

RAPORTonline

marketing internetowy

Podsumowanie działań w tygodniu 14

2.04-8.04



www.spaio.pl

kwi 2 – kwi 8

Przychody wg domyślne grupowanie kanałów

Domyślne grupowanie kanałów	Przychody
Lącznie	PLN3 778,24
Paid Search	PLN1 417,25
Organic Search	PLN924,10
Display	PLN527,10
Referral	PLN433,70
Direct	PLN421,69
Social	PLN54,40
(Other)	PLN0,00

Paid Search:

Spaio | Brand – 751,40 zł – 5 konwersji

Spaio | Kampania produktowa – 600,90 zł – 5 konwersji

Spaio | Bielizna | On – 64,95 zł – 1 konwersja

Display:

Banner strona główna:

homepage_banner_sport_day_dostawa_14 – 276,10 zł – 3 konwersje

homepage_banner_contact_09 – 233,80 zł – 1 konwersja

Newsletter:

mailing_spagio_banner_elite_14 – 27,20 zł – 1 konwersja

Organic Search:

924,10 zł – 8 konwersji

Direct:

421,69 zł – 2 konwersje

Refferal:

zasobygwp.pl – 271,80 zł – 1 konwersja

poczta.wp.pl – 161,90 zł – 1 konwersja

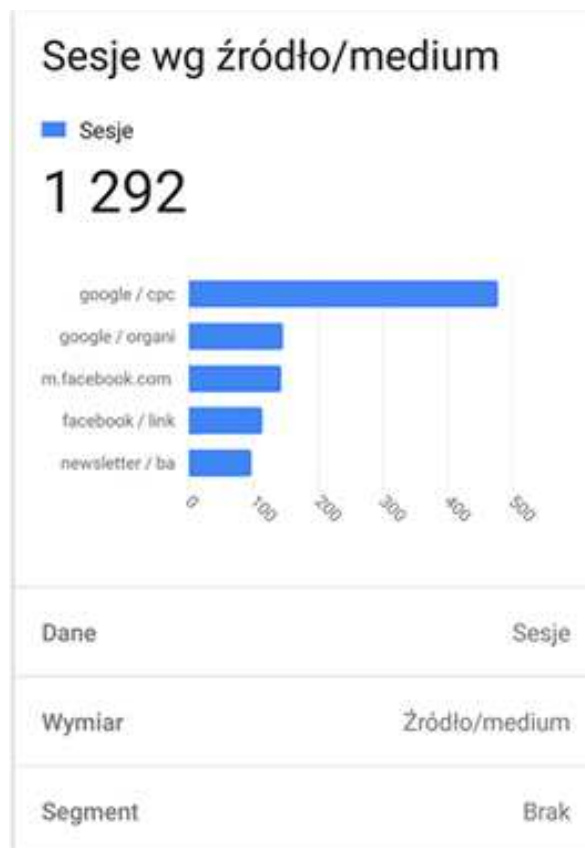
Social:

Facebook.com – 54,40 zł – 2 konwersje



Sesje witryny www wg medium

Medium	Sesje
Łącznie	1 292
cpc	479
referral	230
banner	183
organic	147
link	119
(none)	93
sms	38
button	3



www.monacollection.pl

kwi 2 – kwi 8 < >

Przychody wg domyślne grupowanie kanałów

Domyślne grupowanie kanałów	Przychody
Łącznie	PLN1 416,11
Display	PLN537,12
Organic Search	PLN387,01
Referral	PLN385,20
Social	PLN106,78
(Other)	PLN0,00
Direct	PLN0,00
Email	PLN0,00

Display:

Banner strona główna:

banner_homepage_blocks_model_13 – 260,64 zł – 2 konwersje

slider_homepage_spring_summer_13 – 70,82 zł – 1 konwersja

Newsletter:

mailing_mona_banner_homepage_14 – 205,66 zł – 1 konwersja

Organic Search:

106,78 zł – 4 konwersje

Social:

Facebook.com – 106,78 zł – 1 konwersja

Refferal:

aniamaluje.com – 226,80 zł – 1 konwersja

envie.pl – 57,60 zł – 1 konwersja

trójmiasto.wyborcza.pl – 100,80 zł - 1 konwersja

Dane sprzedażowe nie są pełne ze względu na brak poprawności implementacji wtyczki e-commerce na stronie www.monacollection.pl

Sesje witryny www wg medium

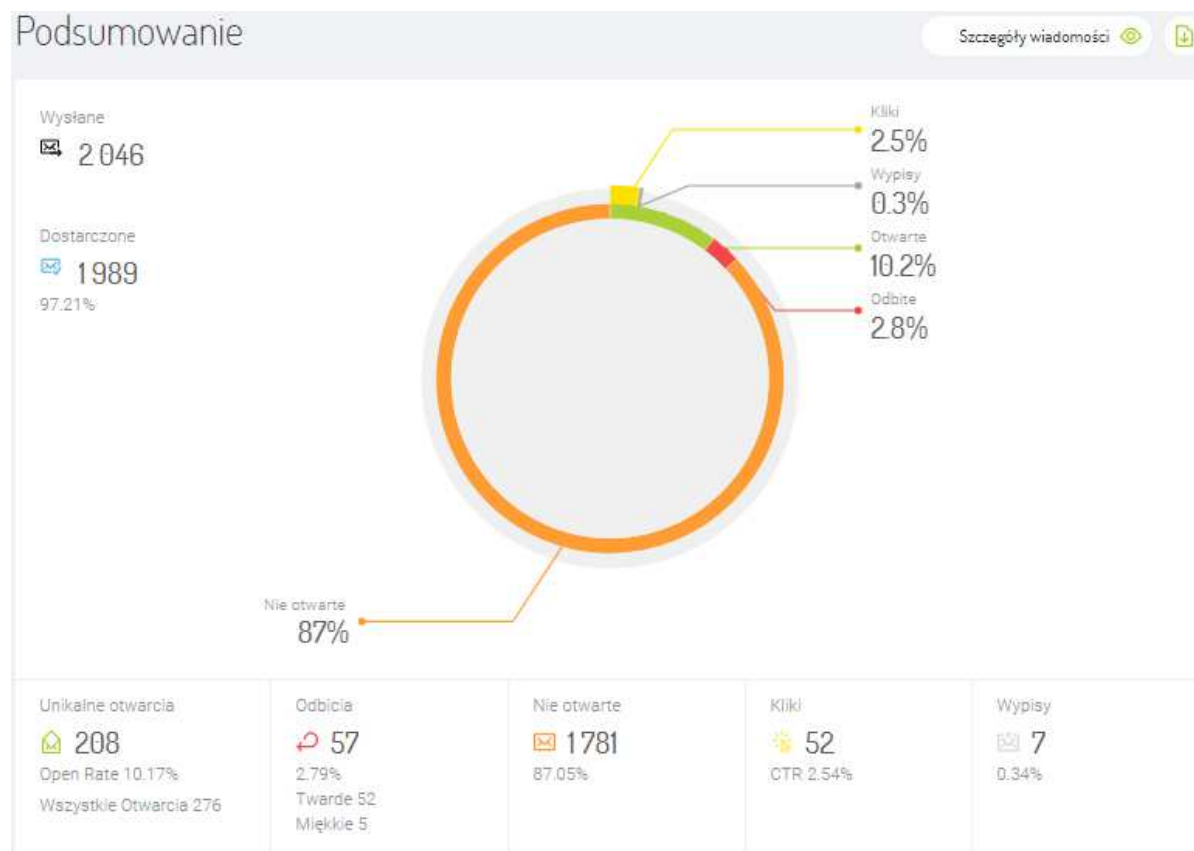
Sesje wg medium  	
Medium	Sesje
Łącznie	1 808
referral	1 058
organic	298
banner	219
(none)	213
link	15
email	5

Sesje wg źródło  	
Źródło	Sesje
Łącznie	1 808
aniamaluje.com	637
google	293
(direct)	213
homepage	123
newsletter	116
m.facebook.com	93
wyborcza.pl	55
envie.pl	46
warszawa.wyborcza.pl	25
krakow.wyborcza.pl	23

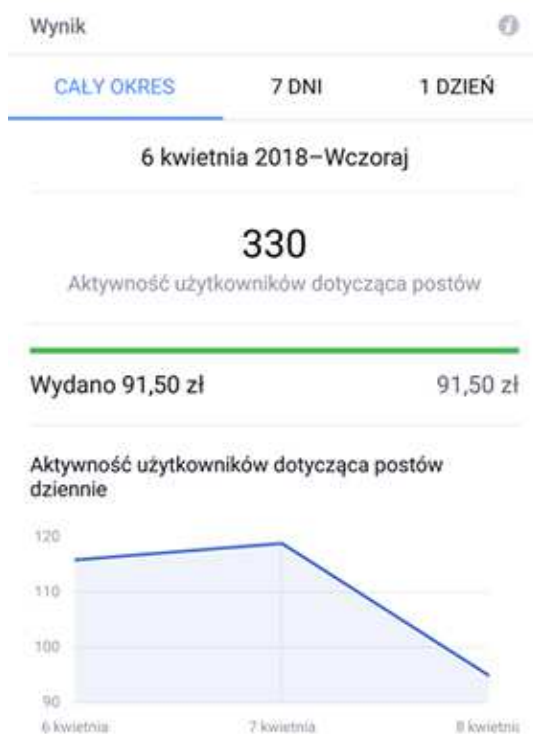
2 | Kampania promocyjna SPAIO

Międzynarodowy Dzień Sportu (darmowa wysyłka w dniach 6-8.04 / opaski kompresyjne -30%)

Wysyłka mailingu „Darmowa dostawa z okazji Światowego Dnia Sportu!” / FreshMail



Posty sponsorowane na Facebooku / Facebook Ads / menadżer reklam



SKUTECZNOŚĆ	
Koszt na Aktywność dotycząca posta	0,28 zł
Całkowity zasięg ⓘ	9702
Częstotliwość ⓘ	1,25
Wskaźnik trafności ⓘ	7
AKTYWNOŚĆ	
Reakcje na post	20
Komentarze do postu	1
Udostępnienia posta	--
Kliknięcia linku	282
Polubienia strony	8

PLEĆ	WIEK	UMIEJSCOWIENIA	LOKALIZACJA
WYNIKI CAŁOŚCIOWE			
18-24			
Aktywność użytkowników dotycząca postów		37	
Koszt na Aktywność dotycząca posta		0,35 zł	
Zobaczyło		1536	
25-34			
Aktywność użytkowników dotycząca postów		86	
Koszt na Aktywność dotycząca posta		0,26 zł	
Zobaczyło		2626	
35-44			
Aktywność użytkowników dotycząca postów		194	
Koszt na Aktywność dotycząca posta		0,27 zł	
Zobaczyło		5188	
45-54			
Aktywność użytkowników dotycząca postów		13	
Koszt na Aktywność dotycząca posta		0,34 zł	
Zobaczyło		352	



Facebook
Business
Manager

facebook

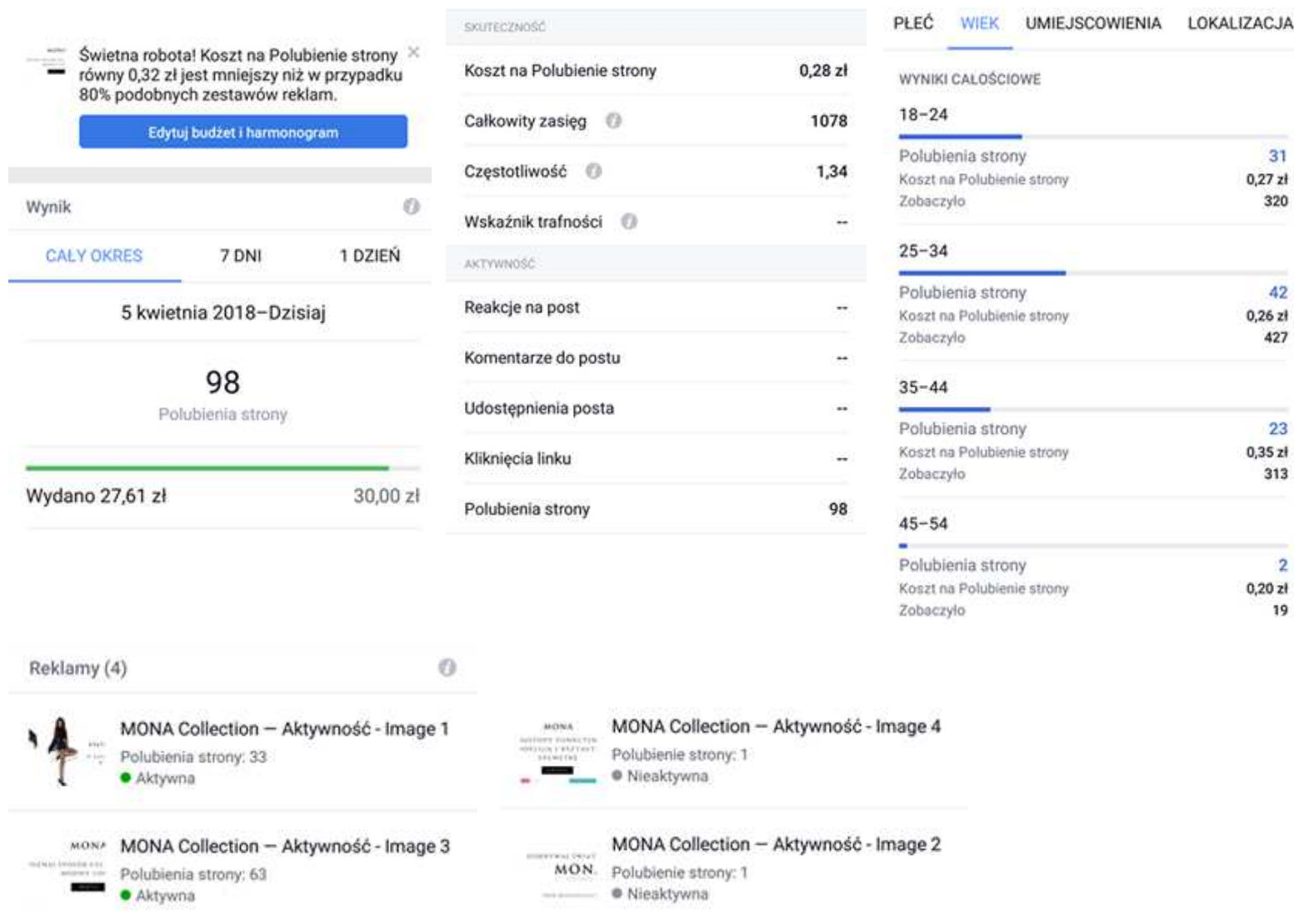
3 | Kampania promocyjna MONA

Kampania promująca witrynę www na serwisach wyborcza.pl (przekierowania na stronę www.monacollection.pl)

Zródło ?	Pozyskiwanie			Zachowanie			Konwersje E-commerce ▾		
	Użytkownicy ? ↓	Nowi użytkownicy ?	Sesje ?	Współczynnik odrzuceń ?	Strony / sesja ?	Śr. czas trwania sesji ?	Współczynnik konwersji e-commerce ?	Transakcje ?	Przychody ?
	190 % całości: 13,28% (1 431)	191 % całości: 14,57% (1 311)	201 % całości: 11,12% (1 808)	83,58% Śr. dla widoku danych: 49,50% (68,85%)	1,63 Śr. dla widoku danych: 4,49 (-63,64%)	00:00:40 Śr. dla widoku danych: 00:03:00 (-77,51%)	0,50% Śr. dla widoku danych: 0,66% (-25,04%)	1 % całości: 8,33% (12)	100,80 zł % całości: 7,12% (1 416,11 zł)
<input type="checkbox"/> 1. wyborcza.pl	53 (27,60%)	52 (27,23%)	55 (27,36%)	85,45%	1,40	00:00:35	0,00%	0 (0,00%)	0,00 zł (0,00%)
<input type="checkbox"/> 2. krakow.wyborcza.pl	23 (11,98%)	23 (12,04%)	23 (11,44%)	82,61%	1,35	00:00:08	0,00%	0 (0,00%)	0,00 zł (0,00%)
<input type="checkbox"/> 3. warszawa.wyborcza.pl	21 (10,94%)	22 (11,52%)	25 (12,44%)	88,00%	1,56	00:00:29	0,00%	0 (0,00%)	0,00 zł (0,00%)
<input type="checkbox"/> 4. czestochowa.wyborcza.pl	15 (7,81%)	15 (7,85%)	16 (7,96%)	87,50%	1,31	00:00:06	0,00%	0 (0,00%)	0,00 zł (0,00%)
<input type="checkbox"/> 5. lodz.wyborcza.pl	10 (5,21%)	10 (5,24%)	11 (5,47%)	63,64%	2,00	00:00:42	0,00%	0 (0,00%)	0,00 zł (0,00%)
<input type="checkbox"/> 6. trojmiasto.wyborcza.pl	8 (4,17%)	8 (4,19%)	8 (3,98%)	75,00%	5,50	00:02:47	12,50%	1 (100,00%)	100,80 zł (100,00%)
<input type="checkbox"/> 7. wyborcza.biz	7 (3,65%)	6 (3,14%)	7 (3,48%)	57,14%	1,57	00:03:45	0,00%	0 (0,00%)	0,00 zł (0,00%)
<input type="checkbox"/> 8. info.wyborcza.pl	6 (3,12%)	6 (3,14%)	7 (3,48%)	71,43%	2,57	00:00:34	0,00%	0 (0,00%)	0,00 zł (0,00%)
<input type="checkbox"/> 9. szczecin.wyborcza.pl	6 (3,12%)	6 (3,14%)	6 (2,99%)	83,33%	1,33	00:00:10	0,00%	0 (0,00%)	0,00 zł (0,00%)
<input type="checkbox"/> 10. torun.wyborcza.pl	6 (3,12%)	6 (3,14%)	6 (2,99%)	83,33%	1,17	00:00:29	0,00%	0 (0,00%)	0,00 zł (0,00%)

Promowanie witryny w social mediach

Post sponsorowany na polubienie fp @monatights



4 | Dane demograficzne

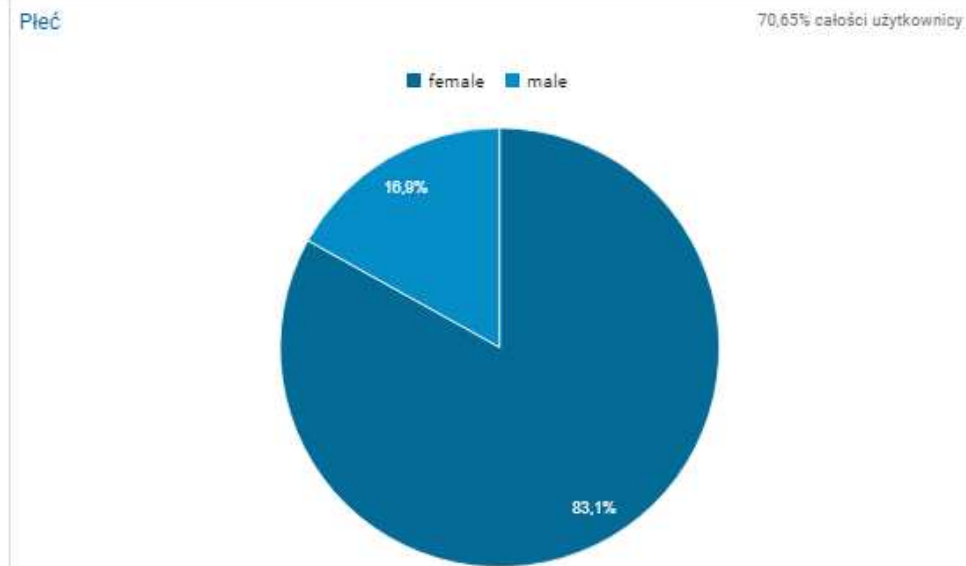
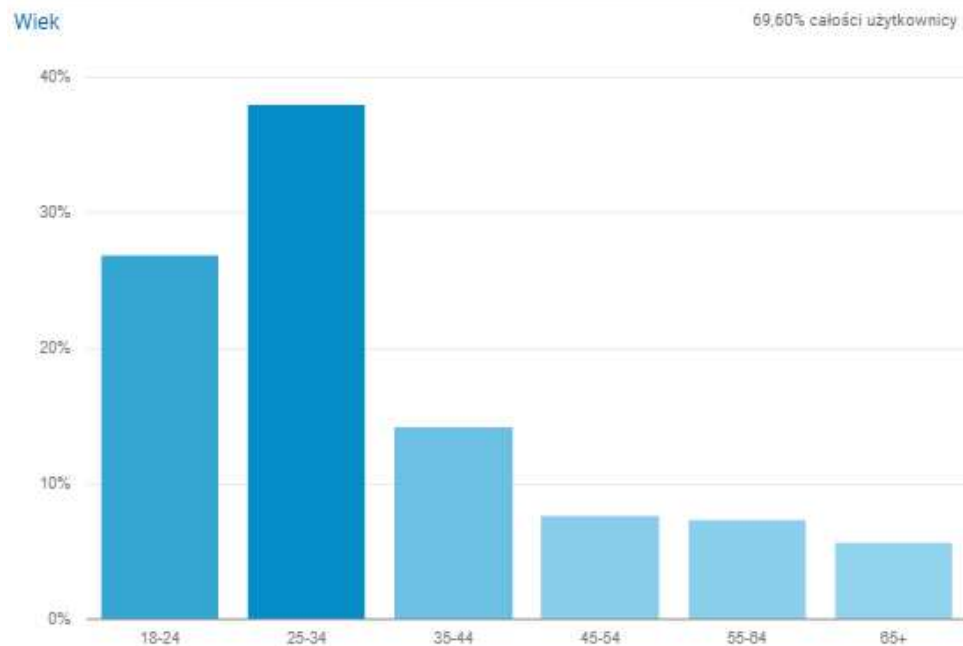
www.spaio.pl



Wszyscy użytkownicy
100,00% Użytkownicy

+ Dodaj segment

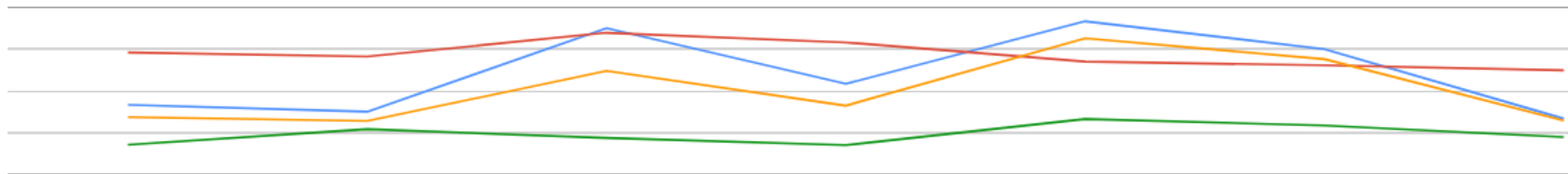
Podstawowe dane: Użytkownicy



5 | Zestawienie słów kluczowych

www.spaio.pl

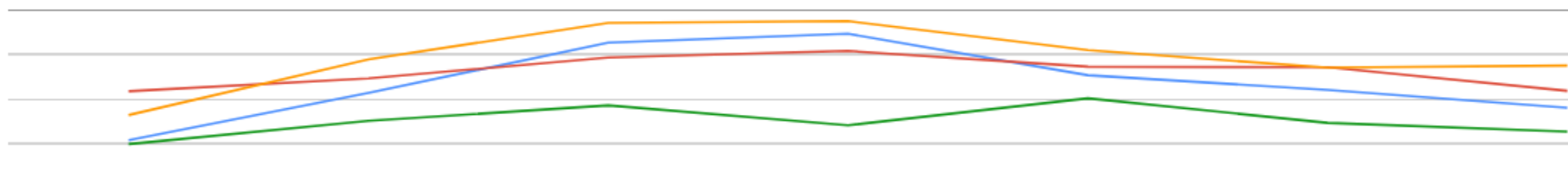
Łączna liczba kliknięć	Łączna liczba wyświetleń	Śr. CTR	Śr. pozycja
101	2 009	5,03%	38,1



	Zapytania	Kliknięcia	Wyświetlenia ▼	CTR	Pozycja
1	spaio 🔗	40	158	25,32%	2,7
2	top fitness 🔗	0	116	0%	3,4
3	bielizna termoaktywna 🔗	0	51	0%	57,3
4	odzież termoaktywna 🔗	0	40	0%	67,2
5	koszulki dziecięce 🔗	0	32	0%	60,2
6	kominiarka supreme 🔗	1	22	4,55%	6,8
7	bielizna termoaktywna damska 🔗	0	22	0%	67,2
8	skarpety termoaktywne 🔗	0	19	0%	86,8
9	bielizna termoaktywna męska 🔗	0	19	0%	69,8
10	kominiarka 🔗	0	18	0%	49,3

www.monacollection.pl

Łączna liczba kliknięć	Łączna liczba wyświetleń	Śr. CTR	Śr. pozycja
247	2 740	9,01%	24,8



Zapytania	Kliknięcia ▼	Wyświetlenia	CTR	Pozycja
1 mona ↗	35	678	5,16%	4,8
2 mona rajstopy ↗	34	49	69,39%	1,0
3 mona collection ↗	25	40	62,5%	3,0
4 monacollection ↗	18	25	72%	1,1
5 rajstopy mona ↗	17	58	29,31%	2,0
6 mona bielizna ↗	13	25	52%	2,1
7 mona rajstop ↗	10	21	47,62%	1,6
8 mona tights ↗	7	17	41,18%	5,3
9 mona collection sklep ↗	2	4	50%	1,0
10 tespol ↗	2	100	2%	4,3

Dzięki za uwagę i udanego tygodnia!



Analiza została stworzona w oparciu o wykorzystanie programów i aplikacji:

Google Analytics, Google AdWords, Google Search Console

Facebook, Facebook Ads, Menadżer stron fp

FreshMail, SerwerSMS, Bit.ly

Canva, AirBrush