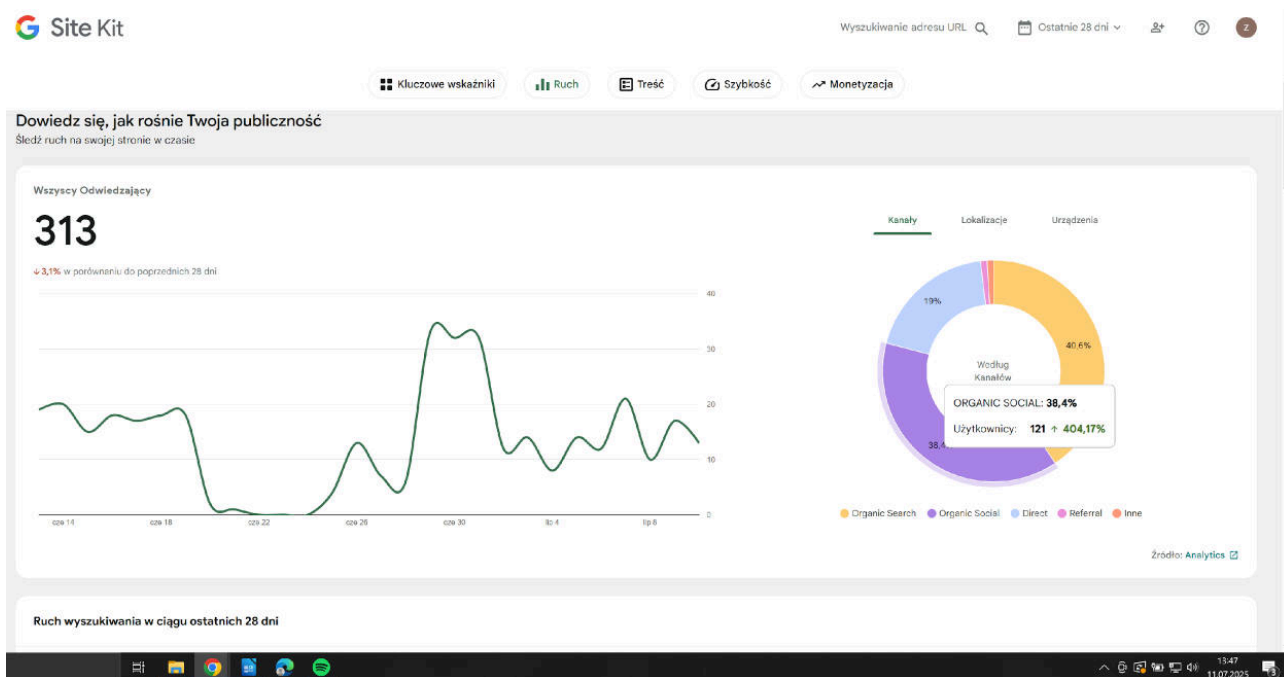
 **Lubię to!**  **Komentarz**  **Wyślij**  **Udostępnij**

 Skomentuj jako Wiktor Lantar Waśniewski 

Spodziewam się że post może wyświetlić się tym samym osobom które kliknęły w poprzednie artykuły, jako że facebook mierzy zaangażowanie organiczne użytkowników i podsyła im powiązane rzeczy, jeżeli kliknęli w mój artykuł to powinni widzieć więcej moich artykułów. Oprócz tego mam nadzieję że inni którzy nie byli zainteresowani czytaniem artykułów, będą zainteresowani prostym emocjonalnym zakupem, więc dołączam jako zachętę krótkie korzyści korzystania z produktu oraz trochę pozytywnych emotikonek aby ukierunkować umysł odbiorcy w stronę odbierania pozytywnych emocjonalnie bodźców, wraz z koncepcją dobrej zabawy i obrazu kolorowych piłeczek. Post wygenerował około 40 wejść na stronę produktu.



Dzięki publikacji postów na facebooku udało się pozyskać 121 nowych użytkowników którzy mogą stać się potencjalnymi klientami w przyszłości



Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

Dzięki pozyskaniu klientów z social media udało się wygenerować dodatkowy dochód mierzony przez wdrożoną integrację google analytics z woocommerce na poziomie [REDACTED] są to dane dotyczące wejść bezpośrednich a nie danych na temat powracających klientów którzy weszli na stronę przez social media po raz pierwszy, a potem po kilku dniach powrócili żeby dokonać zakupu produktów które wcześniej przeglądali, więc możemy przyjąć że potencjalnie część kwoty widoczna pod kanałem Direct może być również skutkiem kampani socialowej. dane na temat procentowego wzrostu należy zignorować jako że integracja jest zbyt świeża żeby mogła zawierać okres porównawczy z przed rozpoczęcia projektu, dlatego dane procentowe wskazują na 100% dla każdego kanału.

Rezultaty

Wdrożone zostały kompleksowego działania marketingowe:

Od poprawienia pozycjonowania w wyszukiwarce Google dla najbardziej rentownych produktów, optymalizacji konwersji przez unowocześnienie strony internetowej sklepu podzuc.to, integrację z google merchant i google ads, utworzone zostały artykuły content marketingowe, oraz wykonano przy ich użyciu kampanię marketingową w formie marketingu szeptanego na grupach facebookowych.

**Osiągnięto wzrost sprzedaży w okresie 1 maj do 8 lipiec w porównaniu rok do roku: 67% brutto,
70% netto,
wzrost transakcji o 29%**
Wystąpił spadek sprzedanych produktów ilościowo o 6% co oznacza że zwiększyła się średnia wartość sprzedanego produktu.

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

w porównaniu okres do okresu osiągnięto wzrost o:

128% brutto

138% netto

zamówień 54%

sprzedanych produktów o 47%

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

Uwaga:

O tyle o ile wzrosty dla okresu 1maj - 8 lipiec w porównaniu do okresu 21lut - 30 kwiecień robią wrażenie dużymi wartościami procentowymi, myślę że lepiej brać pod uwagę różnicę rok do roku jako że pozwala w jakimś stopniu odfiltrować sezonowość (zima - wiosna) dla aktywności ruchowych na świeżym powietrzu. Nie mniej wzrost sprzedaży jest wyraźny.

Koszty projektu

koszty finansowe

Biorąc pod uwagę że firma dysponuje bardzo ograniczonym budżetem, musiałem pominąć klasyczne działania marketingowe, takie jak płatne reklamy. zostały wydane 9zł na reklamę PPC która szybko okazała się zbyt kosztowna za kliknięcie i nie zwróciła by się.

Pokazuje to że nawet dla małych firm w trudnej sytuacji finansowej istnieją możliwości marketingowe które może zastosować żeby zwiększyć swój potencjał na rynku.

koszty pracy

Brak budżetu finansowego na zakup zewnętrznych usług marketingowo reklamowych nie oznacza że działania nie były kosztowne w rozumieniu zainwestowanej pracy. Działania marketingowe były dość pracochłonne i wymagały specjalistycznej wiedzy i doświadczenia w zakresie marketingu internetowego i pozycjonowania seo.

Utworzenie artykułów kontent marketingowych w ilości 14 sztuk wraz z wcześniejszym trenowaniem sieci neuronowych LLM to 45 godzin pracy co przy założeniu średniej rynkowej stawki dla specjalisty marketingu 30zł/h brutto wycenił bym na 1350zł brutto

Promowanie materiałów marketingowych na ponad 200 grupach facebookowych oznaczało pracę w wymiarze 10 minut dziennie 5 dni w tygodniu przez miesiąc co przekłada się na 200 minut to jest 3.33godziny co przy stawce 30/h przekłada się na dodatkowe 100zł

Zmiany techniczne na stronie internetowej należy wycenić odrębnie jako że wiedza na temat programowania front endu stron internetowych jest jako bardziej specjalistyczna jest bardziej kosztowna, obecne stawki to 50zł/h brutto dla specjalisty na etacie. czas potrzebny na przygotowanie zmian na stronie, wdrożenie i testowanie to około 10 godzin, co przekłada się na koszt 500zł

łącznie koszty pracy można wycenić na $1350+100+500=1950zł$

Rachunek kosztów do zysków

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

Usunięto w wersji publicznej: dane poufne

działania marketingowe nie przynoszą prostego krótkoterminowego zwrotu z inwestycji w czasie trwania projektu.

Zwrócić należy uwagę że działania wprowadzone mają z grubsza trwały rezultat w czasie to znaczy przygotowane materiały content marketingowe oraz poprawiona technicznie strona internetowa oraz wdrożone integracje z google merchant oraz poprawione wyniki SEO będą służyć również przyszłym klientom przez dłuższy czas i będą mogły się w przyszłości zwrócić.

Konkluzje i wnioski na przyszłość

zastosowane kompleksowe działania przyniosły oczekiwane rezultaty jednocześnie wskazując dalszy zalecany kierunek działania bazujący na skalowaniu efektywnych rozwiązań, który przełoży się na długotrwały wzrost pozyskania klientów i rentowności przedsiębiorstwa, jednocześnie generując dodatkowy budżet na dalszy rozwój.

Ponowne publikacje już utworzonych materiałów marketingowych na facebooku będą stosunkowo mało kosztowne i będą powoli zwiększać świadomość marki i poszerzać bazę klientów. Z czasem Firma powinna zacząć dysponować budżetem który pozwoli jej na poszerzenie asortymentu a może nawet na otwarcie produkcji części produktów we własnym zakresie żeby jeszcze zwiększyć marżę.

Zwiększenie asortymentu przełoży się znowu na naturalną poprawę wyników SEO i pozyskiwanie większej ilości klientów jednocześnie zmniejszając jej dystans do monopolisty rynku. Firma powinna skupić się na uzupełnieniu swojej oferty o pozostały asortyment typowy dla swojej niszy aby stworzyć kompletną odpowiedź na typowe potrzeby kuglarzy, zwłaszcza powinna zaopatrzyć się w produkty eksploatacyjne jak paliwo do asortymentu ogniowego, żeby uniknąć tracenia klientów na rzecz konkurencji i żeby stworzyć okazję do powracania starych klientów i upsellingu.

Dodatkowo Firma będzie mogła w przyszłości rozważyć kampanię remarketingową dla poprzednich klientów zachęcając ich chociażby mailowo na mail podany przy zakupie, do powrotu na stronę i dokonania ponownych zakupów. Przełoży się to na wzrost średniej wartości z klienta i pozwoli na wdrażanie kolejnych strategii marketingowych jak wspomniane wcześniej kampanie PPC które mogą być silnym bodźcem do rozwoju w przyszłości.

Dodatkową konkluzją projektu jest obserwacja jak trudno jest wprowadzić na rynek i osiągnąć rentowność firmie działającej w bardzo wąskiej niszy, zwłaszcza jeżeli istnieją już w niej inne firmy o ustabilizowanej silnej pozycji, dysponujące już rozbudowanym zapleczem produkcyjnym, marketingowym i sprzedażowym. Zwykle zróżnicowanie marki i zapewnienie lepszej jakości i dobrej renomy może być niewystarczające w tak wąskiej niszy. Firmy dążące do osiągnięcia rentowności powinny prowadzić badania okazji rynkowych i rozważyć poszerzenie zakresu potrzeb na które odpowiadają, może nawet porzucenie wąskiej niszy i zmianę odbiorcy docelowego tak żeby zaspokajać potrzeby większej ilości klientów.