

Analiza 524 e-sklepów z 32 branż!

Ruch organiczny

Kategoria



1 miejsce

Zdrowie

1 715 007



2 miejsce

Zakupy, ogłoszenia i marketplace

499 737



3 miejsce

Zwierzęta

445 701

4 miejsce

Elektronika i technologia

304 893

5 miejsce

Dom i ogród

206 419

6 miejsce

Kosmetyki i uroda

152 950

7 miejsce

Finanse i ubezpieczenia

148 635

8 miejsce

Motoryzacja

124 436

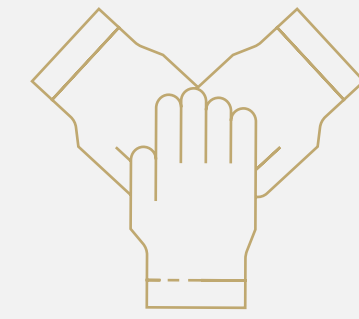
Ranking blogów w e-commerce

Zobacz, jak najlepsze sklepy internetowe wykorzystują content marketing do pozyskania ruchu organicznego i zdobądź przewagę nad konkurencją.


10 kwietnia 2024


Partner główny


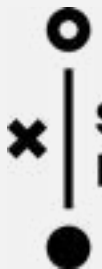
SENUTO






Partnerzy raportu

IdoSell. **Satisfly** **TrustMate**  **cyber_Folks™** **spyrosoft**
| ECOMMERCE

BRAND24  **GetResponse** **SkyShop** **sembot** **shoper**

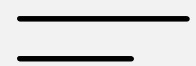
conVersion **Fast White Cat**  **PACKETA** **CASBEG**  **strategic mind** **erbeo**

CONTADU  **whitepress®**  **edrone** **'merce**  **HOSTERSI**

Partnerzy medialni

MARKETER+  **E-COMMERCE W PRAKTYCE**  **MARKETING przy kawie** **TEORIA BIZNESU.PL** **sprawny.marketing**

qo//obi.pl **portalmedialny|pl**  **CONTENT MARKETING POLSKA**  **eGospodarka.pl** **Poradnik Internetu dla Twojej Firmy**  **PR**
PUBLICRELATIONS.PL



Raport blogów e-commerce

Wstęp	4
Co nowego w edycji 2024?	6
Podsumowanie raportu	
Statystyki contentu w e-commerce	7
Wyróżnione blogi e-commerce	8
Ranking branż e-commerce	9
Wnioski	15
Rankingi blogów w e-commerce	
Armatura łazienkowa	17
Artykuły gospodarstwa domowego	22
Biżuteria i zegarki	27
Dom i ogród	32
Domeny i hosting	37
Elektronika i technologia	42
Erotyka	47
Finanse i ubezpieczenia	52
Hobby i zainteresowania	57
Jedzenie i catering	62
Kosmetyki i uroda	67
Książki i wydawnictwa	73

Medycyna	78
Moda	83
Motoryzacja	88
Narzędzia	93
Okulary i soczewki	98
Oprogramowanie i gry komputerowe	103
Podróże	108
Projekty domów	113
Przemysł, artykuły techniczne i biurowe	118
Rodzina i dzieci	123
Rośliny	128
Sport i rekreacja	133
Suplementy i odżywki	138
Sztuka, rozrywka i prezenty	143
Ślub i wesele	148
Wyroby tytoniowe i konopne	153
Wystrój wnętrz i dekoracje	158
Zakupy, ogłoszenia i marketplace	163
Zdrowie	168
Zwierzęta	172
Metodologia	178
Partnerzy	184

Wstęp



Wojtek Mazur, Elephate Founder

Celem tego raportu jest wyróżnienie marek e-commerce, które realizują najsukuteczniejsze działania SEO i content marketingowe za pomocą bloga. Ponadto chcemy umożliwić wszystkim

prowadzącym blogi w sklepach internetowych porównanie swoich wyników do konkurencji i zaczerpnięcie inspiracji od liderów branży.

Przeanalizowaliśmy setki sklepów podzielonych na 32 kategorie, aby wyłonić blogi, które zdobywają najwięcej bezpłatnego ruchu organicznego z wyszukiwarki Google.

Poza interesującymi danymi i statystykami, w raporcie znajdziesz także wiele inspirujących wypowiedzi ekspertów, odpowiadających na najważniejsze zagadnienia powiązane z content marketingiem i SEO w e-commerce.

Zapraszamy do lektury!

Chcesz omówić wyniki swojego sklepu na tle konkurencji?

Umów się na bezpłatną konsultację

- 524 sklepy internetowe

• 32 branże

Średnia liczba zindeksowanych artykułów w Google

Zakupy, ogłoszenia i marketplace	2729
Elektronika i technologia	1178
Zdrowie	1100
Dom i ogród	935
Suplementy i odżywki	580
Moda	557
Zwierzęta	510
Motoryzacja	411
Finanse i ubezpieczenia	411
Sport i rekreacja	398
Programowanie i gry komputerowe	369
Techniczne i biurowe	351
	341
	332

Najważniejsze założenia metodologii raportu

Dane eksportowano przy pomocy narzędzia Senuto i odnoszą się do wyszukiwarki Google. Statystyki pochodzą z **01.03.2024 r.**

Ze względów analitycznych raport dotyczy wyłącznie tych serwisów, które publikują content:

- ⦿ w dedykowanej sekcji w serwisie e-commerce;
- ⦿ na subdomenie serwisu e-commerce;
- ⦿ bez dedykowanej sekcji lub subdomeny, ale adresy URL w serwisie e-commerce zawierają jeden z identyfikatorów wymienionych w metodologii (np. blog-pol).

Pominięte zostały odrębne domeny, przynależące do tej samej organizacji. W przypadku serwisów dysponujących jednocześnie sekcją contentową na domenie głównej oraz subdomenie, dane przedstawione w raporcie dotyczą ich sumy.

Sekcja contentowa w serwisach e-commerce to część witryny zawierająca treści o charakterze informacyjnym, edukacyjnym lub rozrywkowym mające na celu angażowanie i przyciąganie uwagi odwiedzających.

Raport zawiera dane dotyczące od 12 do 20 serwisów e-commerce z sekcjami contentowymi o największym estymowanym ruchu organicznym w określonej branży.

Jeżeli w rankingu nie uwzględniono popularnej marki, mogło tak się wydarzyć z jednego z następujących powodów:

- ⦿ brak wydzielonej sekcji contentowej, wyróżnionej w adresie URL;
- ⦿ ruch sekcji contentowej niekwalifikujący się do TOP15 w danej branży;
- ⦿ serwis nie został zinterpretowany jako e-commerce.

Podczas analizy danych celowo nie wzięto pod uwagę wydzielonych biur prasowych, ponieważ ich celem nie jest przekazywanie wartości użytkownikom i bezpośrednie wspieranie sprzedaży.

Pozostałe szczegóły dotyczące wszystkich danych, ich eksportu oraz analityki zostały zamieszczone w metodologii.

Ranking blogów w e-commerce

Co nowego w edycji 2024?

+ **68%**

o tyle zwiększyliśmy zakres branż względem raportu z 2023 roku.

+ **32**

wypowiedzi ekspertów rynku e-commerce.

+ **44%**

to 159 nowych sklepów internetowych uwzględnionych w raporcie.

○ **25%**

zwiększyliśmy liczbę analizowanych sklepów w wybranych branżach.

W **edycji 2023** analiza oparta była na **19 branżach** i **365 sklepach internetowych**.

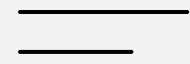
W edycji 2024 raportu eksperci Elephate przeanalizowali łącznie aż **524 e-sklepy z 32 branż!**

Pod lupę wzięli **13 nowych obszarów rynkowych**, a wśród nich:

Armatura łazienkowa	Medycyna	Rośliny
Domeny i hosting	Narzędzia	Ślub i wesele
Erotyka	Okulary i soczewki	Wyroby tytoniowe i konopne
Finanse i ubezpieczenia	Oprogramowanie i gry komputerowe	Wystrój wnętrz i dekoracje
	Projekty domów	

Swoim know-how na łamach raportu podzielili się nasi Partnerzy. Ich komentarze nie tylko dostarczają cennych danych i statystyk, ale także inspirują i pozwalają lepiej zrozumieć trendy oraz wyzwania, jakie stoją przed przedsiębiorcami działającymi online.

Tym razem głos zabrało aż **32 ekspertów liderów rynku e-commerce!** Zapoznaj się z naszym raportem i zdobądź przewagę konkurencyjną w sieci!



Statystyki contentu w e-commerce

Przeciętny ruch organiczny artykułu na blogu e-commerce

386 użytkowników miesięcznie

Przeciętny ruch organiczny bloga w e-commerce

ok. 170 000 odwiedzin miesięcznie

Średnia liczba artykułów na blogu zindeksowanych w Google

443

Branża z największym średnim ruchem organicznym generowanym przez content

Zdrowie:
1 715 007

Branża z największym udziałem contentu w całości ruchu organicznego

Zwierzęta:
77,38%

Branża z największą średnią liczbą zindeksowanych artykułów

Zakupy, Ogłoszenia i Marketplace:
2 729

Branża z najniższym udziałem artykułów bez ruchu organicznego

Zdrowie:
2,90%

Udział artykułów bez ruchu organicznego w e-commerce

6,91%

Wyróżnione blogi e-commerce




BLOGI Z NAJWIĘKSZYM MIESIĘCZNYM RUCHEM

	Domena	Sekcja contentowa	Organiczny ruch sekcji contentowych
I miejsce	 DOZ.PL	doz.pl/czytelnia/	7 436 673
II miejsce	 wapteka.pl	wapteka.pl/blog/	5 243 936
III miejsce	 morele	morele.net/wiadomosci/ home.morele.net scroll.morele.net	4 385 773

NAJWIĘKSZA LICZBA FRAZ KLUCZOWYCH BLOGA W TOP3 WYNIKÓW WYSZUKIWANIA GOOGLE

	Domena	Sekcja contentowa	Frazy w TOP3 sekcji contentowych
I miejsce	 Gemini.pl	gemini.pl/poradnik/	120 472
II miejsce	 morele	morele.net/wiadomosc/ scroll.morele.net home.morele.net	111 816
III miejsce	 DOZ.PL	doz.pl/czytelnia/	62 721

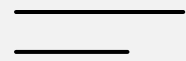
NAJMNIĘSZA ŚREDNIA LICZBA ARTYKUŁÓW POTRZEBNYCH DO OSIĄGNIĘCIA 10 TYS. ORGANICZNYCH ODSŁON MIESIĘCZNIE

	Domena	Sekcja contentowa	Liczba artykułów
I miejsce	 euroflorist	euroflorist.pl/blog/	1,65
II miejsce	 OLMED	aptekaolmed.pl/blog/	2,4
III miejsce	 wapteka.pl	wapteka.pl/blog/	2,42

BLOGI Z NAJWIĘKSZĄ LICZBĄ ARTYKUŁÓW ZINDEKSOWANYCH W GOOGLE

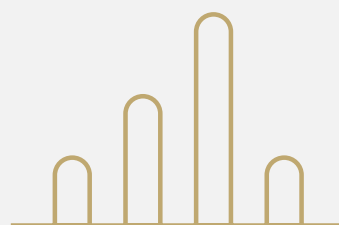
	Domena	Sekcja contentowa	Liczba zindeksowanych artykułów
I miejsce	 allegro	allegro.pl/premiery/ allegro.pl/artykuly/ allegro.pl/inspiracje/	11 174
II miejsce	 morele	morele.net/wiadomosc/ scroll.morele.net home.morele.net	8 878
III miejsce	 CENEO	ceneo.pl/poradniki/%tytuł-wpisu% info.ceneo.pl/blog magazyn.ceneo.pl/ biznes.ceneo.pl/blog ekspert.ceneo.pl/	7 231





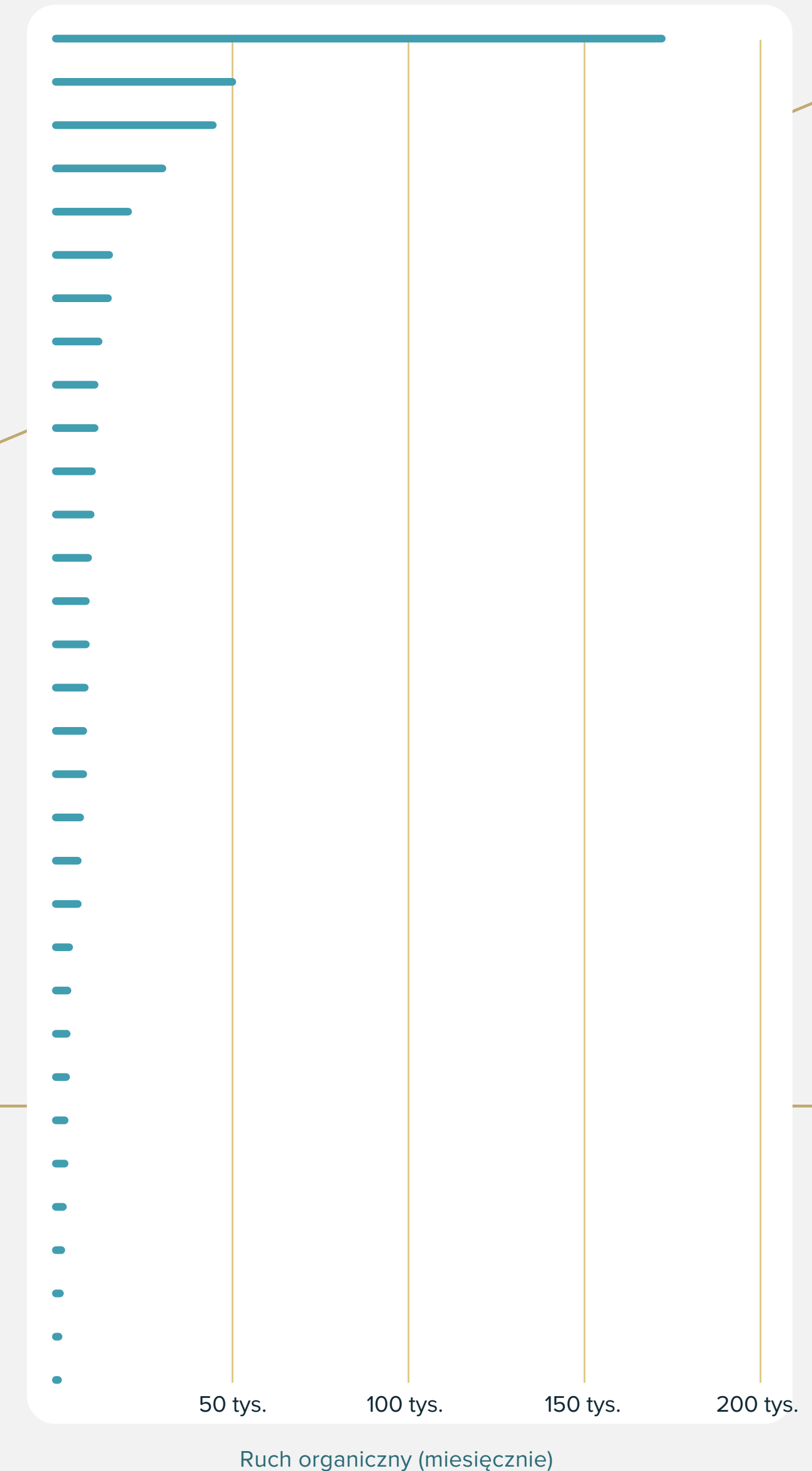
Podsumowanie raportu

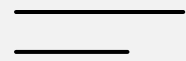
Ranking branż e-commerce



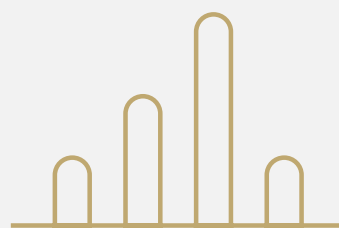
Przeciętny ruch organiczny na blogach (miesięcznie)

Zdrowie	1 715 007
Zakupy, ogłoszenia i marketplace	499 737
Zwierzęta	445 701
Elektronika i technologia	304 893
Dom i ogród	206 419
Kosmetyki i uroda	152 950
Finanse i ubezpieczenia	148 635
Motoryzacja	124 436
Podróże	110 615
Artykuły gospodarstwa domowego	109 330
Jedzenie i catering	107 709
Rośliny	100 645
Suplementy i odżywki	92 421
Medycyna	88 238
Sztuka, rozrywka i prezenty	87 908
Rodzina i dzieci	81 386
Projekty domów	81 298
Sport i rekreacja	80 419
Ślub i wesele	72 239
Moda	66 402
Przemysł, artykuły techniczne i biurowe	61 065
Książki i wydawnictwa	41 298
Hobby i zainteresowania	37 519
Oprogramowanie i gry komputerowe	33 647
Domeny i hosting	30 764
Biżuteria i zegarki	29 698
Wystrój wnętrz i dekoracje	28 320
Armatura łazienkowa	20 409
Okulary i soczewki	16 603
Narzędzia	16 454
Erotyka	7 778
Wyroby tytoniowe i konopne	5 879



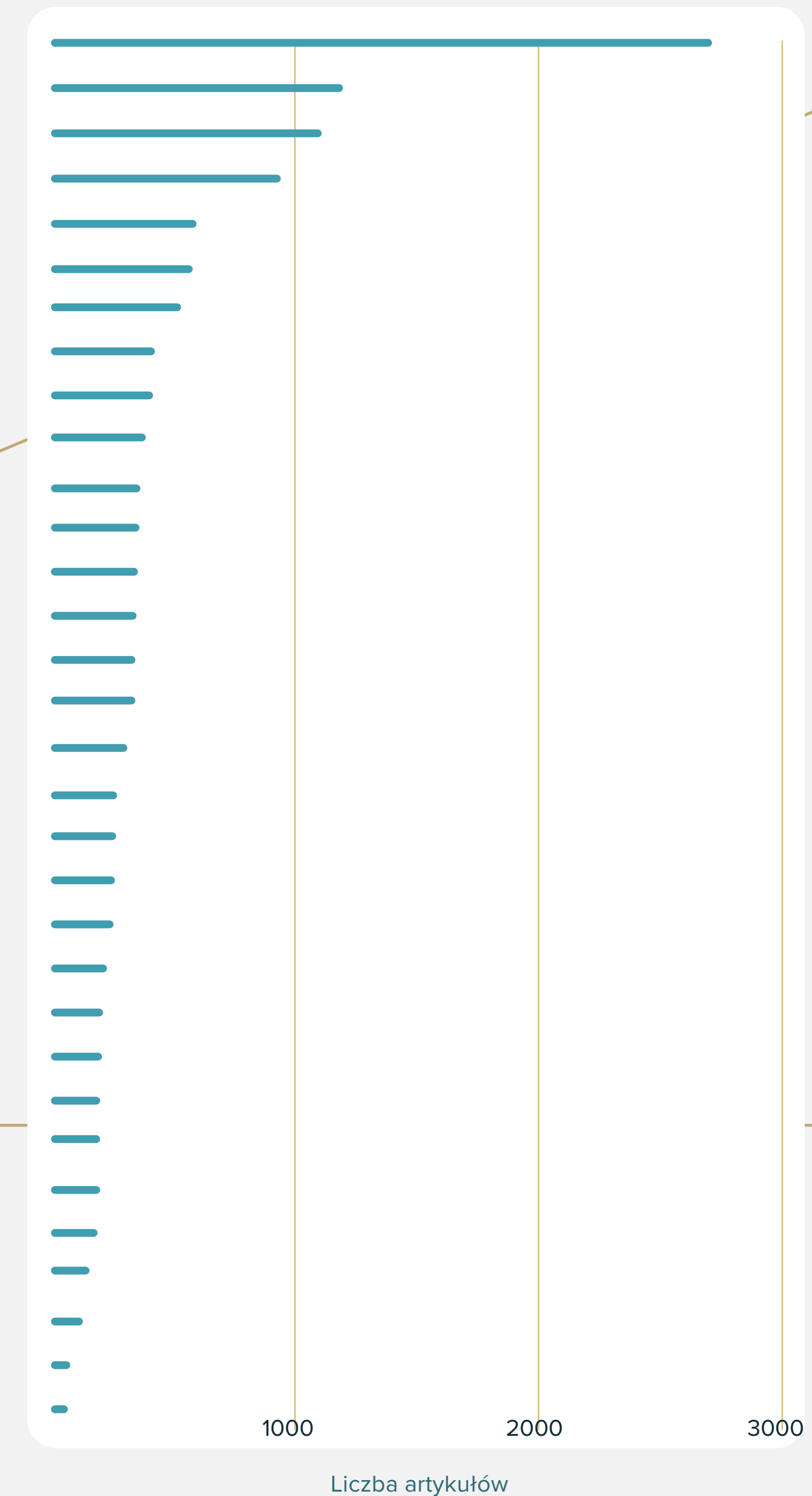


Ranking branż e-commerce



Średnia liczba zindeksowanych artykułów w Google

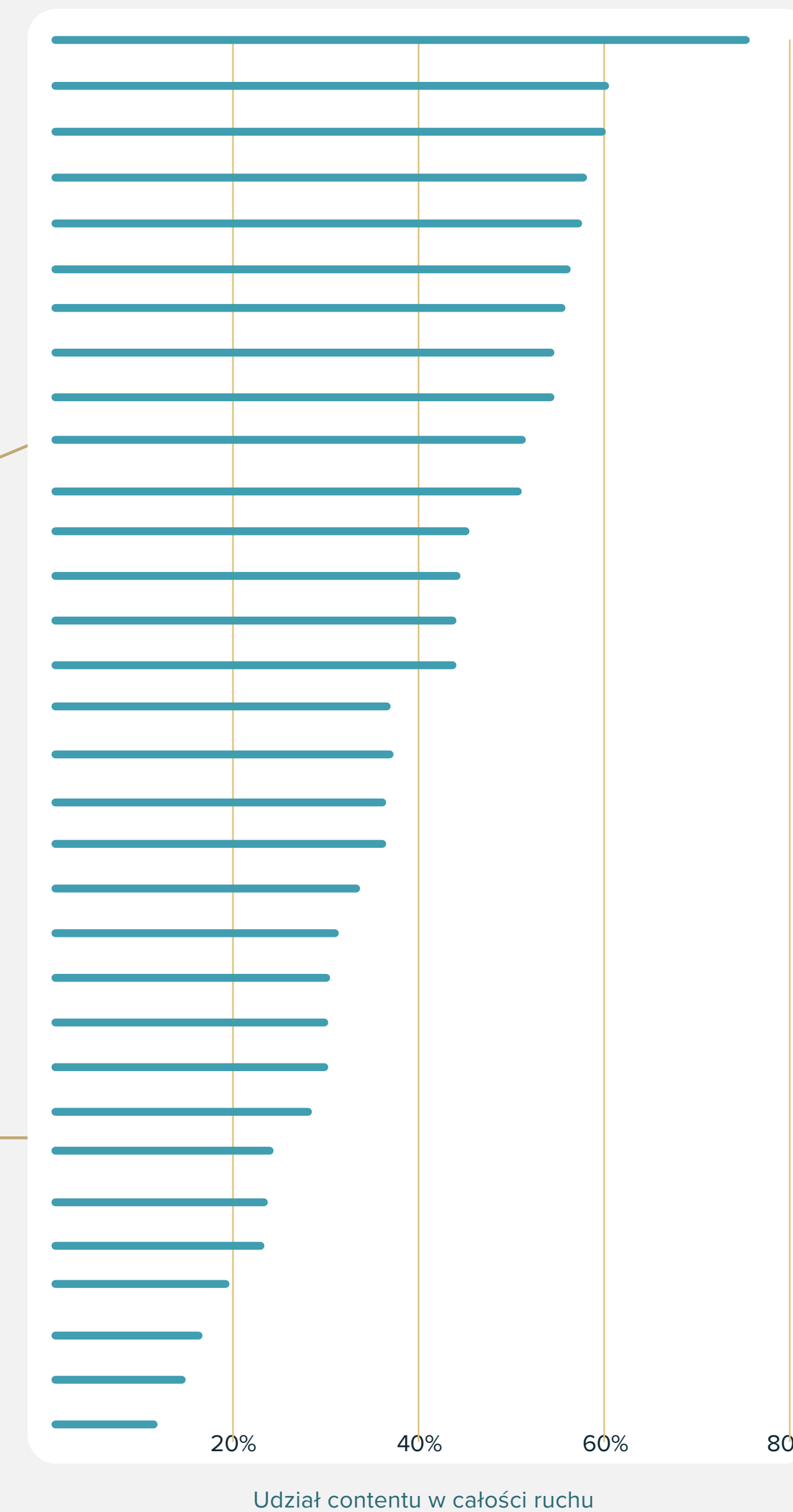
Zakupy, ogłoszenia i marketplace	2 729
Elektronika i technologia	1 178
Zdrowie	1 100
Dom i ogród	935
Suplementy i odżywki	580
Moda	557
Zwierzęta	510
Motoryzacja	411
Finanse i ubezpieczenia	398
Sport i rekreacja	369
Oprogramowanie i gry komputerowe	351
Przemysł, artykuły techniczne i biurowe	341
Kosmetyki i uroda	332
Projekty domów	331
Jedzenie i catering	328
Artykuły gospodarstwa domowego	325
Podróże	292
Domeny i hosting	247
Wystrój wnętrz i dekoracje	245
Ślub i wesele	240
Sztuka, rozrywka i prezenty	235
Książki i wydawnictwa	209
Rodzina i dzieci	189
Armatura łazienkowa	187
Narzędzia	183
Medycyna	181
Hobby i zainteresowania	180
Rośliny	174
Bizuteria i zegarki	136
Okulary i soczewki	110
Wyroby tytoniowe i konopne	51
Erotyka	48



Ranking branż e-commerce

Przeciętny udział ruchu organicznego na blogach w całości ruchu

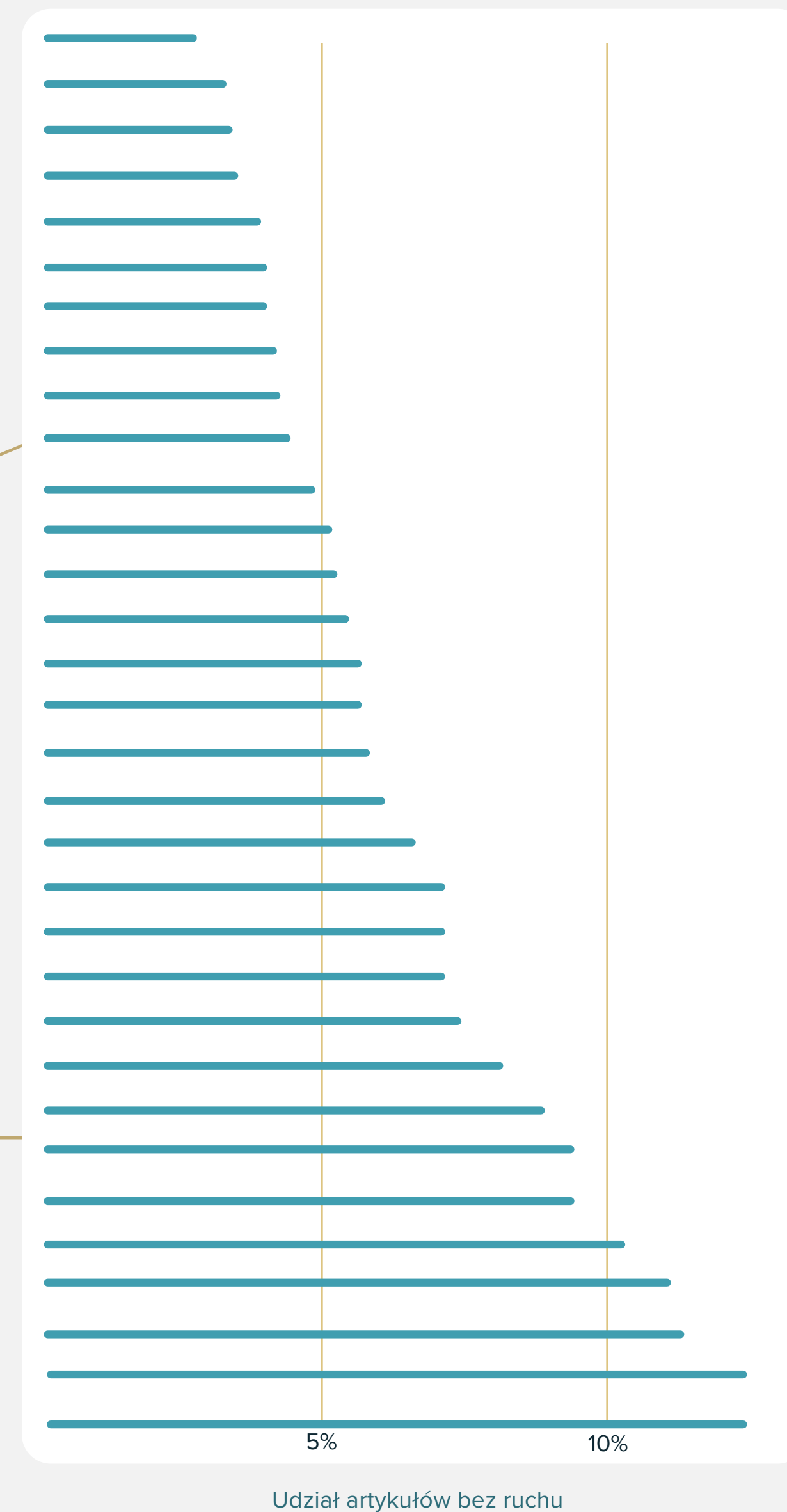
Zwierzęta	77.38%
Przemysł, artykuły techniczne i biurowe	61.58%
Kosmetyki i uroda	61.05%
Jedzenie i catering	59.17%
Zdrowie	58.60%
Suplementy i odżywki	57.31%
Medycyna	56.88%
Motoryzacja	55.40%
Artykuły gospodarstwa domowego	55.19%
Domeny i hosting	52.41%
Biżuteria i zegarki	52.09%
Hobby i zainteresowania	45.95%
Ślub i wesele	44.98%
Oprogramowanie i gry komputerowe	44.44%
Rodzina i dzieci	44.09%
Sport i rekreacja	37.14%
Finanse i ubezpieczenia	36.92%
Wyroby tytoniowe i konopne	36.66%
Projekty domów	36.23%
Elektronika i technologia	33.61%
Dom i ogród	31.30%
Narzędzia	30.49%
Sztuka, rozrywka i prezenty	30.14%
Książki i wydawnictwa	29.69%
Wystrój wnętrz i dekoracje	27.76%
Armatura łazienkowa	24.18%
Erotyka	23.33%
Okulary i soczewki	22.55%
Rośliny	18.93%
Moda	15.98%
Zakupy, ogłoszenia i marketplace	13.98%
Podróże	10.90%



Ranking branż e-commerce

Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego na blogach

Zdrowie	2.90%
Rośliny	3.44%
Zwierzęta	3.49%
Narzędzia	3.67%
Kosmetyki i uroda	4.03%
Motoryzacja	4.10%
Hobby i zainteresowania	4.16%
Sport i rekreacja	4.38%
Jedzenie i catering	4.45%
Finanse i ubezpieczenia	4.61%
Dom i ogród	5.07%
Medycyna	5.36%
Podróże	5.43%
Rodzina i dzieci	5.65%
Bizuteria i zegarki	5.92%
Ślub i wesele	5.92%
Moda	6.08%
Przemysł, artykuły techniczne i biurowe	6.39%
Wystrój wnętrz i dekoracje	6.97%
Suplementy i odżywki	7.47%
Książki i wydawnictwa	7.50%
Wyroby tytoniowe i konopne	7.51%
Elektronika i technologia	7.82%
Oprogramowanie i gry komputerowe	8.58%
Artykuły gospodarstwa domowego	9.38%
Zakupy, ogłoszenia i marketplace	9.88%
Sztuka, rozrywka i prezenty	9.93%
Okulary i soczewki	10.87%
Projekty domów	11.79%
Erotyka	11.96%
Armatura łazienkowa	13.15%
Domeny i hosting	13.16%

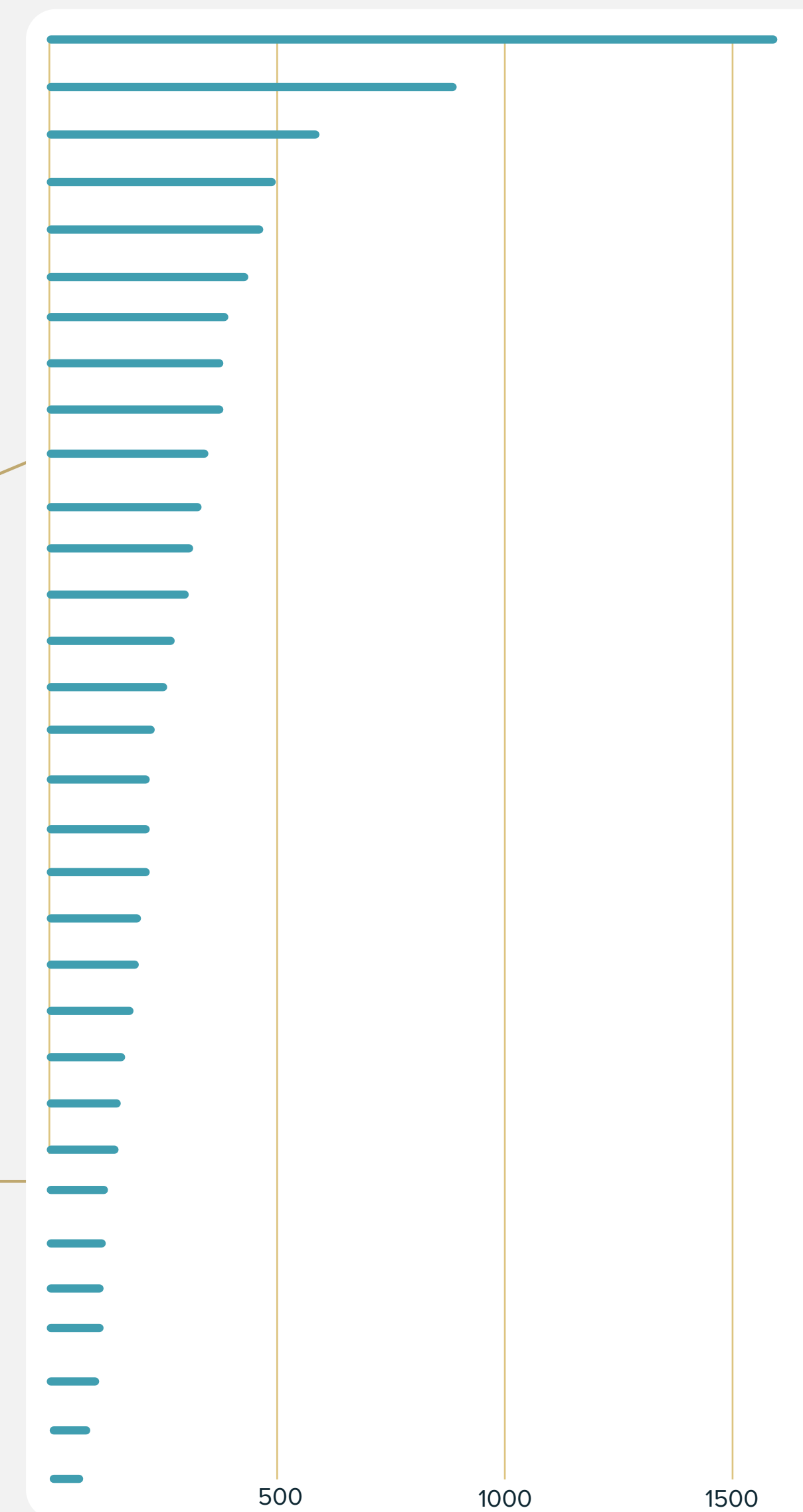




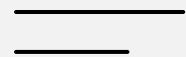
Ranking branż e-commerce

Przeciętny ruch organiczny jednego artykułu

Zdrowie	1 559
Zwierzęta	873
Rośliny	577
Medycyna	486
Kosmetyki i uroda	461
Rodzina i dzieci	431
Podróże	379
Finanse i ubezpieczenia	374
Sztuka, rozrywka i prezenty	374
Artykuły gospodarstwa domowego	336
Jedzenie i catering	328
Motoryzacja	302
Ślub i wesele	301
Elektronika i technologia	259
Projekty domów	246
Dom i ogród	221
Bizuteria i zegarki	218
Sport i rekreacja	218
Hobby i zainteresowania	209
Książki i wydawnictwa	197
Zakupy, ogłoszenia i marketplace	183
Przemysł, artykuły techniczne i biurowe	179
Erotyka	163
Suplementy i odżywki	159
Okulary i soczewki	151
Domeny i hosting	125
Moda	119
Wyroby tytoniowe i konopne	116
Wystrój wnętrz i dekoracje	116
Armatura łazienkowa	109
Oprogramowanie i gry komputerowe	96
Narzędzia	90



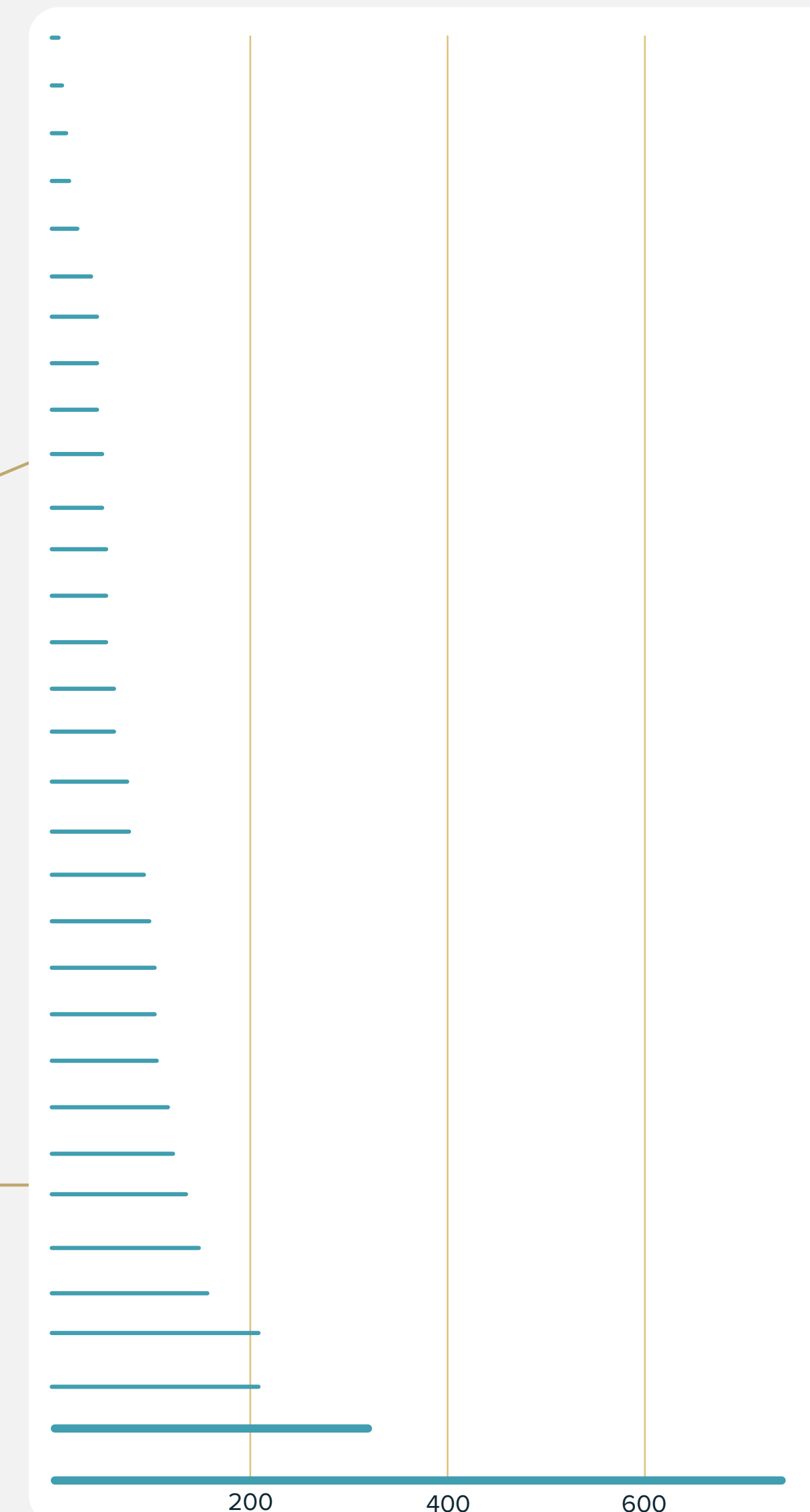
Przeciętny ruch artykułu (miesięcznie)



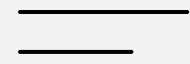
Ranking branż e-commerce

Liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon

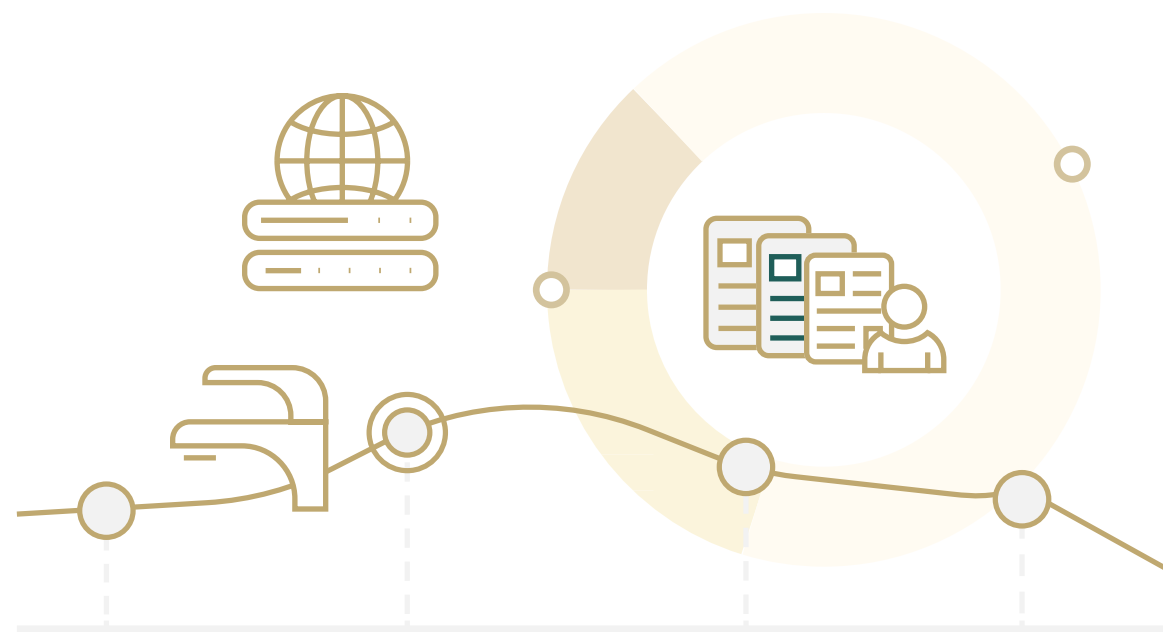
Zdrowie	10
Zwierzęta	17
Rośliny	21
Kosmetyki i uroda	23
Medycyna	30
Jedzenie i catering	41
Elektronika i technologia	47
Finanse i ubezpieczenia	49
Motoryzacja	50
Sztuka, rozrywka i prezenty	57
Artykuły gospodarstwa domowego	57
Rodzina i dzieci	58
Przemysł, artykuły techniczne i biurowe	60
Biżuteria i zegarki	62
Sport i rekreacja	64
Dom i ogród	69
Książki i wydawnictwa	79
Suplementy i odżywki	82
Wyroby tytoniowe i konopne	100
Podróże	100
Moda	108
Wystrój wnętrz i dekoracje	109
Hobby i zainteresowania	112
Ślub i wesele	119
Oprogramowanie i gry komputerowe	125
Zakupy, ogłoszenia i marketplace	139
Okulary i soczewki	155
Narzędzia	164
Domeny i hosting	212
Projekty domów	214
Armatura łazienkowa	326
Erotyka	737



Liczba artykułów



Wnioski



W branżach **armatura łazienkowa** oraz **domeny i hosting** zauważono największy odsetek artykułów bez ruchu organicznego. Oznacza to, że zainteresowanie contentem z tych segmentów rynku jest dość niskie. **Wniosek ten potwierdzają statystyki dotyczące przeciętnego ruchu organicznego:** dokładnie te same branże zamykają listę kategorii z najniższą liczbą odsłon blogów.



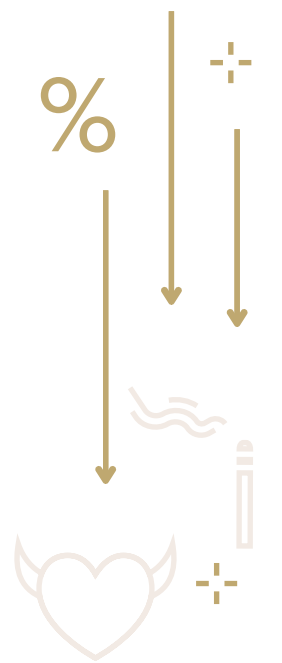
Branża zdrowotna generuje największy ruch organiczny na sekcjach contentowych. To tego rodzaju treści użytkownicy konsumują najczęściej, dlatego prowadząc biznes w tej specjalizacji, szczególnie warto realizować działania blogowe.

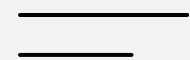


Blogi z największą liczbą fraz kluczowych w TOP3 i TOP10 nie zawsze generują największy ruch organiczny, ponieważ większe znaczenie ma popularność pozycjonowanych wyrażień.



Z kolei **najniższy ruch organiczny** na blogach generowany jest przez branżę **wyrobów tytoniowych i konopnych** oraz **erotykę**.



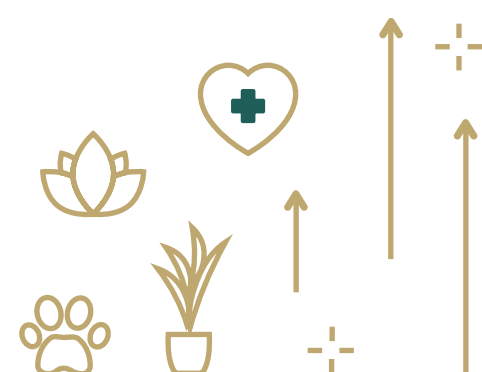


Wnioski

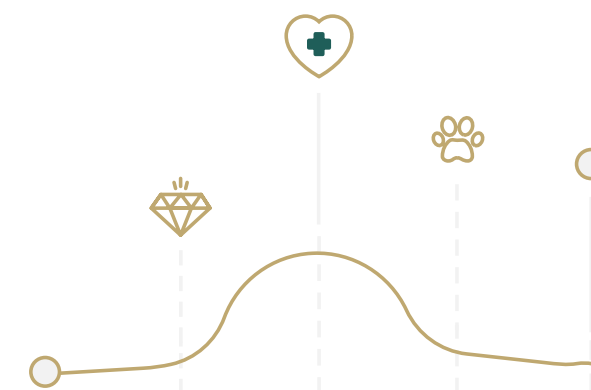


Najpopularniejsze blogi e-commerce

w Polsce według ruchu organicznego to: DOZ, Wapteka oraz Morele.



Zdrowie, zwierzęta, rośliny, medycyna oraz kosmetyki i uroda to branże, w których przeciętny ruch organiczny jednego artykułu jest najwyższy. Dokładnie te same kategorie potrzebują najmniejszej liczby publikacji, aby osiągnąć 10 tysięcy odsłon. To obszary rynku, w których działania contentowe należy potraktować jako must-have strategii marketingowej.



Największy udział organicznego ruchu blogowego względem całego serwisu zanotowała branża **zwierzęca**. Jednocześnie w tej kategorii zauważono niski udział artykułów bez ruchu organicznego. To tematyka ciesząca się dużym zainteresowaniem czytelników.

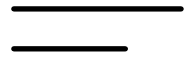


Na blogach poddanych analizie **średni udział artykułów z zerowym ruchem organicznym wynosi prawie 7%**. To odsetek publikacji, które nie generują zainteresowania użytkowników lub nie są właściwie zoptymalizowane pod SEO.



Największą liczbę zindeksowanych artykułów

mają sekcje contentowe należące do Allegro, Morele oraz Ceneo.



Branża

Armatura łazienkowa

01



Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Armatura łazienkowa



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

20 409



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

187



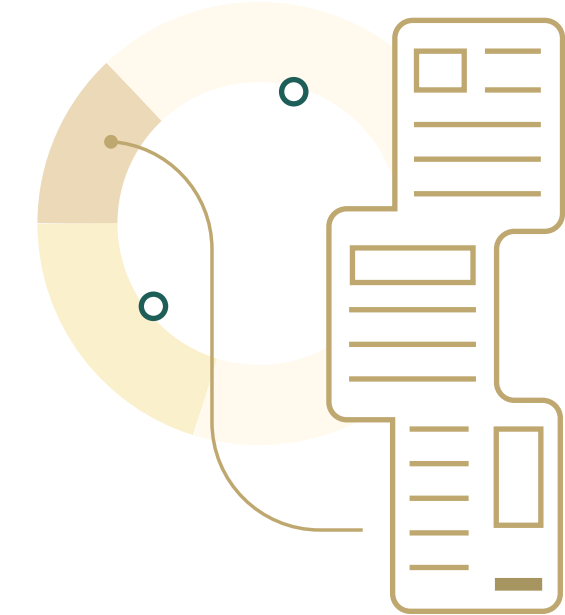
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

24,18%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

13,15%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

109



ARMATURA ŁAZIENKOWA

Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
1 cersanit.com.pl	cersanit.com.pl/porady-i-inspiracje/	63661	212273	29.99%	302	11	3.64%	47.44	1411	3609	cersanit.com.pl/porady-i-inspiracje/lazienka-we(...)	8681
2 lazienkarium.pl	lazienkarium.pl/blog/	47158	81010	58.21%	303	18	5.94%	64.25	1937	4833	lazienkarium.pl/blog/aktualnosci/ile-kosztuje-p(...)	5147
3 lazienkaplus.pl	lazienkaplus.pl/pl/porady/	43425	258800	16.78%	292	28	9.59%	67.24	1388	3368	lazienkaplus.pl/pl/porady/5-sprawdzonych-sposob(...)	3984
4 twojabateria.pl	twojabateria.pl/inspiracje/	41002	55215	74.26%	323	15	4.64%	78.78	1355	3044	twojabateria.pl/inspiracje/35-prysznic-bez-brod(...)	4033
5 mexen.pl	mexen.pl/blog/	40495	155803	25.99%	315	19	6.03%	77.79	1675	4276	mexen.pl/blog/praktyczne-porady-w-kuchni/jak-po(...)	3315
6 in360.pl	in360.pl/porady/	20942	61688	33.95%	196	18	9.18%	93.59	850	2146	in360.pl/porady/mala-lazienka-jak-optycznie-pow(...)	1892
7 tanielazienka.com	tanielazienka.com/pl/n/list	13903	20287	68.53%	92	17	18.48%	66.17	544	1576	tanielazienka.com/blog-cieniolubne-kwiaty-do-la(...)	2390
8 123lazienka.pl	123lazienka.pl/blog/	13649	97414	14.01%	126	11	8.73%	92.31	411	1060	123lazienka.pl/blog/praktyczne-porady-w-kuchni/(...)	3569
9 topsanit.pl	topsanit.pl/pl/n/list	6349	67272	9.44%	76	4	5.26%	119.70	79	408	topsanit.pl/pl/n/119	3840
10 sklepbatarie.pl	sklepbatarie.pl/posts/	5332	44811	11.90%	59	10	16.95%	110.65	64	234	sklepbatarie.pl/posts/poznaj-rodzaje-korkow-umy(...)	3761
11 elazienki.pl	elazienki.pl/blog/	5207	100181	5.20%	87	4	4.60%	167.07	293	746	elazienki.pl/blog/na-jakiej-wysokosci-powiesic-(...)	1102
12 plytki-lazienki.pl	plytki-lazienki.pl/_blog/	2989	44271	6.75%	491	13	2.65%	1642.69	86	487	plytki-lazienki.pl/_blog/112-najlepsze_sposoby_(...)	801
13 arenalazienek.pl	arenalazienek.pl/pl/n/list	1202	27580	4.36%	102	21	20.59%	848.59	45	181	arenalazienek.pl/pl/n/gazowana-woda-prosto-z-kr(...)	298
14 stylowlazienka.pl	stylowlazienka.pl/pl/n/list	528	68294	0.77%	11	2	18.18%	208.27	20	56	stylowlazienka.pl/pl/n/2022/Inspiracje-Czarna-(...)	381
15 lazienka360.pl	lazienka360.pl/pl/blog	292	11324	2.58%	35	22	62.86%	1198.63	12	45	lazienka360.pl/pl/blog/2019/dobrze-zaprojektowa(...)	33



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



★ 491

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 1 937

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 74,26%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



★ 2,65%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 8 681

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 47,44

Jakie znaczenie ma content marketing z punktu widzenia SEO?

Mówi się, że „Content is king”. Ale co to tak naprawdę znaczy i w jaki sposób content marketing wiąże się z SEO?

Google od lat mówi jasno: istotna jest realizacja intencji użytkownika. Najpopularniejsza wyszukiwarka, w wyniku postępów w przetwarzaniu języka naturalnego i AI coraz lepiej odgaduje, w jakim stopniu nowa treść spełni oczekiwania szukającego, a dzięki, między innymi, czynnikom behawioralnym jest w stanie potwierdzić lub wykluczyć faktyczne dopasowanie.

Można to zaobserwować dla domen o dużym autorytecie, w przypadku których zdarza się, że nowa treść na określony temat na chwilę pojawia się wysoko w wynikach wyszukiwania, by jednak odnotować spadek podstrony. **Dzieje się tak ze względu na brak realizacji intencji znajdujący odzwierciedlenie w zachowaniach użytkowników.**

Tworzenie contentu, który ma szansę rankować to identyfikacja intencji użytkownika, dobór adekwatnego typu treści, stworzenie odpowiedniej struktury dokumentu i przedstawienie informacji w angażujący sposób.

Synergia content marketingu i SEO to klucz do sukcesu. Nieodzownymi elementami są tutaj:

- 🕒 Zrozumienie przestrzeni tematycznej w branży, w której operuje domena, identyfikacja tematów i najlepszych rodzajów treści, które je zrealizują.
- 🕒 Analiza już posiadanych zasobów i stworzenie content planu, który uwzględnia braki w budowie topical authority.
- 🕒 Tworzenie nowych lub edycja istniejących treści z zadbaniem o ich unikalność, użyteczność i optymalizację SEO.
- 🕒 Odpowiednia wewnętrzna i zewnętrzna dystrybucja treści.



Damian Kiełbasa

Co-founder & CTO
w CONTADU





Branża

Artykuły gospodarstwa domowego

02





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Artykuły gospodarstwa domowego



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

109 330



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

325



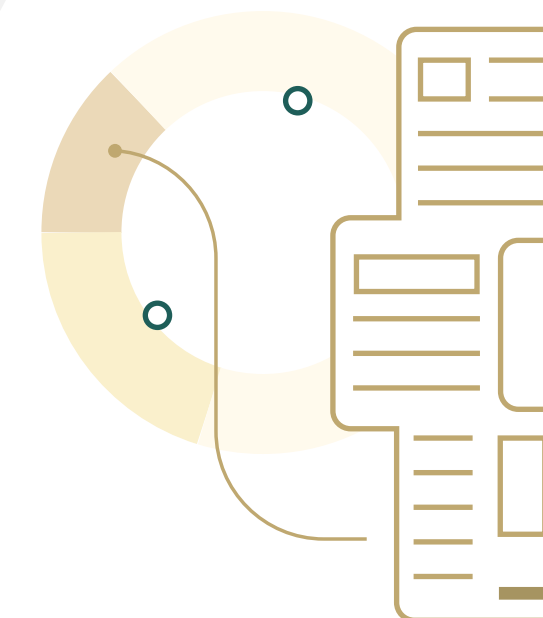
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

55,19%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

9,38%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

336



ARTYKUŁY GOSPODARSTWA DOMOWEGO

Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
1 florina.pl	florina.pl/pl/blog/	430116	465106	92.48%	331	5	1.51%	7.70	4456	10854	florina.pl/pl/blog/grzyby-jadalne-jak-je-rozpoz(...)	42411
2 garneczki.pl	garneczki.pl/blog/	301578	493246	61.14%	731	18	2.46%	24.24	7398	17069	garneczki.pl/blog/szybkie-przekaski-na-grilla/	10988
3 gerlach.pl	gerlach.pl/blog/	174798	277401	63.01%	620	53	8.55%	35.47	2398	5515	gerlach.pl/blog/post/jak-ugotowac-jajko-na-twar(...)	29113
4 superbutelki.pl	superbutelki.pl/pl/blog/	138723	210300	65.96%	202	39	19.31%	14.56	2066	4292	superbutelki.pl/pl/blog/nalewka-z-aronii-tradyc(...)	10707
5 north.pl	north.pl/baza-porad/	133888	237965	56.26%	1235	331	26.80%	92.24	7244	13449	north.pl/baza-porad/gdzie-wsypac-proszek-i-inne(...)	5967
6 pieknowdomu.pl	pieknowdomu.pl/magazyn/	127325	202708	62.81%	235	13	5.53%	18.46	1582	3849	pieknowdomu.pl/magazyn/przepis-grzyby-marynowan(...)	59399
7 browin.pl	browin.pl/blog browin.pl/przepisnik/	119064	167117	71.25%	408	15	3.68%	34.27	2079	4946	browin.pl/przepisnik/przepis/krucze-ciastka-z-m(...)	6027
8 krosno.com.pl	krosno.com.pl/blog/	68464	144527	47.37%	116	2	1.72%	16.94	1053	2178	krosno.com.pl/blog/drink-mojito-jak-zrobic.html	18130
9 prymusagd.pl	prymusagd.pl/blog/	35345	62406	56.64%	86	5	5.81%	24.33	852	2017	prymusagd.pl/blog/jak-i-czym-odkamienic-czajnik(...)	9700
10 zwilling.pl	zwilling.pl/blog/	34869	45868	76.02%	311	25	8.04%	89.19	574	1687	zwilling.pl/blog/nalesniki-przepis-podstawowy-n(...)	4163
11 delonghi.com	delonghi.com/pl-pl/porady/	29286	148050	19.78%	69	4	5.80%	23.56	684	1231	delonghi.com/pl-pl/porady/matcha-latte	8063
12 alembik.eu	alembik.eu/blog/	16900	22458	75.25%	196	12	6.12%	115.97	791	1840	alembik.eu/blog/post/176-przepis-na-bimber-1410	2323
13 karo.waw.pl	karo.waw.pl/blog/	12228	54746	22.34%	60	8	13.33%	49.07	325	855	karo.waw.pl/blog/jak-prac-reczniki-zeby-byly-mi(...)	3733
14 swiat-agd.com.pl/	swiat-agd.com.pl/Blog/	10483	19915	52.64%	184	37	20.11%	175.52	240	724	swiat-agd.com.pl/blog/kuchenne-dylematy-czyli-i(...)	3471
15 al.to	al.to/poradniki/	6887	142469	4.83%	92	11	11.96%	133.59	475	1372	al.to/poradniki/6014-wyprawka-dla-n(...)	1625



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



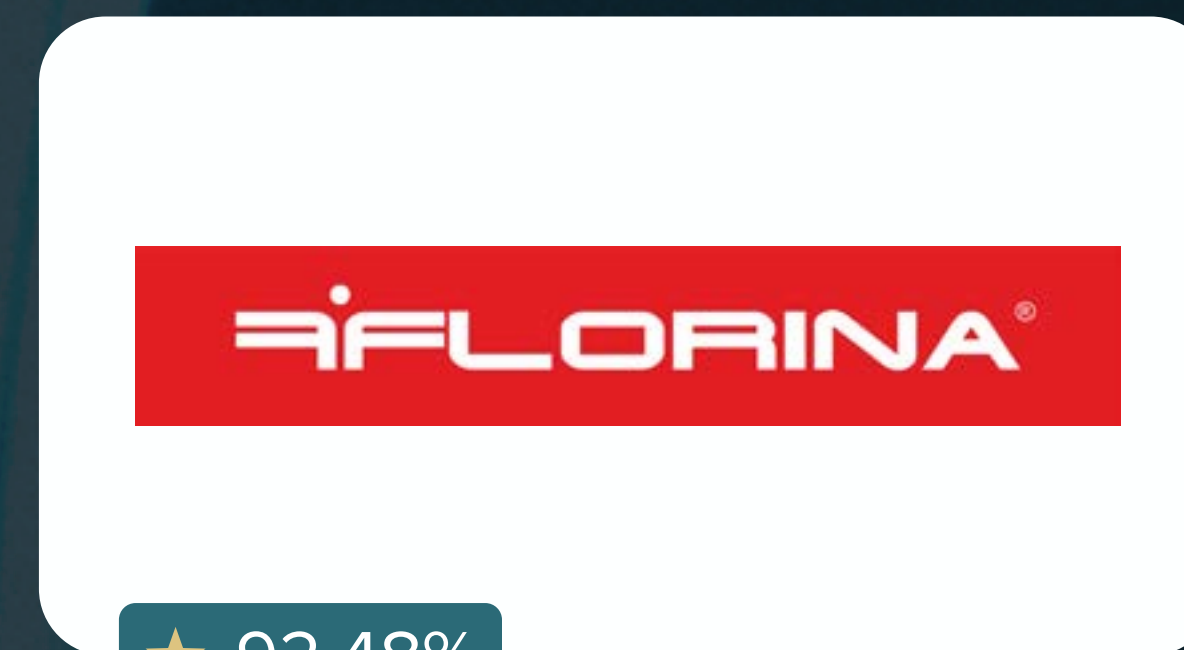
★ 1 235

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



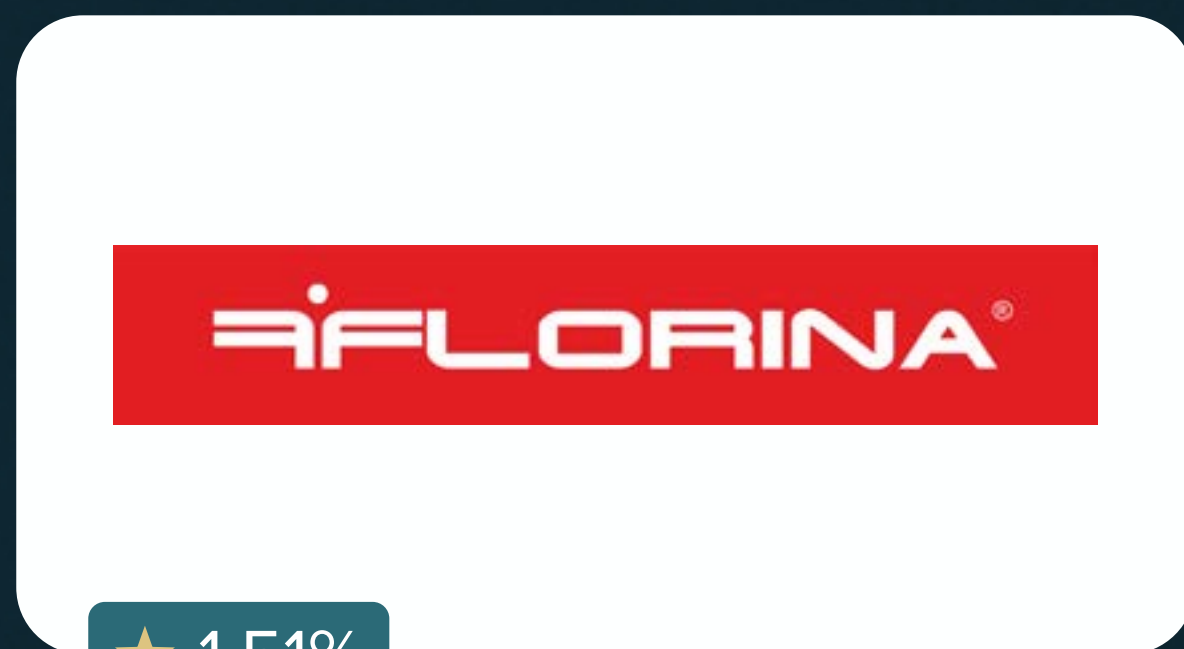
★ 7 398

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 92,48%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



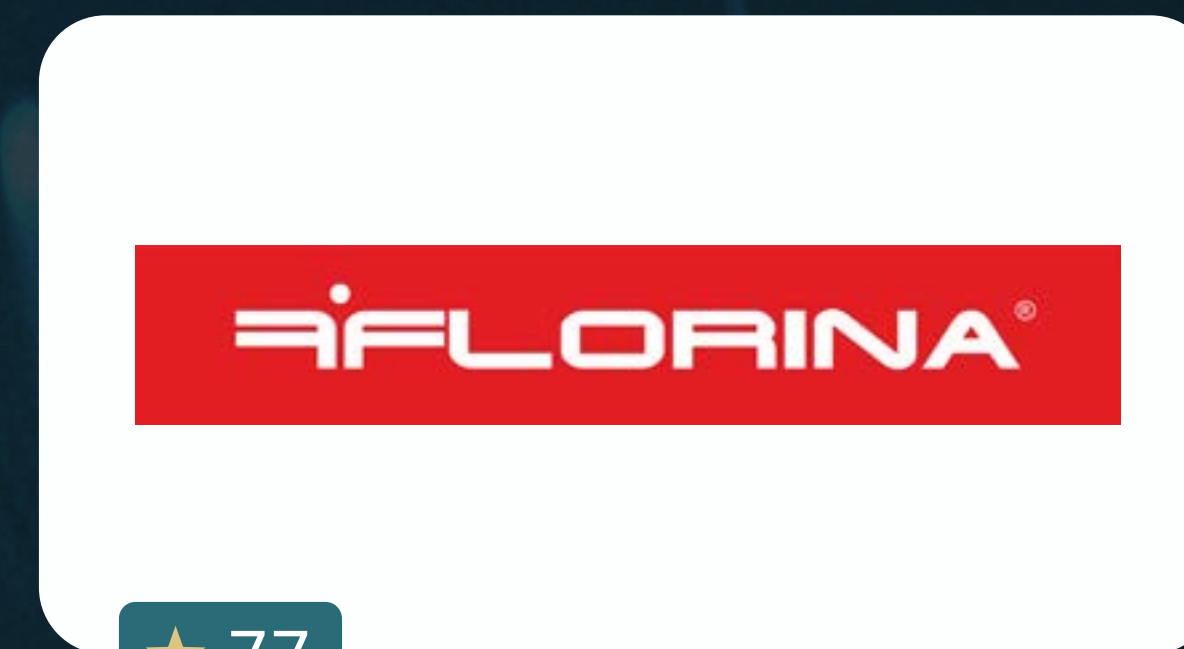
★ 1,51%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 59 399

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 7,7

Czy blogi mają sens w biznesie B2B?

Blog na platformie e-commerce kojarzy się głównie z obszarem B2C – czyli miejscem, gdzie klient końcowy szuka wiedzy, inspiracji i wsparcia na jakimś etapie detalicznego zakupu.

Ale czy blogi – lub podchodząc szerzej: treści – mają sens w B2B?

Mają, w nawet szerszym stopniu. Organizacje, które są pionierami sprzedaży online do klienta biznesowego i rozumieją jej wieloaspektowość, zawsze będą o krok przed konkurencją. Ponieważ będą wygrywać nie tylko w aspekcie **generowania organicznego ruchu** poprzez przemyślane działania contentowe i SEO, nie tylko **wykreują się na ekspertów branży**, ale także **zbudują lojalność odbiorców**. I ta lojalność nie będzie oparta na walce cenowej.

Dlatego jako nośniki treści na platformach B2B powinniśmy traktować nie tylko wpisy blogowe i strony z aktualnościami. W wysoko technicznych branżach składanie zamówienia jest precyzyjnym i skomplikowanym procesem. Rynek jest przyzwyczajony do obsługi przez handlowców i to wsparcie nie zniknie zupełnie w toku digitalizacji przedsiębiorstw. Jednak liderzy przekonują się już, że sprzedaż online także w B2B jest nieunikniona. Tam skutecznym wsparciem – oraz okazją do wykorzystania konwertujących treści – okazują się konfiguratory, dostępne online narzędzia, portale szkoleniowe, czy serwisy biznesowe, które pomagają zdobywać zezwolenia i certyfikaty.

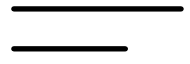
W takich właśnie obszarach, gdzie często występują złożone produkty lub usługi, to **edukacja i ciągła opieka nad klientem** jest kluczową sprawą. Blogi i dobrze wdrożone systemy informacji o produktach i usługach dostarczają głębokiej wiedzy na temat trendów branżowych, najlepszych praktyk i ofert. Firmy, które to rozumieją, wyprzedzają konkurencję, bo skuteczniej przyciągają odbiorców i są lepiej przygotowane na ich obsługę.



Bogumiła Sobiczewska

Client Relations Manager
w **Spyrosoft**

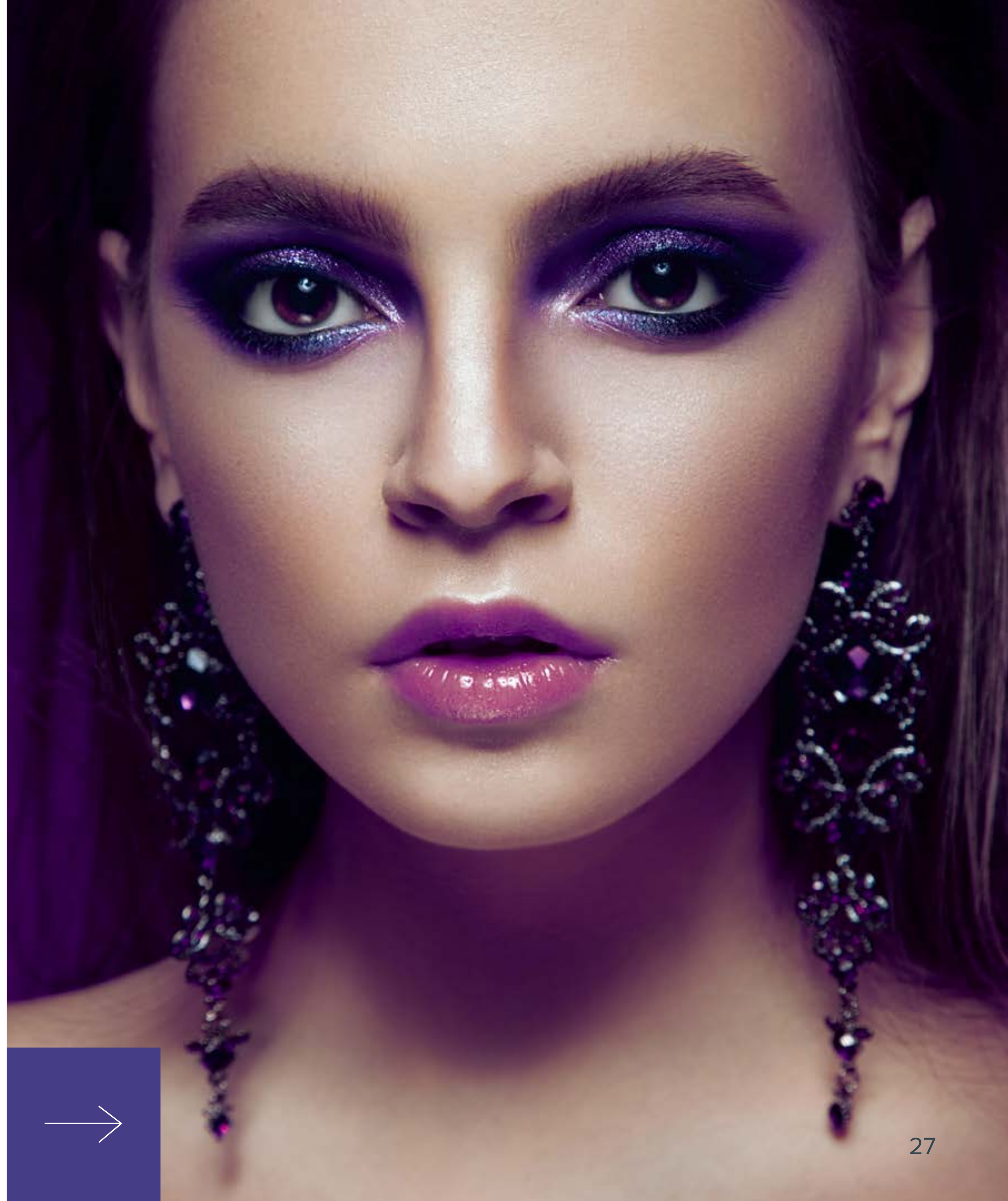




Branža

Bizuteria i zegarki

03





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Bizuteria i zegarki



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

29 698



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

136



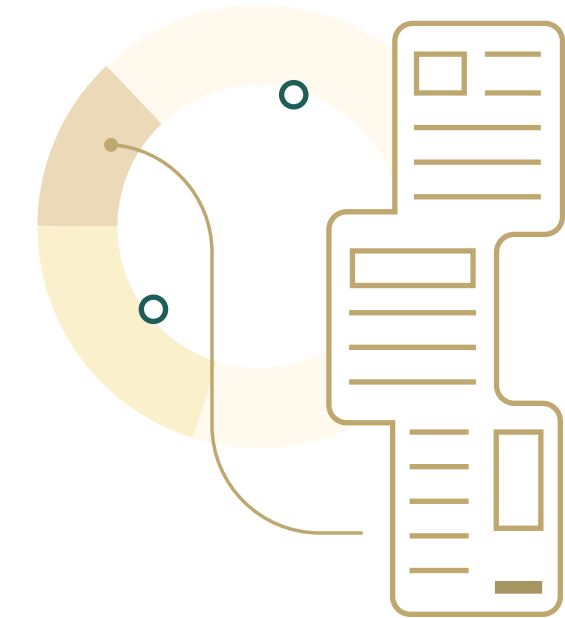
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

52,09%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

5,92%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

218



BIŻUTERIA I ZEGARKI

Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych	Liczba artykułów w ruchu organicznym	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu			
											Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	
1	swiss.com.pl	swiss.com.pl/blog/	74492	229435	32.47%	260	14	5.38%	34.90	718	1692	swiss.com.pl/blog/post/iiii-czy-iv-ktora-czwork(...)	59398
2	aniakruk.pl	aniakruk.pl/blog/	65657	415101	15.82%	216	9	4.17%	32.90	1510	2600	aniakruk.pl/blog/na-ktorym-palcu-nosi-sie-piers(...)	6043
3	luva.pl	luva.pl/pl/blog/	58372	72372	80.66%	44	1	2.27%	7.54	744	1357	luva.pl/pl/blog/Rocznic-slubu-i-ich-nazwy-co-o(...)	34915
4	sklepjubilerski.com	sklepjubilerski.com/porady-ekspertow/	53258	58045	91.75%	203	11	5.42%	38.12	1242	3021	sklepjubilerski.com/porady-ekspertow/rocznic-s(...)	10853
5	kulkabransoletki.pl	kulkabransoletki.pl/pl/blog	47281	209589	22.56%	59	6	10.17%	12.48	706	1328	kulkabransoletki.pl/pl/blog/bizuteria-i-ciekawo(...)	8788
6	jubiler-korn.pl	jubiler-korn.pl/blog/	36027	37495	96.08%	98	6	6.12%	27.20	556	904	jubiler-korn.pl/blog/23-rocznic-slubu-i-ich-na(...)	32002
7	auroria.pl	auroria.pl/blog/	31685	40720	77.81%	153	10	6.54%	48.29	955	2220	auroria.pl/blog/nazwy-rocznic-slubu---co-oznacza	12090
8	zegarki.zgora.pl	zegarki.zgora.pl/blog/	28379	57724	49.16%	88	6	6.82%	31.01	759	1659	zegarki.zgora.pl/blog/Kiedy_przestawiamy_zegark(...)	14513
9	selfiestore.pl	selfiestore.pl/blog/	28084	41960	66.93%	26	1	3.85%	9.26	272	449	selfiestore.pl/blog/post/magia-zakleta-w-kamien(...)	8044
10	zegarownia.pl	zegarownia.pl/wiadomosci/	25350	548328	4.62%	455	40	8.79%	179.48	1050	2499	zegarownia.pl/wiadomosci/jak-skroci-bransoleta(...)	4444
11	jubiler.pl	jubiler.pl/blog/	23135	23852	96.99%	153	10	6.54%	66.13	442	1192	jubiler.pl/blog/moc-kamieni-labradoryt.html	2869
12	manzuko.com	manzuko.com/blog/	17859	25831	69.14%	227	16	7.05%	127.11	426	1291	manzuko.com/blog/sodalit-kamien-idealny-dla-ksi(...)	2124
13	jubis.pl	jubis.pl/blog/	16401	16449	99.70%	68	3	4.41%	41.46	306	742	jubis.pl/blog/symbole-chrzescijanstwa/	2509
14	happytime.com.pl	happytime.com.pl/blog/	16335	65011	25.13%	71	3	4.23%	43.46	626	1439	happytime.com.pl/blog/jak-ustawic-zegarek-casio(...)	3751
15	karkosik.pl	karkosik.pl/blog/	15431	36810	41.92%	41	3	7.32%	26.57	263	647	karkosik.pl/blog/poradniki/na-ktorej-rece-nosi-(...)	4332
16	domjubilerski.aia.pl	domjubilerski.aia.pl/blog/	12891	16388	78.66%	42	2	4.76%	32.58	271	1001	domjubilerski.aia.pl/blog/porady/topaz-kamien-s(...)	2446
17	goldenmark.com	goldenmark.com/blog/	11430	57792	19.78%	160	11	6.88%	139.98	361	953	goldenmark.com/blog/zloto-w-polsce/	1791
18	apart.pl	apart.pl/magazyn/	11139	1179046	0.94%	78	2	2.56%	70.03	318	656	apart.pl/magazyn/czym-rozni-sie-proba-zlota-333(...)	1530
19	fabrykazegarkow.pl	fabrykazegarkow.pl/blog/	10649	179649	5.93%	254	28	11.02%	238.53	472	1349	fabrykazegarkow.pl/blog/jak-wymienic-baterie-w-(...)	1710
20	irbis.style	irbis.style/pl/blog/	10101	15354	65.79%	25	1	4.00%	24.75	231	521	irbis.style/pl/blog/chamsa-reka-fatimy-co-oznac(...)	2650

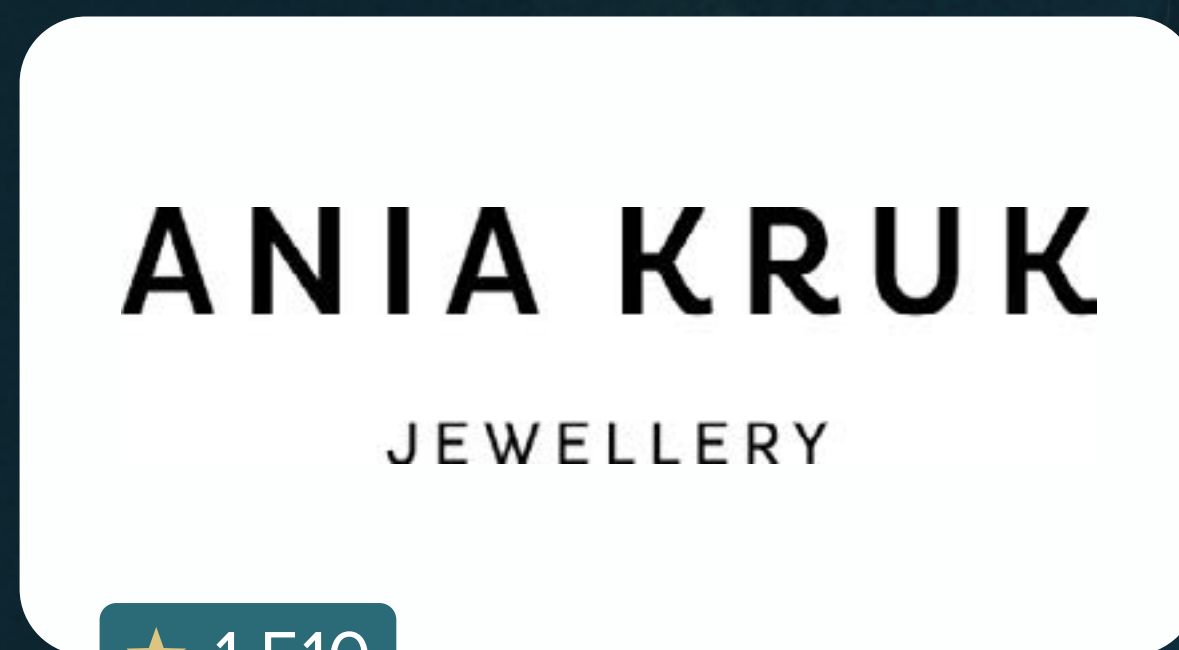


Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



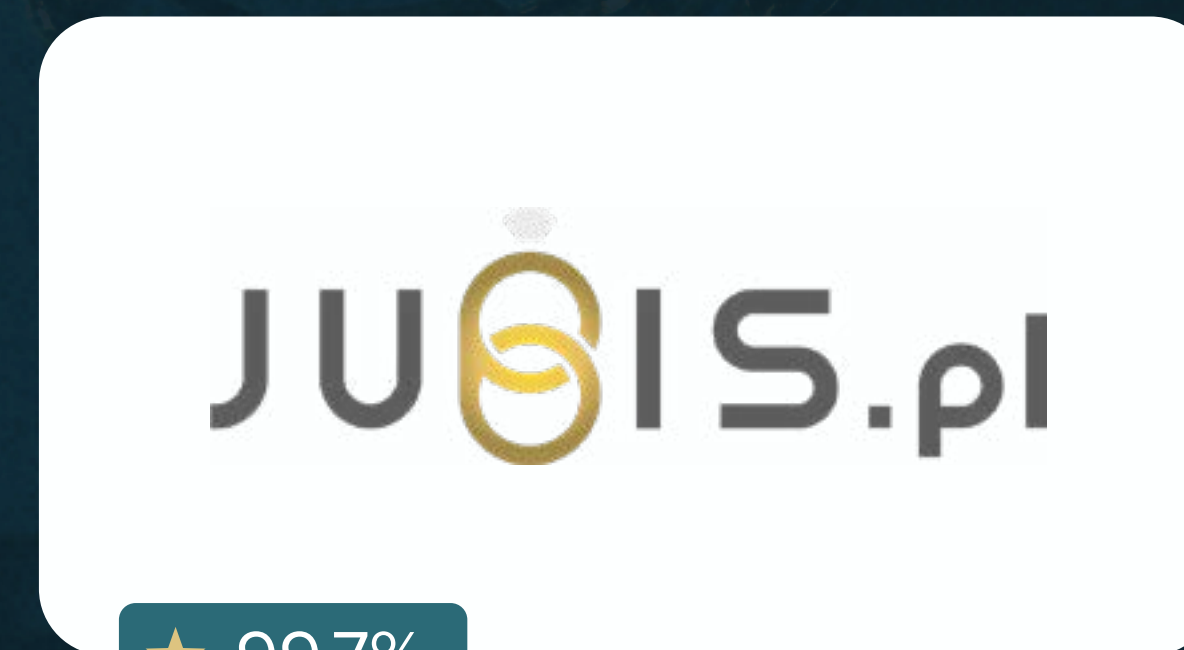
★ 455

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 1 510

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 99,7%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



★ 2,27%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 59 398

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 7,54

W jaki sposób rozwój AI wpłynie na e-commerce w kontekście tworzenia treści?

Rozwój sztucznej inteligencji w rewolucyjny sposób zmienia oblicze e-commerce. Wpływa też na cały proces tworzenia treści. Tego nie da się zatrzymać. Już teraz, dzięki zaawansowanej analizie danych rynkowych, **AI skutecznie wspomaga selekcję tematów i odnajdywanie inspiracji, np. na podstawie intencji użytkowników.** A to wciąż tylko początek.

Automatyzacja tworzenia treści jeszcze bardziej przyspiesza pracę content managerów. Eliminuje bowiem szereg monottonnych zadań i tym samym daje przestrzeń na kreatywność. Na zajmowanie się np. bardziej biznesowymi zagadnieniami. Brzmi to kolorowo, ale trzeba pamiętać o bardzo ważnej rzeczy. Choć AI jest niezaprzeczalnie narzędziem przydatnym, to nigdy nie zastąpi ludzkiej inwencji. **Kluczem jest więc współpraca: generujemy treści przy wsparciu sztucznej inteligencji, ale zaplanujemy czas na ręczną ich weryfikację.** Nikt nie zna biznesu tak dobrze jak jego właściciel oraz zatrudniony przez niego zespół.

W e-commerce treści są często czynnikiem mocno ograniczającym. A mimo to nie sposób obejść się bez nich. **Jak jednak pisać setki unikatowych opisów produktów, gdy te różnią się między sobą tylko szczegółami?** AI przynosi rozwiązanie.

Z każdym dniem sztuczna inteligencja staje się coraz lepsza w generowaniu różnorodnych wariantów tekstu, dostosowywaniu komunikatów do indywidualnych potrzeb oraz wybieraniu najlepszych tematów do omówienia na stronie, w mediach społecznościowych oraz na blogu. Wykorzystajmy to, by zapewnić sobie spójność i ciągłość publikacji.

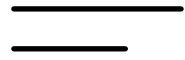
Przykładem takiego wsparcia w procesie tworzenia treści jest Writer AI wprowadzony przez nas w drugiej połowie 2023 roku. Dzięki naszemu narzędziu użytkownicy korzystają nie tylko ze sprawdzonych danych rynkowych, lecz także z sugestii oraz zasobów sztucznej inteligencji. Writer AI analizuje słowa kluczowe z różnych źródeł i rozszerza je o pokrewne frazy, aby wzmocnić SEO potencjał tekstu. W kilka minut można uzyskać klarowny plan działania. Dokładnie wiadomo, co napisać, aby wyprzedzić konkurencję w wynikach wyszukiwania. Ale tak naprawdę nie trzeba nawet samodzielnie tych treści pisać, wystarczy wygenerować je z pomocą AI oraz danych Senuto.



Damian Sałkowski

CEO & Founder
w [Senuto](#)

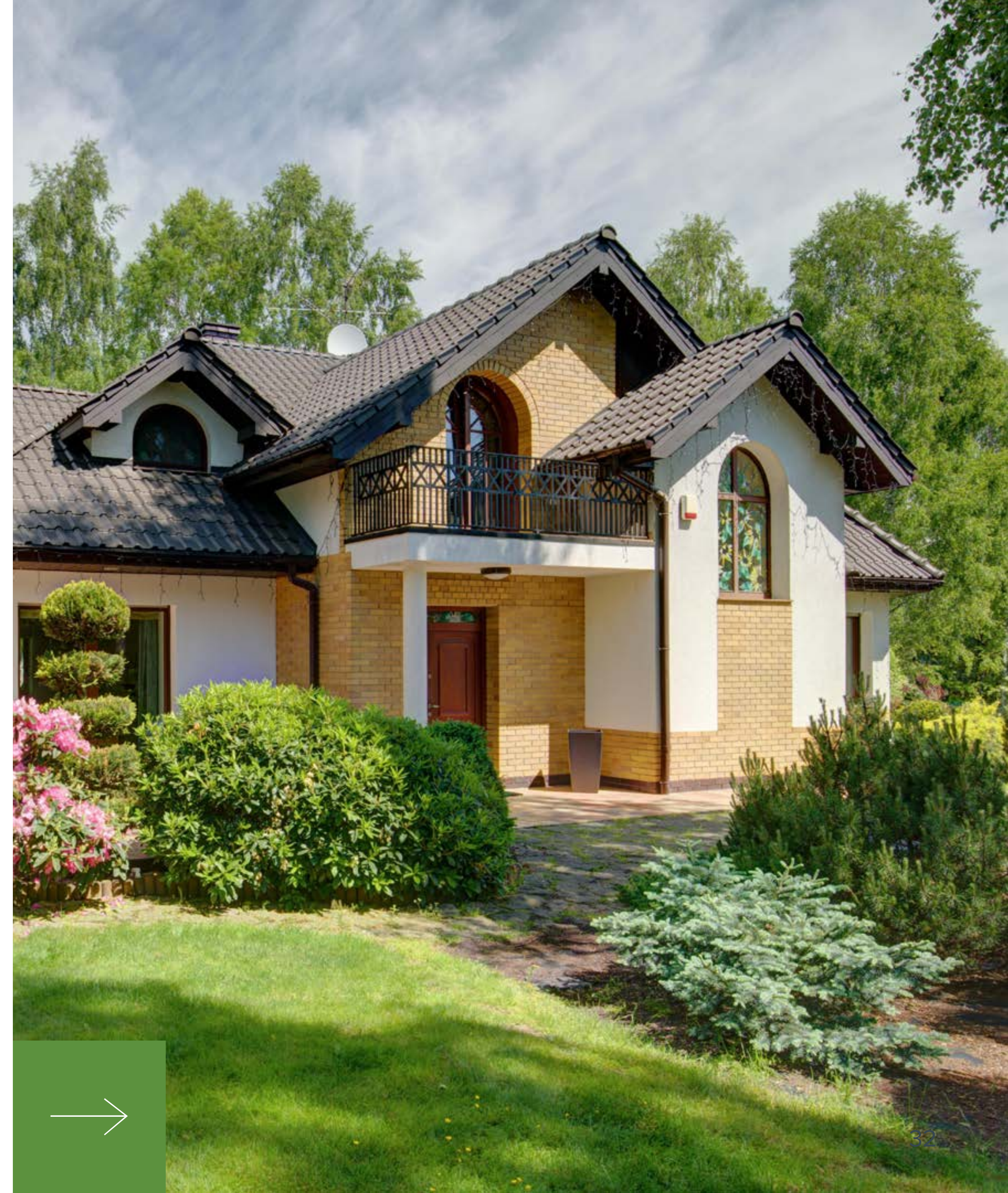


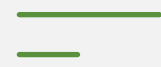


Branża

Dom i ogród

04





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Dom i ogród



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

206 419



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

935



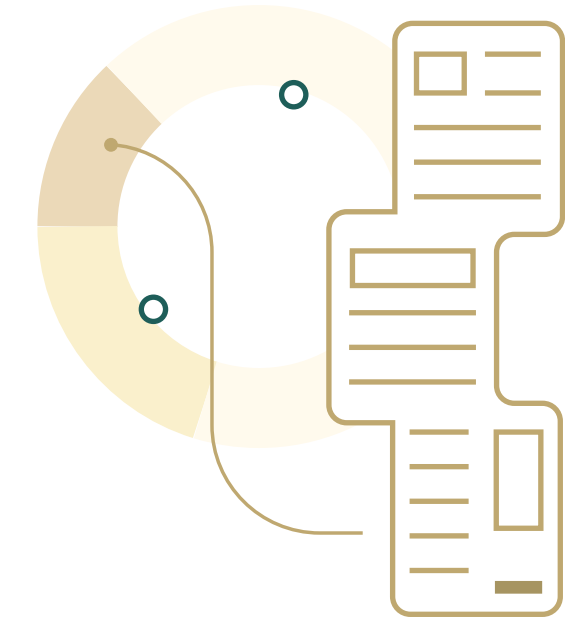
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

31,30%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

5,07%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

221



DOM I OGRÓD

Serwis e-commerce

Blog

Ruch organiczny bloga

Ruch organiczny całkowity

Udział bloga w całości ruchu organicznego

Liczba artykułów zindeksowanych w Google

Liczba artykułów bez ruchu organicznego

Odsetek artykułów bez ruchu organicznego

Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych

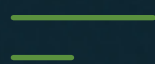
Frazy bloga w TOP3 Google

Frazy bloga w TOP10 Google

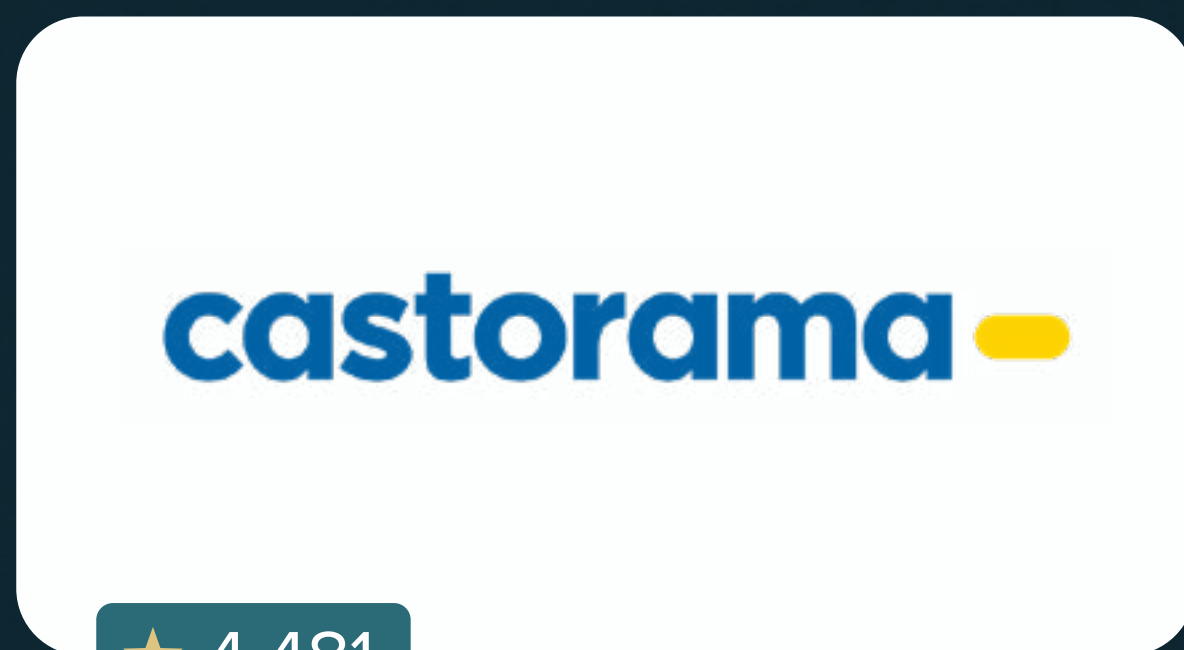
Artykuł z największym ruchem organicznym

Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu

	Serwis e-commerce	Blog	Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
1	castorama.pl	castorama.pl/inspiracje-i-porady.html kuchnie.castorama.pl/ lazienki.castorama.pl/ mebleatomia.castorama.pl/	850404	5722931	14.86%	4481	781	17.43%	52.69	24906	54597	castorama.pl/samodzielny-montaz-sufitu-podwiesz(...)	16064
2	leroymerlin.pl	leroymerlin.pl/porady/ leroymerlin.pl/inspiracje	647533	5165802	12.53%	1756	27	1.54%	2712	19213	44892	leroymerlin.pl/porady/ogrod/zwalczanie-szkodnik(...)	23504
3	homebook.pl	homebook.pl/artykuly/	538770	1472619	36.59%	2500	138	5.52%	46.40	17582	40394	homebook.pl/artykuly/6610/kolor-petrol-jaki-to(...)	9850
4	meblobranie.pl	meblobranie.pl/porady/	404957	468729	86.39%	1868	64	3.43%	46.13	12828	34869	meblobranie.pl/porady/trawy-pampasowe-jak-upraw(...)	6367
5	westwing.pl	westwing.pl/inspiration/	392070	475783	82.41%	957	43	4.49%	24.41	7118	18473	westwing.pl/inspiration/porady-triki/przyjecia(...)	10917
6	obi.pl	obi.pl/porady-i-inspiracje/ create.obi.pl/	258544	2519837	10.26%	749	35	4.67%	28.97	4692	11912	obi.pl/porady-i-inspiracje/encyklopedia-roslin(...)	10432
7	brw.pl	brw.pl/blog/	166836	1358994	12.28%	1247	41	3.29%	74.74	5101	12363	brw.pl/blog/jakie-rosliny-do-ciemnego-wnetrza/	9577
8	mrowka.com.pl	mrowka.com.pl/porady/ mrowka.com.pl/aktualnosci/	144295	787517	18.32%	761	52	6.83%	52.74	4466	9549	mrowka.com.pl/porady/porada/roza-ogrodowa-odmia(...)	9657
9	decofire.pl	decofire.pl/blog/	117617	131057	89.74%	357	9	2.52%	30.35	2329	5229	decofire.pl/blog/kawa-mrozona-jak-zrobic	8145
10	homegarden.com.pl	homegarden.com.pl/artykuly/	61713	153991	40.08%	161	5	3.11%	26.09	1346	3355	homegarden.com.pl/artykuly/kwiaty-wczesnowiosen(...)	7715
11	agatameble.pl	agatameble.pl/inspiracje/ agatameble.pl/porady/	59335	2275802	2.61%	493	22	4.46%	83.09	1664	4362	agatameble.pl/inspiracje/na-jakiej-wysokosci-po(...)	3243
12	twojemeble.pl	twojemeble.pl/porady/	49202	236214	20.83%	348	14	4.02%	70.73	1881	5604	twojemeble.pl/porady/ogrod/zywokost-lekarski-gd(...)	1410
13	sfmeble.pl	sfmeble.pl/inspirations	47971	97943	48.98%	442	18	4.07%	92.14	299	2502	sfmeble.pl/inspiration/jakie-kwiaty-na-balkon-w(...)	3872
14	ikea.com	ikea.com/pl/pl/ideas/	42727	4637680	0.92%	116	3	2.59%	27.15	628	1760	ikea.com/pl/pl/ideas/jak-urzadzic-mala-kuchnie(...)	3474
15	meble.pl	meble.pl/poradnik/	40782	242745	16.80%	593	50	8.43%	145.41	1801	4385	meble.pl/poradnik/art8426,jak-usunac-kamien-z-c(...)	2513
16	witek.pl	witek.pl/blog/	33827	86066	39.30%	308	13	4.22%	91.05	791	2874	witek.pl/blog/tekstyli-co-to-jest-poznaj-ich-r(...)	2495
17	stiga.pl	stiga.pl/blog/	30645	141235	21.70%	170	11	6.47%	55.47	1047	2459	stiga.pl/blog/wertykulacja-i-aeracja-trawnika-c(...)	3046
18	panmaterac.pl	panmaterac.pl/blog/	28242	90181	31.32%	378	10	2.65%	133.84	1280	2672	panmaterac.pl/blog/pranie-pierza-jak-prac-podus(...)	1811
19	dobredrzwi.pl	dobredrzwi.pl/blog/	6502	74783	8.69%	76	5	6.58%	116.89	294	757	dobredrzwi.pl/blog/jaki-otwor-pod-drzwi-pokojow(...)	1843
20	meblownia.pl	meblownia.pl/blog/	4622	103585	4.46%	72	10	13.89%	155.78	180	491	meblownia.pl/blog/jak-zagospodarowac-szafke-nar(...)	1267

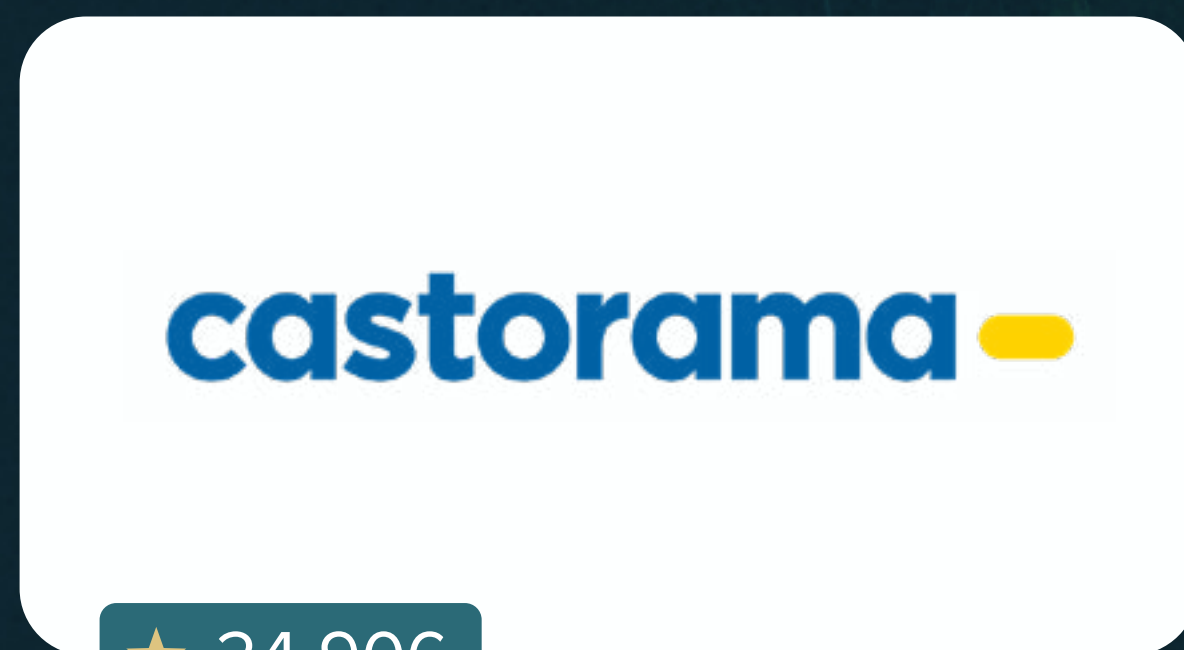


Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



★ 4 481

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 24 906

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 89,74%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



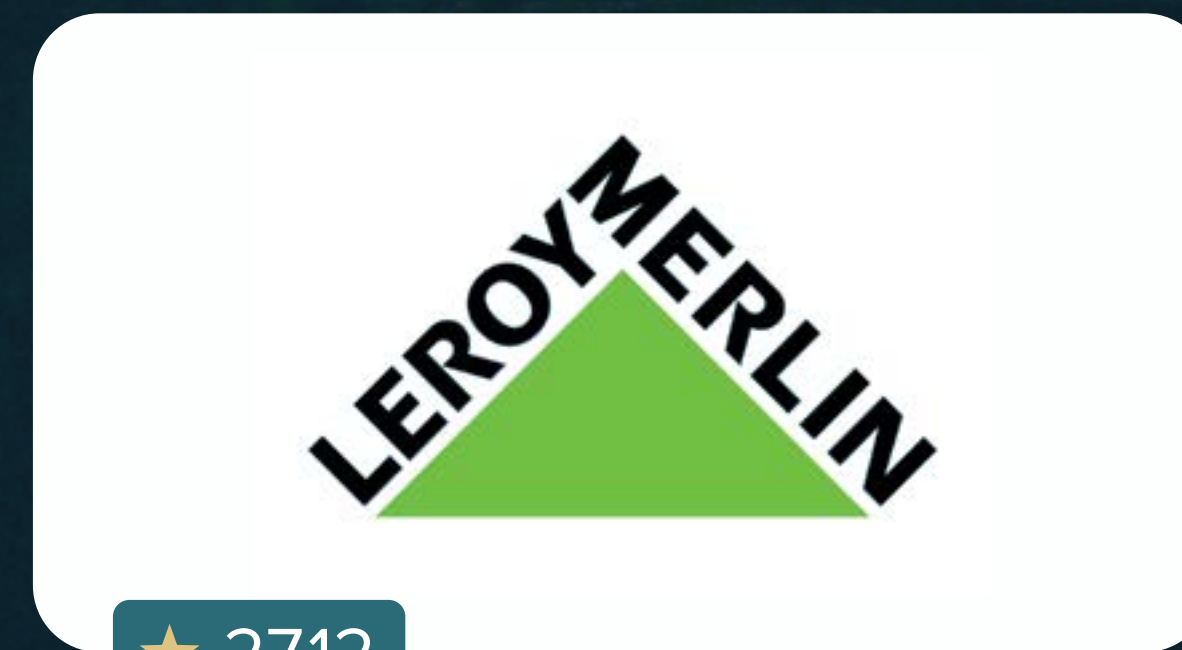
★ 1,54%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 23 504

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 27,12

Jakie są najczęściej popełniane błędy SEO na blogach w e-commerce?

Content jest jednym z najważniejszych elementów współczesnego marketingu internetowego i musi spełniać wysokie standardy, nie tylko z punktu widzenia wartości dla użytkowników, ale również pod kątem SEO. Dzięki temu publikowane treści znajdują się na wysokich miejscach w wyszukiwarce i będą generować ruch organiczny.

Jeżeli chcesz tworzyć content na blogu przyjazny SEO i wartościowy dla użytkowników jednocześnie, pamiętaj, aby unikać poniższych błędów:

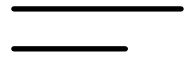
- 🕒 **Nieprawidłowe formatowanie treści** – odpowiednia struktura treści to podstawa. Śródtytuły muszą być oznaczone przy pomocy atrybutu <h>. Nagłówki w tekście pełnią funkcję nawigacyjną zarówno dla algorytmów wyszukiwarek, jak i użytkowników. Podziel treść na śródtytuły, odpowiednio je oznacz i staraj się umieszczać w nich słowa kluczowe. Pamiętaj o hierarchii nagłówków: od H1 jako tytuł publikacji, przez H2, H3 i ewentualnie po kolejne poziomy śródtytułów.
- 🕒 **Kanibalizacja treści** – to sytuacja, w której więcej niż jeden artykuł jest zoptymalizowany na dokładnie tę samą frazę kluczową. Dochodzi do wewnętrznej rywalizacji, a algorytm ma problem z określeniem tego, który adres URL jest lepiej dopasowany do zapytania użytkownika. W efekcie najczęściej żaden z artykułów nie osiąga wysokiej pozycji. Bardzo bliskie sobie konteksty tematyczne staraj się łączyć w jeden kompleksowy artykuł. Najlepiej prowadzić blog poprzez dobieranie tematów publikacji na podstawie analizy słów kluczowych.
- 🕒 **Brak linkowania wewnętrznego** – staraj się umieszczać w treści odnośniki do najważniejszych podstron w serwisie. Taka praktyka jest wskazówką dla robotów wyszukiwarek, że linkowany adres URL jest szczególnie istotny i powinien być wyróżniony, co może wpłynąć na jego pozycję w wynikach wyszukiwania.



Krystian Fijał

SEO & Content Specialist
w Elephate

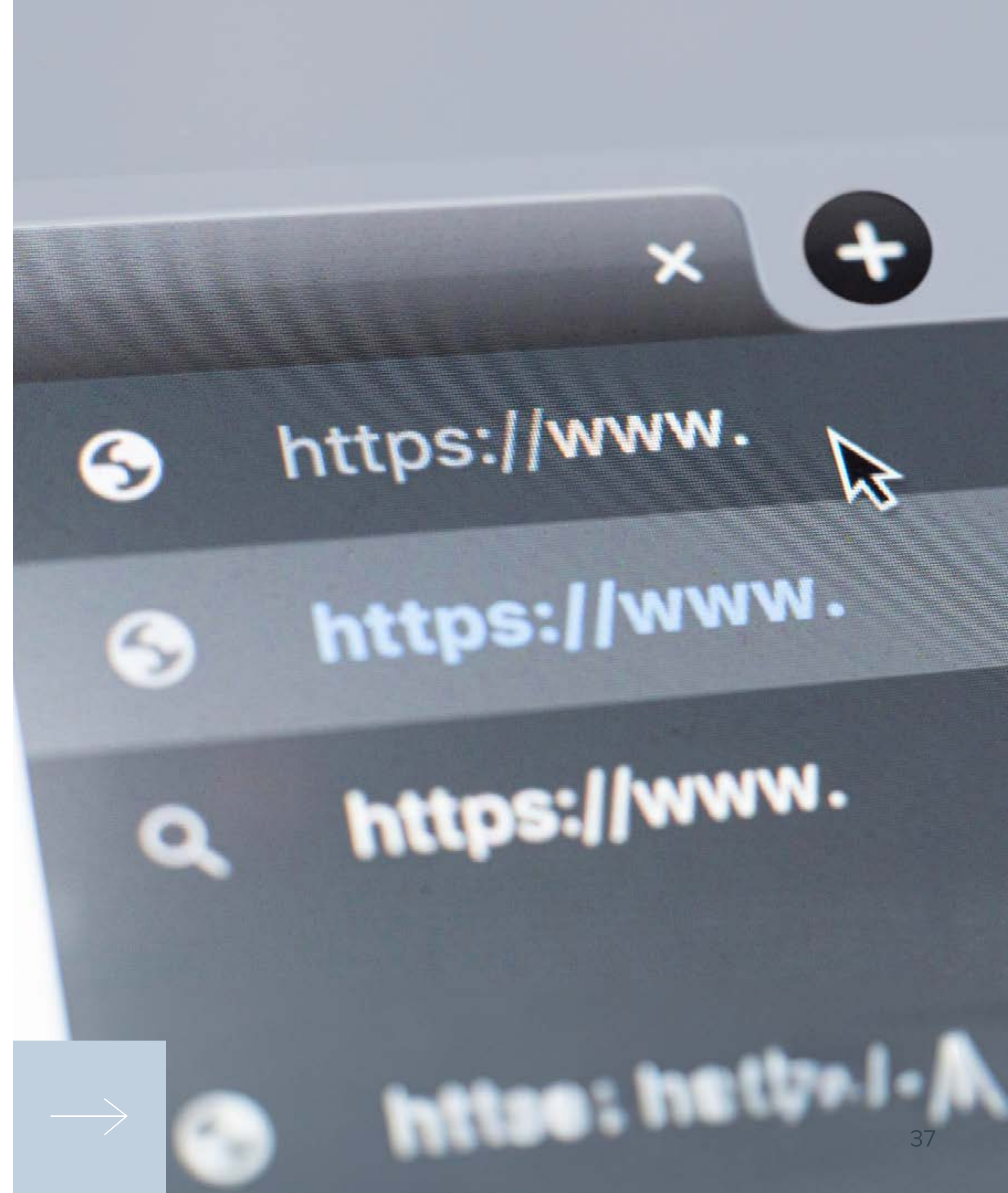


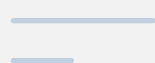


Branża

Domeny i hosting

05





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Domeny i Hosting



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

30 764



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

274



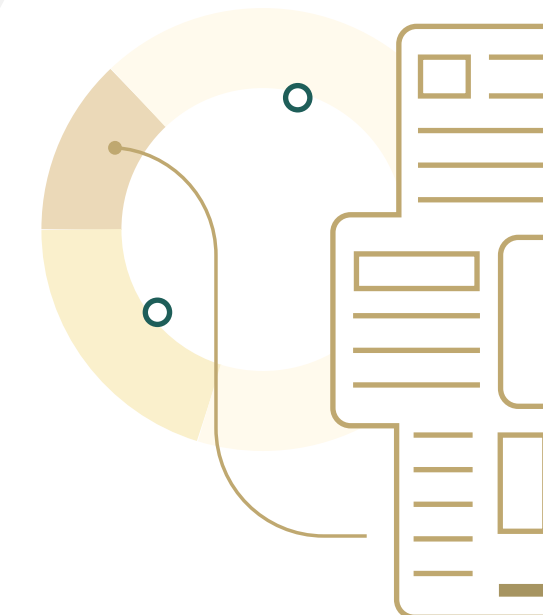
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

52,41%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

13,16%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu


125



DOMENY I HOSTING


Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa
189545	190235	99.64%	472	42	8.90%	24.90	1017	3510	domenomania.pl/centrum-wiedzy/jak-zalogowac-sie(...)	74009	domenomania.pl	domenomania.pl/centrum-wiedzy/
87772	438387	20.02%	595	71	11.93%	67.79	2466	9073	blog.home.pl/2022/08/najlepsze-bajki-dla-dzieci/	10423	home.pl	blog.home.pl/
28498	34794	81.90%	688	86	12.50%	241.42	694	2304	lh.pl/pomoc/poczta-we-wlasnej-domenie-jak-zaloz(...)	4917	lh.pl	lh.pl/pomoc/
24936	34434	72.42%	468	63	13.46%	187.68	525	1732	dhosting.pl/pomoc/baza-wiedzy/jak-wykonac-polec(...)	4406	dhosting.pl	dhosting.pl/pomoc/
16350	17625	92.77%	165	14	8.48%	100.92	557	1650	fotc.com/pl/blog/jak-stworzyc-ankiete-google-fo(...)	4430	fotc.com	fotc.com/pl/blog/
5629	5991	93.96%	179	29	16.20%	318.00	146	584	raidboxes.io/pl/blog/agencies-freelancers/fiver(...)	1714	raidboxes.io	raidboxes.io/pl/blog/
4349	82046	5.30%	129	12	9.30%	296.65	213	664	cyberfolks.pl/blog/jak-zalozyc-strone-internetowa/	1232	cyberfolks.pl	cyberfolks.pl/blog/
3436	3927	87.49%	68	10	14.71%	197.92	72	284	hostovita.pl/blog/instrukcje-warunkowe-python-3/	1361	hostovita.pl	hostovita.pl/blog/
2537	29171	8.70%	48	5	10.42%	189.17	104	305	kei.pl/blog/zapora-sieciowa-czyli-co-to-jest-fi(...)	382	kei.pl	kei.pl/blog
2117	5033	42.05%	52	10	19.23%	245.68	121	416	rapiddc.pl/blog/jak-wyczyszcic-ciasteczka-cookie(...)	596	rapiddc.pl	rapiddc.pl/blog/
2015	103560	1.95%	86	21	24.42%	426.90	64	158	nazwa.pl/blog/webmail-i-organizer-w-nowej-odslonie	1230	nazwa.pl	nazwa.pl/blog/
1989	8748	22.74%	12	1	8.33%	60.33	31	92	progreso.pl/pl/blog/co-to-jest-spam	1192	progreso.pl	progreso.pl/pl/blog



Największa liczba zindeksowanych artykułów 


LH.PL

★ 668

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej 


home.pl

★ 2 466

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego 


Domenomania.pl

★ 99,64%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym 


progreso

★ 8,33%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) 

Domenomania.pl

★ 74 009

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon 

Domenomania.pl

★ 24,90

Jak chronić dane przed nieuprawnionym dostępem i wyciekami w e-commerce?

Ochrona danych w e-sklepie jest niezbędna, aby zapewnić bezpieczeństwo informacji klientów oraz utrzymać zaufanie do marki. Niezabezpieczenie danych może prowadzić do szeregu negatywnych konsekwencji – ich wycieku, kradzieży tożsamości klientów, naruszeń związanych z RODO, a skończywszy na następstwach natury prawnej.

Aby zapewnić bezpieczeństwo danych, należy stosować kompleksowe strategie obejmujące zarówno aspekty techniczne, jak i organizacyjne. Do podstawowych z nich należy **wdrożenie polityki bezpieczeństwa i regularne audyty**. Warto stosować zasadę najmniejszych uprawnień i przeglądać uprawnienia dostępu. Regularne kopie zapasowe mogą nas uchronić przed utratą danych w wyniku awarii lub ataków hakerskich. Oczywiście kopie zapasowe powinny być przechowywane w innej lokalizacji lub u innego dostawcy.

Absolutnym minimum są również **silne hasła i uwierzytelnianie wieloskładnikowe (MFA)**. Wszelkie dane przesyłane i przechowywane przez e-commerce powinny być szyfrowane, aby zapobiec ich odczytaniu przez osoby nieuprawnione (At Rest, In Transit). Powinniśmy też regularnie aktualizować oprogramowanie – w tym systemy zarządzania treścią (CMS), wtyczki, skrypty oraz oprogramowanie na serwerze (OS). Aktualizacje są po to, aby naprawić luki bezpieczeństwa, które mogłyby być wykorzystane przez cyberprzestępców.

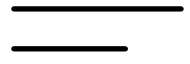
Warto zabezpieczyć sklep od strony kodu (aplikacji), stosując tzw. **techniki bezpiecznego kodowania**, ale również od strony infrastruktury serwerowej. Standardem powinny być także narzędzia typu WAF (Web Application Firewall), chroniące przed popularnymi atakami DDoS. Ich koszt jest obecnie symboliczny.



Hubert Majrzech

Członek Zarządu
Hostersi Sp. z o.o.





Branža

Elektronika i technologija

06





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Elektronika i technologia



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

304 893



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

1 178



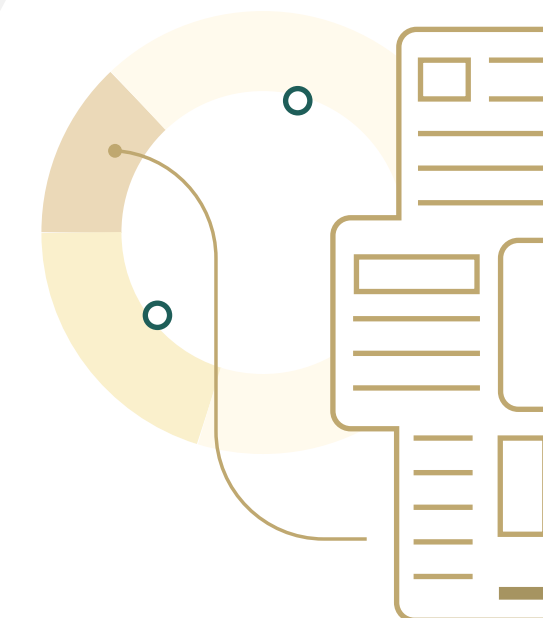
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

33,61%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

7,82%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

259

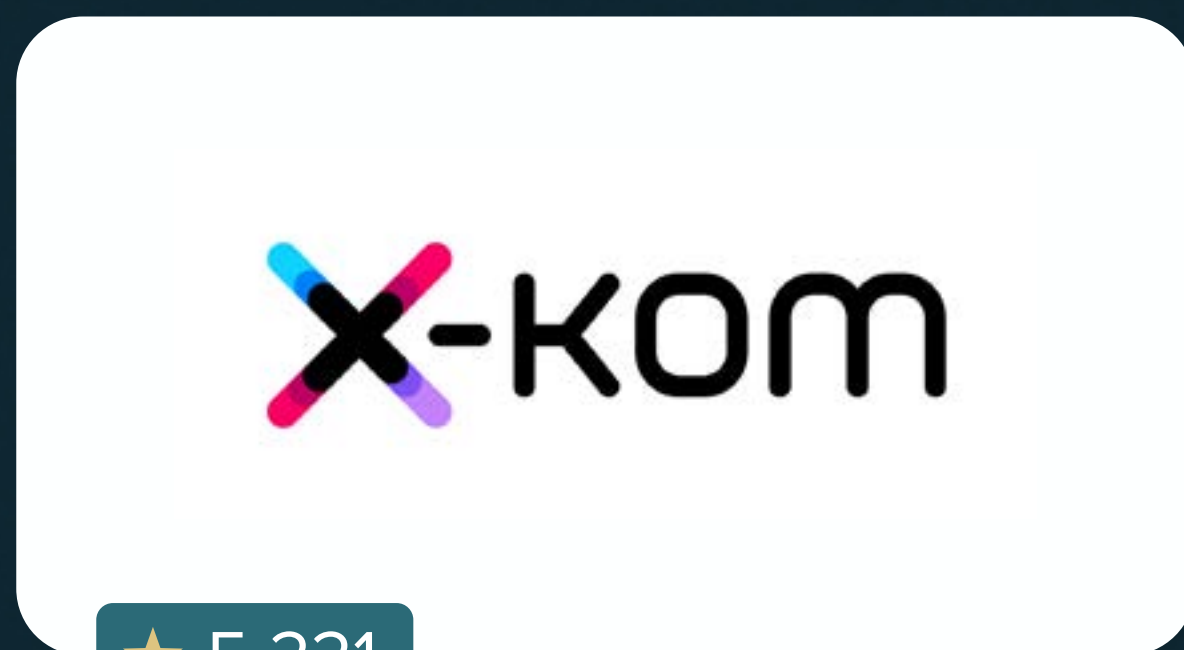


ELEKTRONIKA I TECHNOLOGIA

Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odstos organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu			
											Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	
1	mediaexpert.pl	mediaexpert.pl/poradniki/	1347219	20095020	6.70%	3001	47	1.57%	22.28	35500	73649	mediaexpert.pl/poradniki/smartfony-i-telefony/j(...)	196488
2	komputronik.pl	komputronik.pl/informacje/ gaming.komputronik.pl nano.komputronik.pl	985562	1364327	72.24%	3673	1322	35.99%	37.27	17428	55972	nano.komputronik.pl/n/czyj-to-numer-wyszukanie-(...)	19891
3	euro.com.pl	euro.com.pl/artykuly/	920536	6630328	13.88%	1395	49	3.51%	15.15	22927	45159	euro.com.pl/artykuly/wszystkie/artykul-jak-zrob(...)	56492
4	neonet.pl	neonet.pl/blog/	531720	1718121	30.95%	1968	82	4.17%	37.01	18728	49553	neonet.pl/blog/jak-zlokalizowac-telefon-po-krad(...)	8487
5	mediamarkt.pl	mediamarkt.pl/pl/content/	415749	2334216	17.81%	776	13	1.68%	18.67	9333	24053	mediamarkt.pl/pl/content/technologie/smartfony/(...)	36007
6	x-kom.pl	x-kom.pl/poradniki/ x-kom.pl/aktualnosci/ geex.x-kom.pl	322782	5286645	6.11%	5221	1764	33.79%	161.75	2692	6484	geex.x-kom.pl/lifestyle/najlepsze-polskie-komedia/	9619
7	orange.pl	orange.pl/poradnik/	269293	1444763	18.64%	594	20	3.37%	22.06	7325	15912	orange.pl/poradnik/twoj-internet/co-to-jest-swi(...)	14937
8	samsung.com	samsung.com/pl/support/ samsung.com/pl/tv-av/ samsung.com/pl/discover/	231182	2245101	10.30%	2699	123	4.56%	116.75	10053	18564	samsung.com/pl/support/mobile-devices/jak-zloka(...)	9108
9	botland.com.pl	botland.com.pl/blog/	191139	541849	35.28%	710	32	4.51%	3715	4021	7914	botland.com.pl/blog/moc-podstawowe-wielkosci-fi(...)	18519
10	philips.pl	philips.pl/c-e/blog/	188049	674278	27.89%	794	31	3.90%	42.22	6470	14308	philips.pl/c-e/blog/dom/picie-kawy/wiedza/ile-k(...)	6329
11	lantre.pl	lantre.pl/blog/	134791	191328	70.45%	309	10	3.24%	22.92	3802	8604	lantre.pl/blog/apple-carplay-jak-wlaczyc-i-jak(...)	6454
12	t-mobile.pl	t-mobile.pl/blog/	110237	1058228	10.42%	243	12	4.94%	22.04	2272	5147	t-mobile.pl/blog/jak-sprawdzic-wlasciciela-nume(...)	16947
13	maxelektro.pl	maxelektro.pl/poradniki/	96590	133580	72.31%	502	24	4.78%	51.97	3716	10763	maxelektro.pl/poradniki/oznaczenia-na-metkach-j(...)	5042
14	gsm24.pl	gsm24.pl/content/	67571	187457	36.05%	132	2	1.52%	19.53	1367	3430	gsm24.pl/content/133-zalety-i-wady-nothing-phon(...)	15538
15	etuo.pl	etuo.pl/blog/	64199	69144	92.85%	392	30	7.65%	61.06	2864	8581	etuo.pl/blog/jak-wylaczyc-telefon-samsung/20786	2862
16	neo24.pl	neo24.pl/blog/	55533	110217	50.39%	296	22	7.43%	53.30	2113	5592	neo24.pl/blog/jaka-temperatura-w-lodowce-jest-o(...)	5931
17	plus.pl	plus.pl/news/	48995	647673	7.56%	155	12	7.74%	31.64	920	1317	plus.pl/news/art-8819-jak-korzystac(...)	2079
18	play.pl	play.pl/play-expert/porady	44327	1259239	3.52%	213	12	5.63%	48.05	1500	3078	play.pl/play-expert/porady/jak-sprawdzic-na-sma(...)	6750
19	spysshop.pl	spysshop.pl/blog/	40610	58461	69.47%	406	26	6.40%	99.97	1228	3691	spysshop.pl/blog/?p=7369	3876
20	cortland.pl	cortland.pl/blog/	31770	163395	19.44%	80	8	10.00%	25.18	573	1508	cortland.pl/blog/jak-zrobic-screena-na-macbooku(...)	11626



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



★ 5 221

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 35 500

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



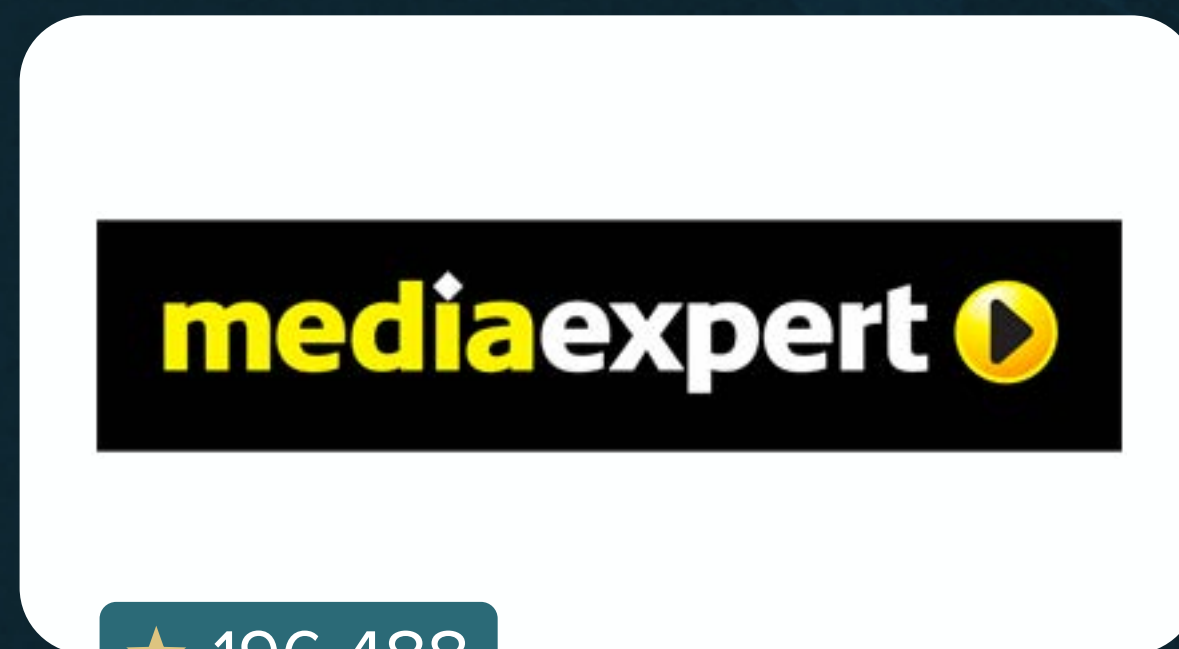
★ 92,85%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



★ 1,52%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 196 488

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 15,15

Blog w e-commerce a wyzwania technologiczne. Jak wybrać odpowiedni CMS?

Wybierając CMS, zwróć uwagę, czy dana technologia zapewnia:

- 🕒 wzbogacanie artykułów o obrazy, wideo i spis treści;
- 🕒 łatwe wyszukiwanie artykułów;
- 🕒 moduł zapisów na newsletter;
- 🕒 właściwą strukturę pod SEO (metadane, hierarchię nagłówków, przyjazne URL, sitemapę, linkowane wewnętrzne, alty dla obrazków);
- 🕒 logowanie i share’owanie przez social media;
- 🕒 wsparcie dla zewnętrznych wtyczek do komentarzy;
- 🕒 łatwe linkowanie do produktów – i automatyzację usuwania tych linków, gdy produkt zniknie ze stanu;
- 🕒 „bezszwową” integrację ze sklepem – m.in. by pokazywać karuzele produktowe we wpisach blogowych i je automatycznie aktualizować.

Właśnie te dwa ostatnie punkty to przewaga CMS’ów wbudowanych do silnika sklepu – takich jak Magento.

Z punktu widzenia łatwości obsługi najlepszym rozwiązaniem jest korzystanie właśnie z natywnych sklepowych CMS’ów. Mam tu na myśli nie tylko moduły blogowe dostępne „z pudełka”, ale także te instalowane poprzez wtyczki. W przypadku Magento godne uwagi są na przykład Magefan i Amasty Blog Module. Spełniają one powyższe wymagania i tak naprawdę nie odstają możliwościami oraz elastycznością od popularnego WordPressa.

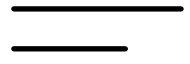
Dlatego też wśród użytkowników Magento widać tendencję do odchodzenia od osobnych blogów na WordPressie. Nie ma potrzeby utrzymywania dwóch środowisk (sklepu i bloga) i posiadania w zespole osobnych specjalistów. Wszystko działa spójnie, aktualizuje się na bieżąco – i z jednego panelu administracyjnego.



Joanna Śliwa

Content marketing specialist
w Satisfly





Branża

Erotyka

07





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Erotyka



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

7 778



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

48



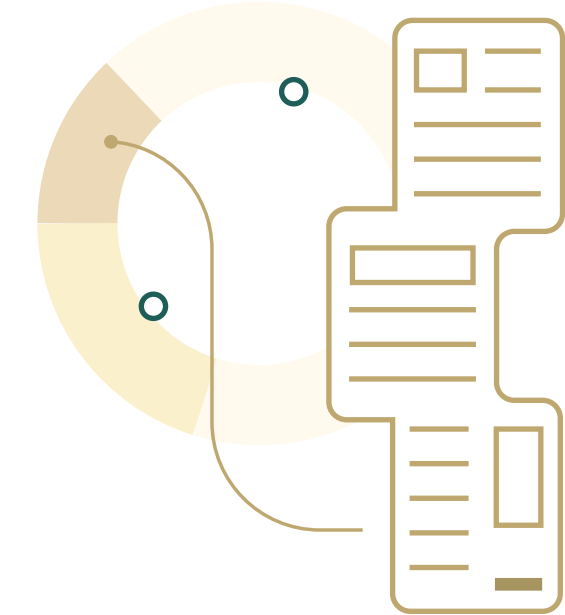
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

23,33%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

11,96%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

163

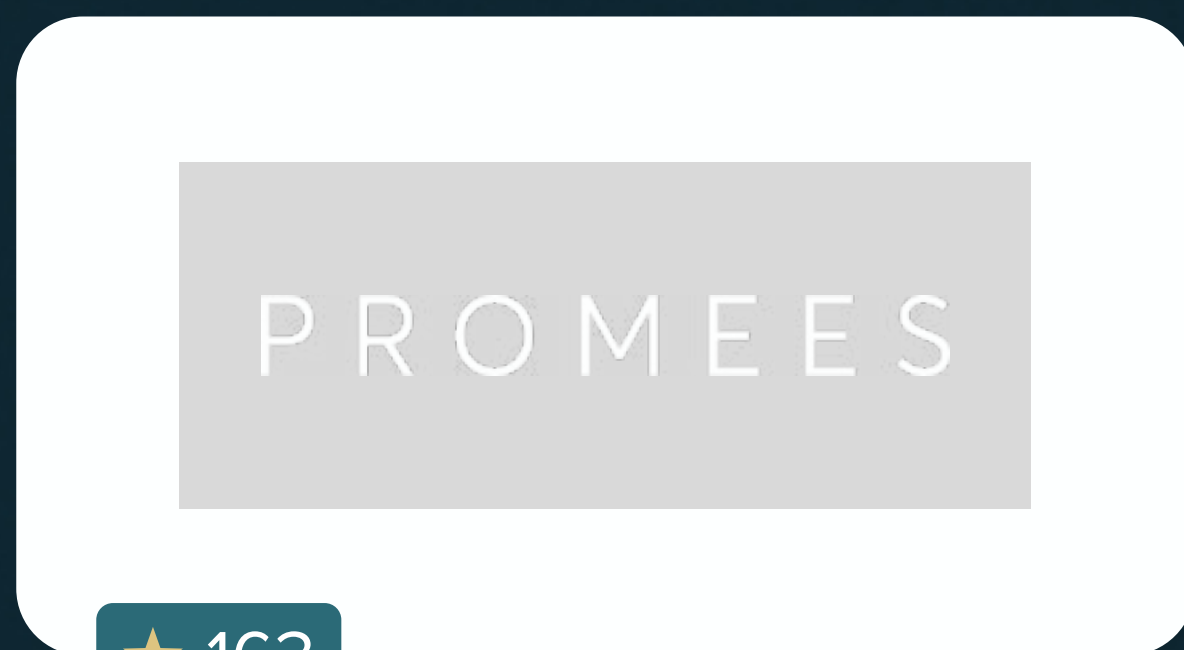


EROTYKA

Ranking	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny			Ruch organiczny całkowity			Ruch organiczny z udziałem bloga			Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
			Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google		
1	promees.pl	promees.pl/blog	30937	62071	49.84%	163	15	9.20%	52.69	676	1484	promees.pl/blog/wszystko-co-musisz-wiedziec-o-bdsm	7836
2	econdom.pl	econdom.pl/blog	24847	52312	47.50%	50	11	22.00%	20.12	217	532	econdom.pl/blog/wpis/82_bdsm-czym-jest-jakie-sa(...)	11826
3	intymna.pl	intymna.pl/blog/	21250	173944	12.22%	125	1	0.80%	58.82	873	1558	intymna.pl/blog/jak-zmierzy-rozmiar-biustonosz(...)	4265
4	durex.pl	durex.pl/blogs	21160	116805	18.12%	68	7	10.29%	32.14	418	960	durex.pl/blogs/odkrywanie-seksu/top-5-pozycji-s(...)	3464
5	kinkywinky.pl	kinkywinky.pl/blog/poradnik/	9963	11887	83.82%	12	3	25.00%	12.04	18	38	kinkywinky.pl/blog/poradnik/seks-analny-w-prakt(...)	4711
6	easytoys.pl	easytoys.pl/mag/	2904	19260	15.08%	64	5	7.81%	220.41	55	214	easytoys.pl/mag/6-wskazowki-jak-wykonac-niesamo(...)	563
7	n69.pl	n69.pl/blog/	1431	22236	6.44%	54	6	11.11%	377.38	31	125	n69.pl/blog/pegging-jak-zaczac	824
8	erotino.pl	erotino.pl/blog/	1109	5044	21.99%	11	2	18.18%	99.16	33	61	erotino.pl/blog/porady/jak-zrobic-sztuczna-pochwe	924
9	venus.net.pl	venus.net.pl/blog/	857	8657	9.90%	4	0	0.00%	46.66	2	6	venus.net.pl/blog/pozycja-69/	672
10	intymnosc.pl	intymnosc.pl/klub/	762	979	77.86%	53	11	20.75%	695.57	23	194	intymnosc.pl/klub/seks-analny-sprawdz-jak-sie-p(...)	146
11	obsessive.com	obsessive.com/pln_pl/blog/	419	43249	0.97%	25	1	4.00%	596.56	21	107	obsessive.com/pln_pl/blog/3-rzeczy-ktore-najbar(...)	89
12	ekskluzywna.pl	ekskluzywna.pl/_blog/	354	31204	1.14%	42	6	14.29%	1185.40	16	74	ekskluzywna.pl/_blog/1277-Jaka-bielizna_pod_prz(...)	62
13	swiat-dożnan.pl	swiat-dożnan.pl/_blog/	314	29257	1.07%	6	1	16.67%	191.37	7	15	swiat-dożnan.pl/_blog/165-ranking_top_5_wibrat(...)	143
14	sensu.pl	sensu.pl/blog	207	6958	2.97%	16	1	6.25%	773.84	13	50	sensu.pl/blog/pierscienie-erekcyjne-jak-bezpiec(...)	112
15	lulapink.pl	blog.lulapink.pl/	154	14118	1.09%	23	3	13.04%	6689.57	10	36	blog.lulapink.pl/2022/04/25/czym-sa-dilatory-i(...)	41



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



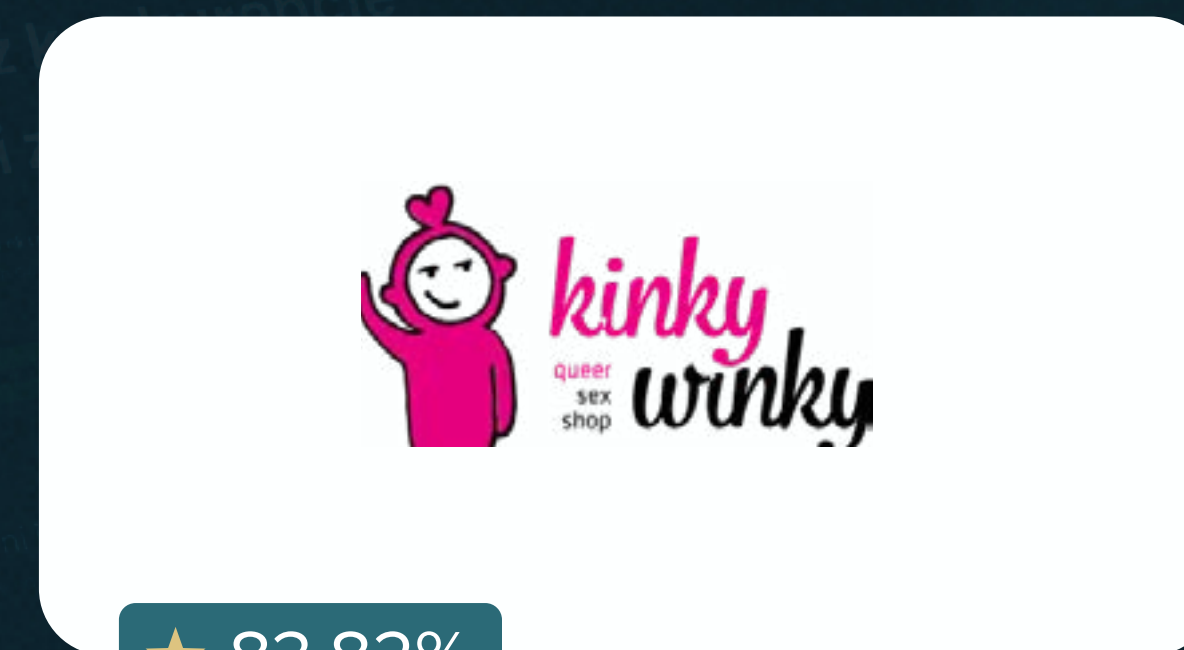
★ 163

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 873

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 83,82%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



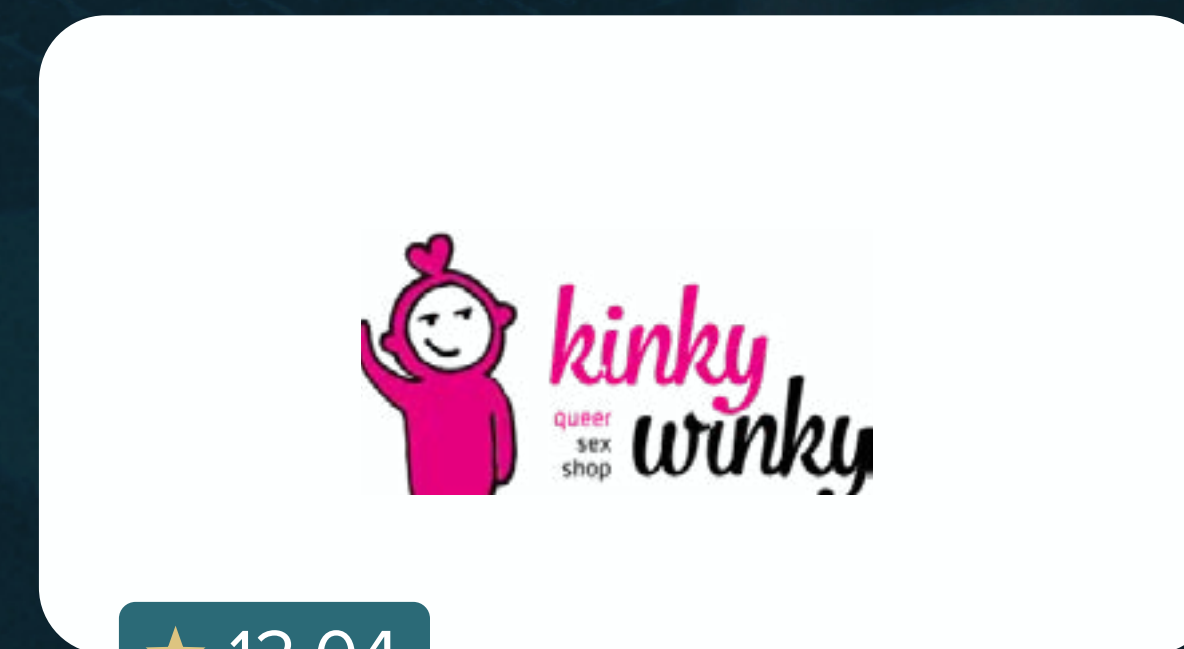
★ 0%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 11 826

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 12,04

Czym jest lead nurturing i kiedy jest stosowany?

Sklepy internetowe borykają się z problemem porzuconych koszyków. Według Baymard Institute prawie 70% transakcji nie kończy się zakupem. Klienci nie podejmują decyzji zakupowych z różnych powodów. Do najczęstszych przeszkód należą:

- 🕒 poszukiwanie inspiracji bez nastawienia na zakup;
- 🕒 brak wystarczających środków;
- 🕒 oczekiwanie na spersonalizowaną ofertę;
- 🕒 chęć skonsultowania zakupu.

Aby nie tracić szans sprzedażowych, sklepy internetowe powinny wdrożyć kampanie lead nurturingowe. To działania marketingowe polegające na edukowaniu potencjalnego klienta, utrzymaniu jego zaangażowania i budowaniu z nim relacji.

Mają na celu przygotowanie go do dokonania zakupu.

Jak wykorzystać go w praktyce?

Skuteczny lead nurturing powinien być prowadzony z zastosowaniem systemów klasy eCRM. Umożliwiają one analizę zachowań użytkowników, a następnie automatyczną segmentację na podstawie ich zachowań. Dzięki temu, po skonfigurowaniu i uruchomieniu odpowiednich scenariuszy, system wyśle je do niezdecydowanych użytkowników. Przykładem takich automatyzacji są:

- 🕒 wiadomości powitalne,
- 🕒 przywracanie klienta po dłuższej nieobecności,
- 🕒 wiadomości po oglądaniu lub dodaniu produktu do koszyka.

Dlaczego warto wykorzystywać lead nurturing do rozwijania relacji z potencjalnymi klientami?

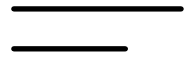
Lead nurturing z wykorzystaniem narzędzi marketing automation to świetny sposób na zwiększenie konwersji w e-commerce. Spersonalizowane wiadomości wysyłane na podstawie preferencji klientów to z kolei klucz do utrzymania ich zaangażowania i lojalizacji. Ma to więc pozytywny wpływ na obniżenie wskaźnika CAC (z ang. Customer Acquisition Cost, czyli koszt pozyskania klienta).



Joanna Dobosz

Sales Team Leader
Poland w **edrone**





Branża

Finanse i ubezpieczenia

08





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Finanse i ubezpieczenia



Przeciętny ruch
organiczny sekcji
contentowych

148 635



Średnia liczba
zindeksowanych
artykułów

398



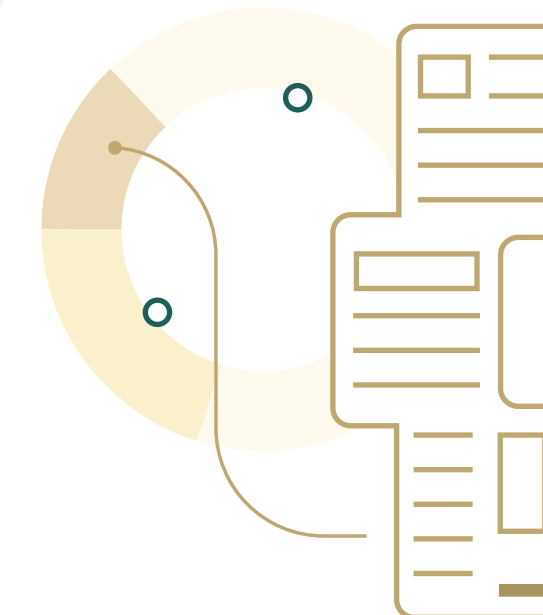
Przeciętny udział
contentu w całości
ruchu organicznego

36,92%



Przeciętny udział
artykułów bez
ruchu organicznego
w sekcjach
contentowych

4,61%



Przeciętny ruch
organiczny
pojedynczego
artykułu

374



FINANSE I UBEZPIECZENIA

Ranking	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Kategorie										Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
			Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	
1	mubi.pl	mubi.pl/poradniki	708988	866903	81.78%	1335	37	2.77%	18.83	19556	43643	mubi.pl/poradniki/wymiana-prawa-jazdy/	34383
2	beesafe.pl	beesafe.pl/porady	419443	449319	93.35%	940	27	2.87%	22.41	12744	33633	beesafe.pl/porady/odpowiedzialnosc-cywilna/	16998
3	cuk.pl	cuk.pl/porady/ cuk.pl/aktualnosci/	364001	505087	72.07%	931	34	3.65%	25.58	9489	27054	cuk.pl/porady/kw-na-konie-mechaniczne	17502
4	link4.pl	link4.pl/blog	296610	415507	71.39%	958	14	1.46%	32.30	9747	23521	link4.pl/blog/dopuszczalna-ilosc-alkoholu-we-kr(...)	6521
5	uniqa.pl	uniqa.pl/porady	245954	522401	47.08%	565	10	1.77%	22.97	7135	18589	uniqa.pl/porady-komunikacja/odpowiedzialnosc-cy(...)	10528
6	warta.pl	warta.pl/porady/	211189	542513	38.93%	498	12	2.41%	23.58	5272	13942	warta.pl/porada/najem-okazjonalny-czym-sie-char(...)	13404
7	compensa.pl	compensa.pl/blog/	175272	277676	63.12%	192	12	6.25%	10.95	3834	10079	compensa.pl/blog/numer-iban-co-to-jest-i-do-cze(...)	16854
8	allianz.pl	allianz.pl/pl_PL/poradniki	169114	585664	28.88%	228	5	2.19%	13.48	2983	7533	allianz.pl/pl_PL/poradniki/podroz/moldawia-kier(...)	10522
9	nn.pl	nn.pl/blog	88627	189833	46.69%	462	32	6.93%	52.13	2649	7194	nn.pl/blog/posts/2021/jaki-powinien-byc-poziom(...)	6579
10	automarket.pl	automarket.pl/blog/	45603	86796	52.54%	177	10	5.65%	38.81	1013	3531	automarket.pl/blog/serwis-i-uzytowanie-samocho(...)	5548
11	santander.pl	santander.pl/bank-porad	44900	3502451	1.28%	87	4	4.60%	19.38	1182	2366	santander.pl/bank-porad/karty-i-platnosci/przel(...)	18963
12	xtb.com	xtb.com/pl/edukacja	44615	156688	28.47%	185	7	3.78%	41.47	895	1729	xtb.com/pl/edukacja/co-to-jest-pips	12241
13	efl.pl	efl.pl/pl/biznes-i-ty	38940	86474	45.03%	344	7	2.03%	57.78	1658	3992	efl.pl/pl/biznes-i-ty/artykuly/jak-zaplacic-za-(...)	4204
14	mbank.pl	mbank.pl/mbank-news/	26751	2048348	1.31%	242	21	8.68%	90.46	952	2237	mbank.pl/mbank-news/co-nowego/w-mbanku-wystarto(...)	4023
15	bnpparibas.pl	bnpparibas.pl/blog/	22861	1464775	1.56%	157	13	8.28%	68.68	737	1591	bnpparibas.pl/blog/przelewy-krajowe-rodzaje-cza(...)	3979
16	superauto.pl	superauto.pl/artykuly/	15440	49421	31.24%	337	36	10.68%	218.27	609	2603	superauto.pl/artykuly/cesja-leasingu-czym-jest-(...)	1119
17	ergohestia.pl	ergohestia.pl/centrum-wiedzy/	14093	239446	5.89%	49	2	4.08%	34.77	569	1299	ergohestia.pl/centrum-wiedzy/jak-zrezygnowac-z-(...)	5054
18	ing.pl	ing.pl/wiem	13946	2953530	0.47%	137	5	3.65%	98.24	548	1206	ing.pl/wiem/hipoteki/zawieszenie-splaty-hipotek(...)	2075
19	generali.pl	generali.pl/praktyczne-generalni	13321	99818	13.34%	39	1	2.56%	29.28	197	641	generali.pl/praktyczne-generalni/co-to-znaczy-nn(...)	3694
20	tms.pl	tms.pl/edukacja/	13036	93078	14.01%	88	7	7.95%	67.51	186	610	tms.pl/edukacja/baza-wiedzy/na-czym-polega-day-(...)	8384



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



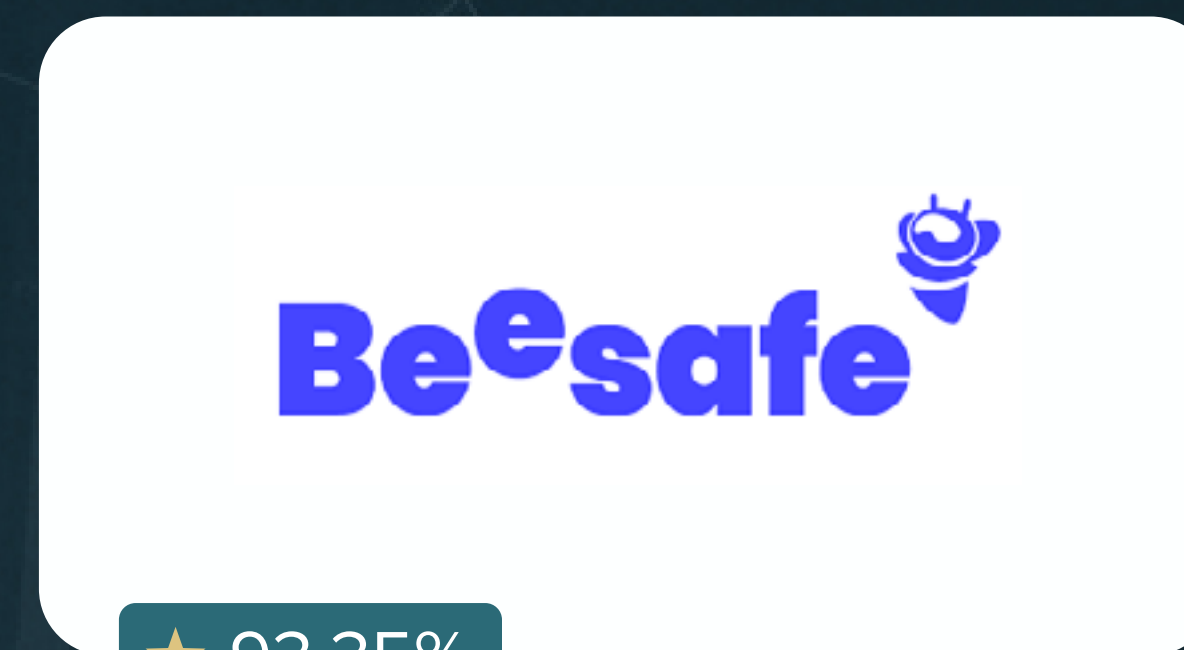
★ 1 335

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 19 556

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 93,35%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



★ 1,46%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 34 383

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 10,95

Blog jako narzędzie do wzmocnienia strategii omnichannel w e-commerce

Umiejętne wykorzystanie bloga może stanowić kluczowy element strategii omnichannel w e-commerce. Blog nie tylko umożliwia dostarczenie użytkownikom wartościowych treści, ale także pozwala na integrację z platformą sprzedażową, budując dodatkowy kanał konwersji. **Jak więc wzmocnić efektywność e-commerce z pomocą bloga?**

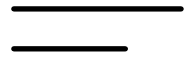
- 🕒 Po pierwsze – kreuj i udostępniaj treści o wartości dodanej, czyli dbaj o świadomy content marketing. Twój klient chętniej sięgnie po poradnik czy recenzje produktu, niż artykuł sprzedażowy.
- 🕒 Po drugie – spraw, aby Twój blog był łatwo dostępny z poziomu platformy sprzedażowej i odwrotnie. Wprowadź linki do bloga na stronach produktów lub w zakładkach nawigacyjnych, aby klienci mogli łatwo przejść do treści, które mogą ich zainteresować. Z kolei w swoich artykułach podlinkuj odpowiednio pasujące produkty.
- 🕒 Po trzecie – dbaj o personalizację treści, wykorzystując dane o zachowaniach zakupowych i preferencjach konsumentów, aby dostarczać dedykowane artykuły. Możesz np. sugerować produkty na podstawie wcześniejszych zakupów lub preferencji klientów, w ten sposób zwiększając ich zaangażowanie.
- 🕒 Po czwarte – promuj blog na innych kanałach, takich jak social media, newslettery czy kampanie e-mail. To pozwoli dotrzeć do szerszej publiczności i zwiększyć ruch na blogu.
- 🕒 Po piąte – promuj na blogu nie tylko e-sklep, ale także sklep stacjonarny lub inne kanały sprzedaży – to zbuduje świadomość wśród klientów i pozwoli na efektywny omnichannel.
- 🕒 I na koniec – analizuj! Bądź świadomy liczby odwiedzin, czasu spędzonego na blogu czy wskaźników konwersji.



Jakub Nadolny

CEO w Fast White Cat





Branża

Hobby i zainteresowania

09





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Hobby i zainteresowania



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

37 519



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

180



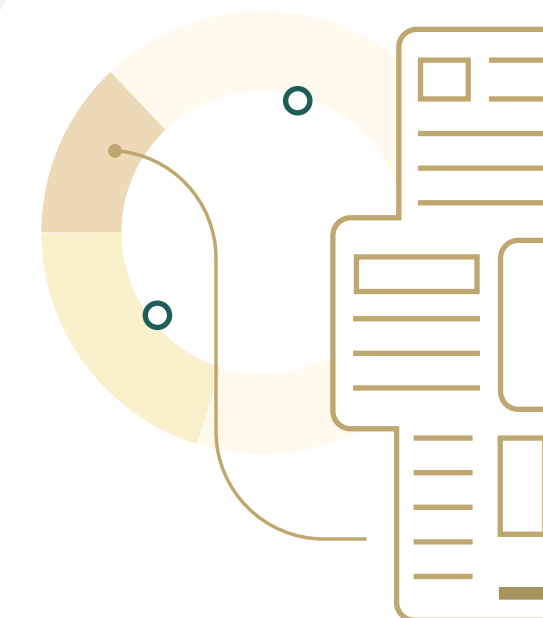
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

45,95%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

14,6%



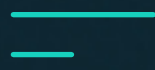
Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

209



HOBBY I ZAINTERESOWANIA

Ranking	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny										Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
			Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych	Liczba artykułów w Google	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google			
1	militaria.pl	militaria.pl/porady/	96476	935141	10.32%	138	3	2.17%	14.30	1325	2834	militaria.pl/porady/stopnie-wojskowe-w-polsce-p(...)	49636	
2	jezykiobce.pl	jezykiobce.pl/blog/	94703	128754	73.55%	83	5	6.02%	8.76	1188	2825	jezykiobce.pl/blog/jezyk-bulgarski/jezyk-bulgar(...)	13766	
3	teleskop.pl	teleskop.pl/pl/blog/	75156	97386	77.17%	81	1	1.23%	10.78	980	1799	teleskop.pl/pl/blog/dzien-edukacji-narodowej-hi(...)	12547	
4	equishop.com	equishop.com/pl/blog/	60318	113843	52.98%	201	10	4.98%	33.32	1264	2455	equishop.com/pl/blog/masci-koni-umaszczenie-kon(...)	7414	
5	combat.pl	combat.pl/blog/	41751	73821	56.56%	154	3	1.95%	36.88	1103	2517	combat.pl/blog/post/jak-nawigowac-z-mapa-i-komp(...)	3631	
6	holdemshop.pl	holdemshop.pl/blog/	38166	46595	81.91%	18	1	5.56%	4.72	481	868	holdemshop.pl/blog/news/poker-uklady-hierarchia(...)	21949	
7	korallo.pl	korallo.pl/blog/	32427	64333	50.40%	198	16	8.08%	61.06	765	1451	korallo.pl/blog/jaki-jest-najpiekniejszy-kamien(...)	4896	
8	wedkarz.pro	wedkarz.pro/blog/	21968	78034	28.15%	192	6	3.13%	87.40	778	1715	wedkarz.pro/blog/wszystko-o-szczupaku	3664	
9	fabrykapuzzli.pl	fabrykapuzzli.pl/blog/	20495	24916	82.25%	61	1	1.64%	29.76	313	1110	fabrykapuzzli.pl/blog/zyczenia-urodzinowe-dla-d(...)	10622	
10	dziergaczkowo.pl	dziergaczkowo.pl/blog/	19958	27642	72.20%	13	0	0.00%	6.51	79	267	dziergaczkowo.pl/blog/podstawowe-techniki-szyde(...)	10617	
11	sklep-mietus.pl	sklep-mietus.pl/blog/	17250	70119	24.60%	69	1	1.45%	40.00	661	1475	sklep-mietus.pl/blog/wpis/trolling-na-czym-pole(...)	1504	
12	wedkuje.pl	wedkuje.pl/porady/	14153	102355	13.83%	1188	161	13.55%	839.41	997	2898	wedkuje.pl/n/sum-na-watrobke/33726	527	
13	ultramaszyna.com	ultramaszyna.com/blog/	11891	49525	24.01%	104	6	5.77%	87.46	701	1413	ultramaszyna.com/blog/jak-nauczyc-sie-szyc-w-domu/	1490	
14	szyj.pl	szyj.pl/blog/	9644	30562	31.56%	81	2	2.47%	83.99	373	851	szyj.pl/blog/slowniczek-krawca-podstawowe-pojec(...)	1949	
15	bron.pl	bron.pl/wiedza/ bron.pl/blog/	8430	86309	9.77%	113	5	4.42%	134.05	349	816	bron.pl/wiedza/bron-palna-i-amunicja/pozwolecie(...)	1082	



Hobby i zainteresowania | analiza sekcji contentowych

Największa liczba zindeksowanych artykułów ★

wedkuje.pl

★ 1 188

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★

 **Militaria.pl**

★ 1 325

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★

Fabryka Puzzli 

★ 82,25%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★

 *Dziergaczkowo*

★ 0%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★

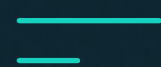
 **Militaria.pl**

★ 49 636

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★

HOLDEMSHOP
— GRY TOWARZYSKIE —

★ 4,72



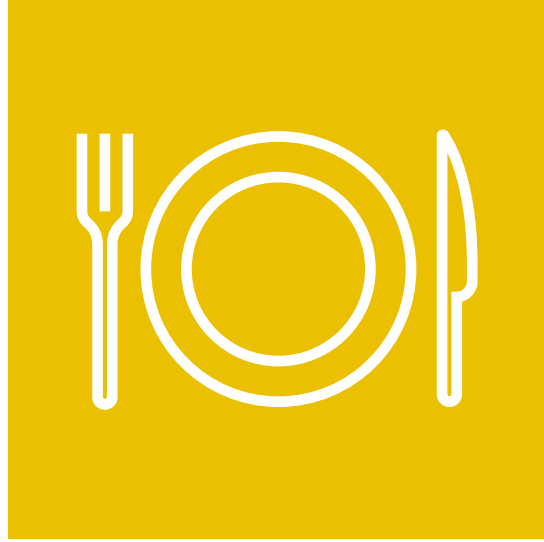
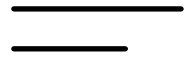
Hobby i zainteresowania | wypowiedź lidera



Celem sekcji z poradami na stronie Militaria.pl jest dotarcie do naszych klientów na różnych etapach ścieżki zakupowej. Chcemy kompleksowo dostarczać treści, które będą przydatne od momentu, gdy klient zaczyna interesować się produktem, aż po kwestie związane z jego późniejszym użytkowaniem. Istotnym wsparciem przy budowie treści poza danymi z narzędzi takich jak Ahrefs czy Senuto są informacje od osób mających bezpośredni kontakt z klientem – pracowników sklepów stacjonarnych czy obsługi klienta. Dzięki temu odpowiadamy na potrzeby, które nie zawsze mają odzwierciedlenie w słowach kluczowych. Treści tworzone są poprzez zespół łączący wiedzę z zakresu SEO, znajomość produktów oraz dobry warsztat pisarski, a gotowe artykuły przechodzą solidny proces weryfikacji.

Natalia Bednarz (Content Manager) i **Adam Suraiya** (SEO Team Leader)
w [Militaria.pl](https://militaria.pl)





Branża

Jedzenie i catering

10





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Jedzenie i catering



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

107 709



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

328



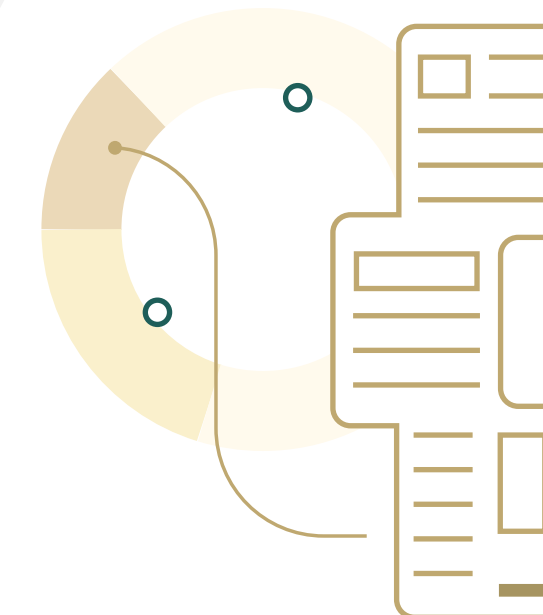
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

59,17%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

4,45%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

328



JEDZENIE I CATERING

Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych	Liczba artykułów w Google	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
1 dietly.pl	dietly.pl/blog/	403072	498834	80,80%	763	29	3,80%	18,93	6284	15424	dietly.pl/blog/fast-foody-szybkie-jedzenie-bez-(...)	19341
2 winnicalidla.pl	winnicalidla.pl/blog/	271531	564655	48,09%	771	17	2,20%	28,39	4084	7656	winnicalidla.pl/blog/jak-zrobic-whisky-sour.html	21615
3 schroniskobukowina.pl	schroniskobukowina.pl/blog/	271473	359382	75,54%	215	2	0,93%	7,92	2570	7502	schroniskobukowina.pl/blog/truffle-najwazniejsze(...)	11232
4 wygodnadieta.pl	wygodnadieta.pl/blog/	155932	175476	88,86%	302	15	4,97%	19,37	3381	8411	wygodnadieta.pl/blog/dieta-intermittent-fasting	11158
5 coffeedesk.pl	coffeedesk.pl/blog/	148773	349955	42,51%	447	21	4,70%	30,05	2758	5302	coffeedesk.pl/blog/flat-white-co-to-za-kawa-jak(...)	9053
6 maczfit.pl	maczfit.pl/blog/	144497	289808	49,86%	334	13	3,89%	23,11	3630	9133	maczfit.pl/blog/dieta-ketogeniczna-zasady-i-prz(...)	6765
7 olini.pl	olini.pl/blog/	91666	174946	52,40%	258	3	1,16%	28,15	2427	5278	olini.pl/blog/baza-wiedzy/olej-z-czarnuszki-dla(...)	9803
8 konesso.pl	konesso.pl/blog-pol.phtml blog.konesso.pl/ serwis.konesso.pl/	79585	283926	28,03%	549	22	4,01%	68,98	1337	2798	konesso.pl/ranking-najlepszej-kawy-ziarnistej-d(...)	7483
9 organic24.pl	organic24.pl/blog/	64522	104165	61,94%	305	39	12,79%	47,27	853	2466	organic24.pl/blog/komosa-ryzowa-jak-ja-gotowac-(...)	16484
10 arkanasmaku.pl	arkanasmaku.pl/pl/blog/	56419	58834	95,90%	279	5	1,79%	49,45	1686	4799	arkanasmaku.pl/pl/blog/10-prostych-przepisow-z-(...)	2095
11 go4taste.pl	go4taste.pl/blog/	55108	58118	94,82%	573	16	2,79%	103,98	2163	5733	go4taste.pl/blog/kumin-a-kminek-czym-sie-roznia/	3030
12 alkoholeswiata.com	alkoholeswiata.com/blog/	52612	156443	33,63%	77	1	1,30%	14,64	614	1514	alkoholeswiata.com/blog/jagermeister-z-czym-pic/	6570
13 mojcatering.com.pl	mojcatering.com.pl/blog/	51607	55206	93,48%	298	15	5,03%	57,74	1689	4643	mojcatering.com.pl/blog/jakie-produkty-sa-dozwo(...)	2105
14 planteon.pl	planteon.pl/blog/	50564	127837	39,55%	244	14	5,74%	48,26	1151	2770	planteon.pl/blog/liscie-brzozy-wlasciwosci	3813
15 bodychief.pl	bodychief.pl/blog/	49927	170045	29,36%	116	5	4,31%	23,23	943	2260	bodychief.pl/blog/725835-co-zjesc-na-kolacje-sz(...)	5766
16 guiltfree.pl	guiltfree.pl/blog/	49839	120937	41,21%	354	33	9,32%	71,03	1126	2660	guiltfree.pl/blog/2021/11/06/kalorii-kotlet-sch(...)	8365
17 enaturalnie.pl	enaturalnie.pl/blog/	48060	170610	28,17%	30	2	6,67%	6,24	653	1409	enaturalnie.pl/blog/dmso-dimetylosulfotlenek-st(...)	15767
18 czasaherbate.net	czasaherbate.net/blog/	38768	121696	31,86%	183	8	4,37%	47,20	770	1604	czasaherbate.net/blog/artykuly/ile-gramow-ma-l(...)	18471
19 swiezopalona.pl	swiezopalona.pl/blog/	38240	52052	73,47%	402	31	7,71%	105,12	1386	3572	swiezopalona.pl/blog/aquafaba-co-to-jest-jak-wy(...)	2748
20 zdrowazupa.pl	zdrowazupa.pl/blog/	31980	34065	93,88%	65	1	1,54%	20,33	698	1682	zdrowazupa.pl/blog/produkty-bogate-w-bialko	8632



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



★ 771

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 6 284

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 95,90%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



★ 0,93%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 21 615

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 6,24

Blog jako uzupełnienie oferty sklepu internetowego, czyli kluczowa rola content marketingu w e-commerce

Prowadzenie bloga stanowi kluczowy element strategii content marketingowej dla sklepów internetowych. Tworzenie wartościowych treści nie tylko ułatwia klientom zrozumienie oferowanych produktów, ale także przyczynia się do budowania zaangażowania oraz lojalności wobec marki. Blogowanie ma także istotne znaczenie z perspektywy SEO, umożliwiając poprawę pozycjonowania w wynikach wyszukiwania Google.

Podczas wybierania tematów na bloga należy skupić się na autentycznych treściach, które są wyczerpujące i bezpośrednio związane z pytaniami i potrzebami klientów. Zgodność z wytycznymi od Google jest kluczowa – treści powinny być **autentyczne, wyczerpujące i odpowiednio związane z pytaniem klienta**.

Wśród formatów treści blogowych, które mogą zainteresować klientów, należy wskazać artykuły poradnikowe, recenzje produktów, wywiady z ekspertami, studia przypadków oraz relacje z wydarzeń branżowych. Te formaty przyczyniają się do **budowania zaangażowania i lojalności klientów wobec marki**.

Content marketing stanowi doskonały element lejka marketingowego i powinien być uwzględniony w strategii marketingowej dla sklepu internetowego. Prowadzenie bloga jako uzupełnienie oferty e-sklepu jest niezbędne w erze e-commerce. Dostarczanie wartościowych treści nie tylko ułatwia użytkownikom zrozumienie produktów, ale także wpływa korzystnie na pozycjonowanie w wyszukiwarkach i budowanie zaangażowania klientów.

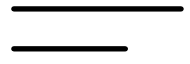


Piotr Markiewicz

Dyrektor Reklamy
Cyfrowej w Grupie
Shoper

członek zarządu
w SEMPIRE Europe





Branža

Kosmetyki i uroda

11





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Kosmetyki i uroda



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

152 950



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

332



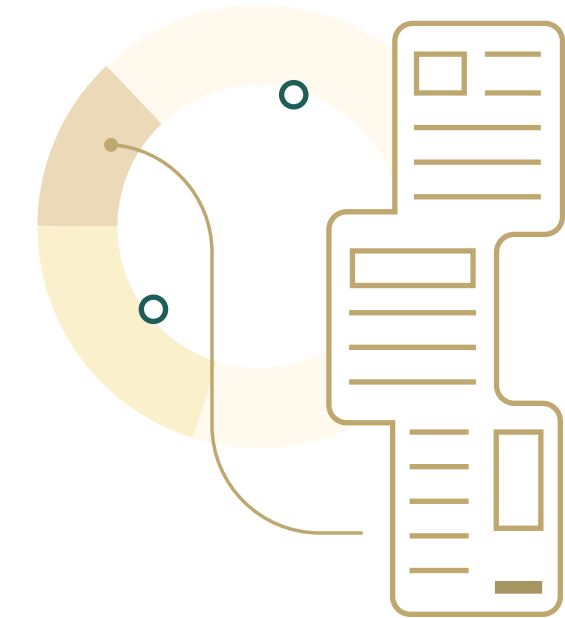
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

61,05%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

4,03%



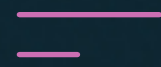
Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

461

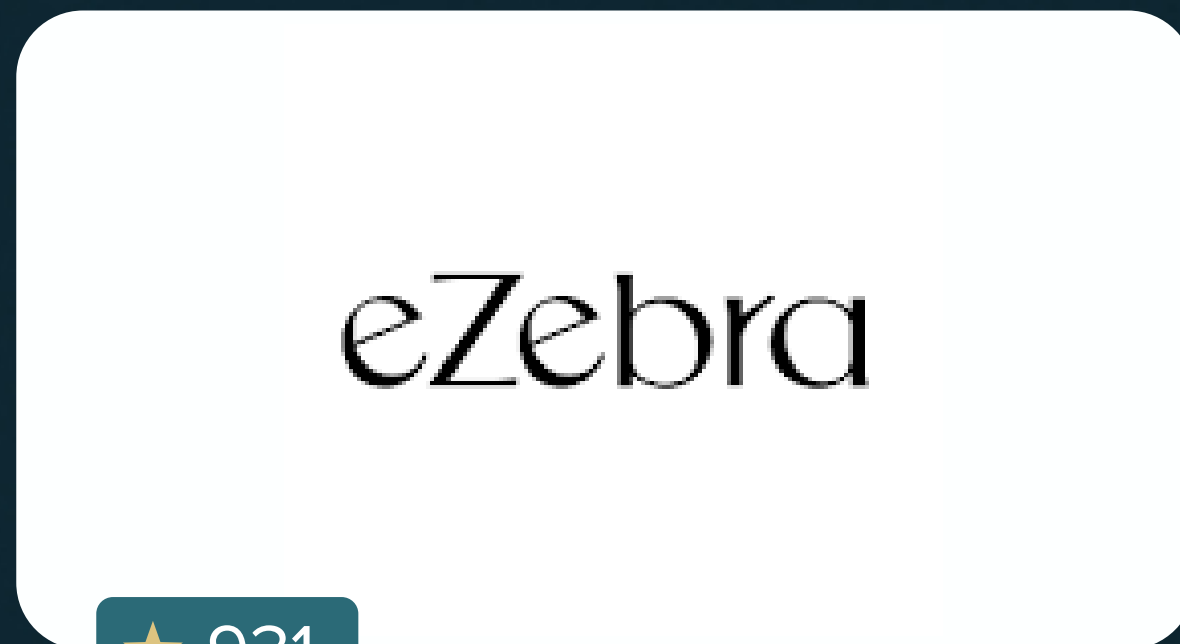


KOSMETYKI I URODA

	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
1	superpharm.pl	superpharm.pl/blog/	452789	1066790	42.44%	807	17	2.11%	17.82	11984	24169	superpharm.pl/blog/najlepsze-wcierki-do-wlosow-(...)	14547
2	fryzomania.pl	fryzomania.pl/blog/	337622	466674	72.35%	469	13	2.77%	13.89	7682	14614	fryzomania.pl/blog/nanoplastia-na-czym-polega-j(...)	21087
3	hairstore.pl	hairstore.pl/blog/	313109	333643	93.85%	795	36	4.53%	25.39	6651	15675	hairstore.pl/blog/keratyna-na-wlosy-jak-dziala/	18508
4	ezebra.pl	ezebra.pl/pl/blog/	185685	567156	32.74%	931	47	5.05%	50.14	6092	15560	ezebra.pl/pl/blog/pokonac-pryszczke-na-posiadkac(...)	6210
5	triny.pl	triny.pl/blog/	164122	263137	62.37%	505	19	3.76%	30.77	6151	13101	triny.pl/blog/olejowanie-wlosow-najlepsze-metod(...)	12101
6	puderikrem.pl	puderikrem.pl/blog-pol.phtml	162727	207550	78.40%	207	13	6.28%	12.72	3791	7114	puderikrem.pl/najlepsze-serum-z-witamina-c-prze(...)	7611
7	strefaurody.pl	strefaurody.pl/blog-pol.phtml	162018	178812	90.61%	349	19	5.44%	21.54	3138	7203	strefaurody.pl/laminacja-brwi-wszystko-co-musis(...)	23990
8	phlov.com	phlov.com/blog/	147790	184699	80.02%	156	4	2.56%	10.56	2106	4946	phlov.com/blog/masaz-twarzy-kobido-n172	18496
9	beardman.pl	beardman.pl/pl/n/list	144995	228265	63.52%	54	2	3.70%	3.72	1416	2946	beardman.pl/blog/brodaty-blog/modne-fryzury-mes(...)	37003
10	dlagentlemana.pl	dlagentlemana.pl/pl/blog dlagentlemana.pl/blog	144778	196113	73.82%	219	18	8.22%	15.13	330	912	dlagentlemana.pl/pl/blog/Fryzura-Buzz-Cut-jak-z(...)	120036
11	yourkaya.pl	yourkaya.pl/blogs/	127243	164173	77.51%	245	7	2.86%	19.25	2767	7058	yourkaya.pl/blogs/you-know/wargi-sromowe-budowa(...)	19468
12	tolpa.pl	tolpa.pl/blog/ pielegnacja.tolpa.pl/	126893	194483	65.25%	335	7	2.09%	26.40	2065	5366	tolpa.pl/blog/co-to-jest-retinol-jakie-kremy-z(...)	12157
13	onlybio.life	onlybio.life/blog/	94247	186876	50.43%	111	2	1.80%	11.78	1770	3704	onlybio.life/blog/trwala-ondulacja/	9044
14	4szpaki.pl	4szpaki.pl/blog/	93756	140192	66.88%	166	4	2.41%	17.71	2204	4737	4szpaki.pl/blog/post/olejowanie-wlosow-od-a-do-(...)	15338
15	barberstore.pl	barberstore.pl/blog/	82252	120231	68.41%	136	10	7.35%	16.53	582	1540	barberstore.pl/blog/news/buzz-cut-fryzura-w-sty(...)	21874
16	trena.pl	trena.pl/blog/	73053	108819	67.13%	190	12	6.32%	26.01	1636	3725	trena.pl/blog/laminowanie-rzes-czym-jest-i-jaki(...)	40221
17	cosibella.pl	cosibella.pl/blog/	68338	389923	17.53%	564	20	3.55%	82.53	1451	4241	cosibella.pl/blog/kwas-glikolowy-czy-warto-go-m(...)	6544
18	semilac.pl	semilac.pl/pl/blog/	65414	558775	11.71%	127	3	2.36%	19.41	1758	3271	semilac.pl/pl/blog/manicure-klasyczny-krok-po-k(...)	10231
19	tagomago.pl	tagomago.pl/blogs/	57360	133501	42.97%	94	1	1.06%	16.39	982	2512	tagomago.pl/blogs/blog/smokey-eye-krok-po-kroku	22731
20	drogeriaolmed.pl	drogeriaolmed.pl/blog/	54813	86970	63.03%	173	11	6.36%	31.56	1201	3906	drogeriaolmed.pl/blog/artikul/zielona-bakteria-(...)	5558



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



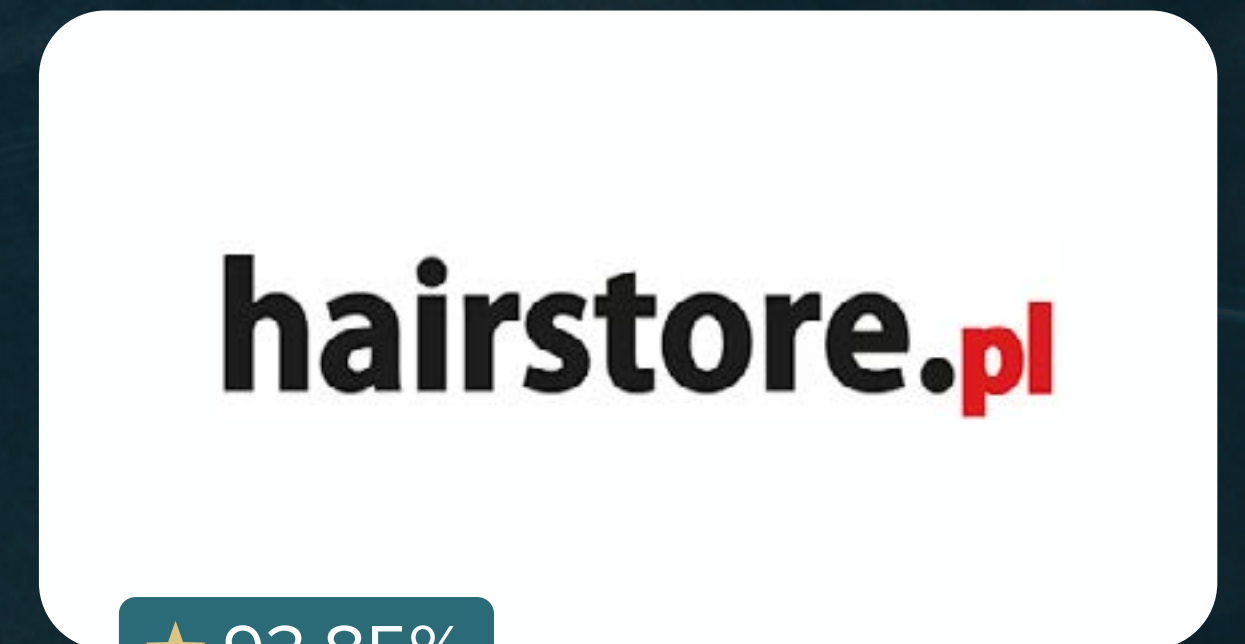
★ 931

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 11 984

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 93,85%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



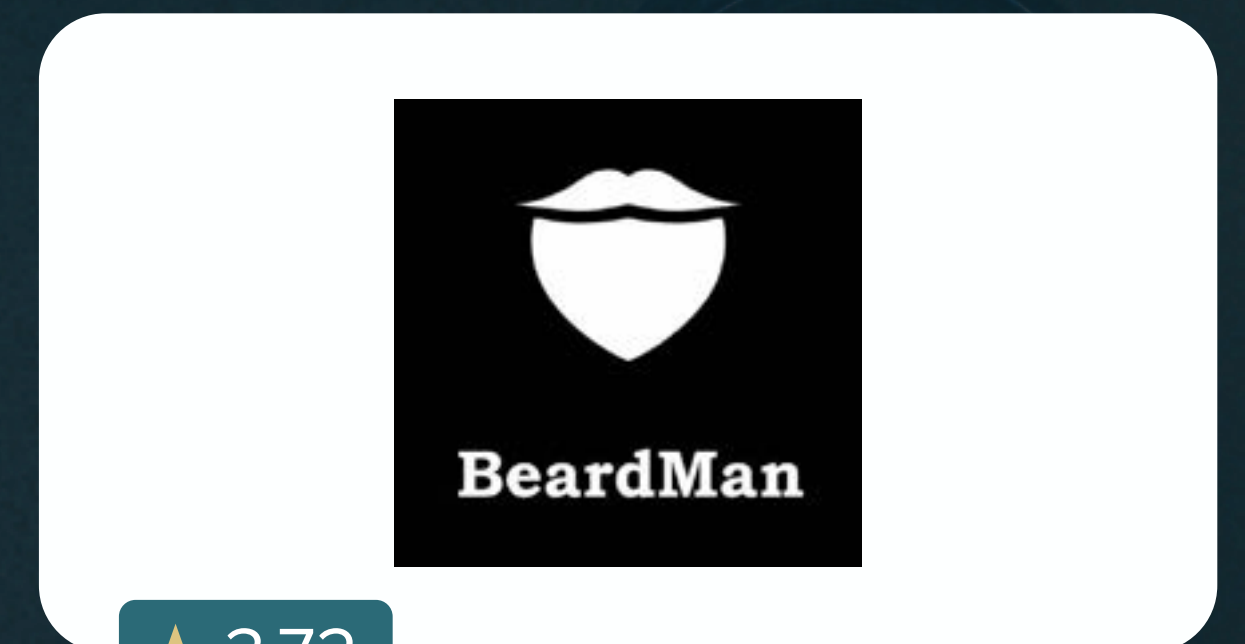
★ 1,06%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★

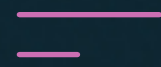


★ 120 036

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 3,72



Od początku stawialiśmy na treści przydatne przede wszystkim użytkownikowi, stanowiące realną wartość dodaną w odróżnieniu od contentu zwyczajowo tworzonego pod wyszukiwarki na blogach e-sklepów. Nasze grono autorów zasilają eksperci: dermatolodzy, trychologowie i kosmetolodzy, a treści są wzbogacane unikalnymi infografikami. Kluczową kategorią w naszych drogeriach są dermokosmetyki, dlatego na blogu stworzyliśmy bazę wiedzy na temat pielęgnacji oraz problemów skórnych. Obecnie stawiamy także na tematy najaktualniejsze, związane z trendami panującymi w social mediach.

Blog stanowi istotną część ruchu organicznego Super-Pharm, wspiera sprzedaż w wielu punktach ścieżki zakupowej klienta i wzmacnia wizerunek naszej firmy jako eksperta w temacie pielęgnacji skóry.

Ewelina Błeszyńska

Senior Content Specialist w [SuperPharm.pl](https://www.superpharm.pl)



Blog firmowy – dlaczego tworzenie bloga warto zlecić zewnętrznej agencji?

Prowadzenie bloga to nie tylko sposób na budowanie marki, ale także skuteczne narzędzie wspierające rozwój e-commerce. Jednakże, by osiągnąć zadowalające rezultaty, wymaga to znacznego nakładu pracy, czasu i specjalistycznej wiedzy. W związku z tym warto rozważyć zlecenie prowadzenia bloga zewnętrznej agencji.

Agencje specjalizujące się w obszarach SEO i content marketingu posiadają **bogate doświadczenie** oraz **szeroki zakres kompetencji**, co pozwala im tworzyć treści o wysokiej jakości, zoptymalizowane pod kątem SEO. Dzięki temu blog może osiągnąć wyższe pozycje w wynikach wyszukiwania, przyciągając większą liczbę potencjalnych klientów. Ponadto agencje te dysponują również narzędziami analitycznymi, co umożliwia ciągłe dostosowywanie strategii na podstawie danych oraz analizy skuteczności działań.

Outsourcing prowadzenia bloga agencji pozwala również zaoszczędzić cenny czas i zasoby właściciela firmy. Zamiast poświęcać godziny na pisanie, redagowanie i promowanie treści, przedsiębiorca może skoncentrować się na innych priorytetach biznesowych, takich jak rozwój produktów czy obsługa klienta.

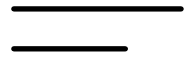
Podsumowując, zlecenie prowadzenia bloga zewnętrznej agencji to strategiczna decyzja, która może przynieść znaczne korzyści w postaci zwiększenia widoczności marki, generowania ruchu na stronie oraz wzrostu sprzedaży. Dzięki specjalistycznej wiedzy i doświadczeniu agencji przedsiębiorca może skupić się na rozwoju swojego biznesu, mając pewność, że blog jest prowadzony w sposób efektywny i profesjonalny.



Dorota Prokopiak

PR & Communication
Specialist w **Elephate**





Branża

Książki i wydawnictwa

12





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Książki i wydawnictwa



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

41 298



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

209



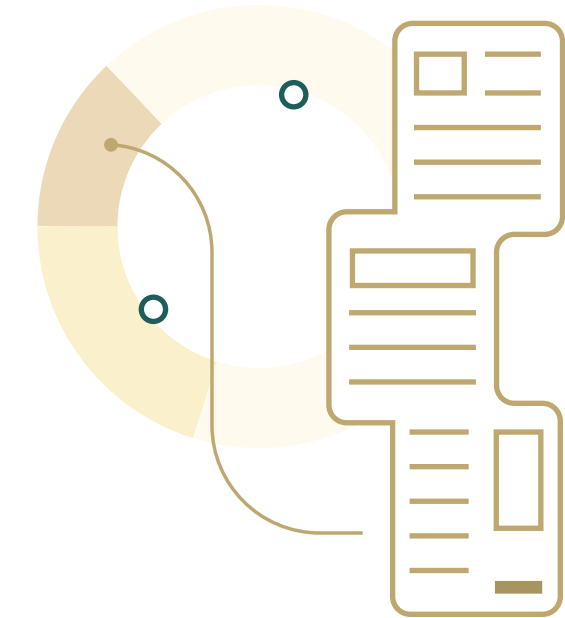
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

29,69%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

7,50%



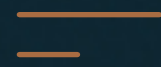
Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

197

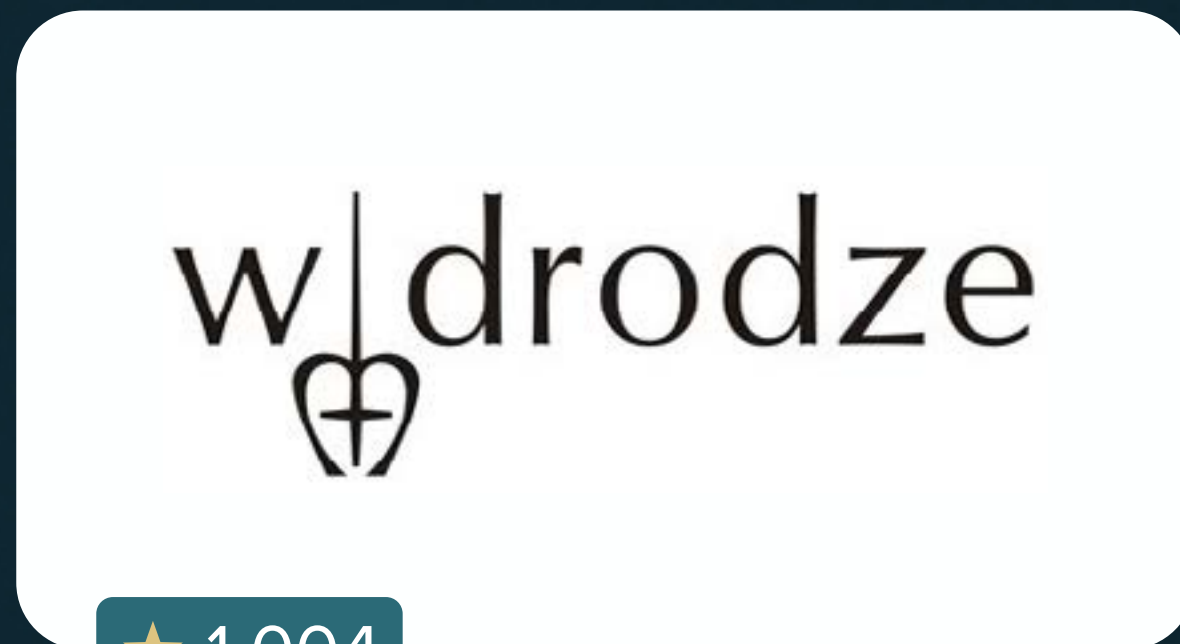


KSIĄŻKI I WYDAWNICTWA

Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
1 skupszop.pl	skupszop.pl/blog/	177284	361902	48.99%	387	12	3.10%	21.83	2673	5326	skupszop.pl/blog/czym-jest-oksymoron	8989
2 profinfo.pl	profinfo.pl/blog/	86363	171701	50.30%	123	8	6.50%	14.24	1641	4754	profinfo.pl/blog/cit-estonski-na-czym-polega-il(...)	9926
3 labotiga.pl	labotiga.pl/blog/	74637	94051	79.36%	175	16	9.14%	23.45	465	1237	labotiga.pl/blog/334_kim-naprawde-jest-cristian(...)	10377
4 mediarodzina.pl	mediarodzina.pl/blog/	42297	175632	24.08%	77	5	6.49%	18.20	590	1220	mediarodzina.pl/blog/ksiazki-z-cyklu-harry-potter/	20988
5 swiatksiazki.pl	swiatksiazki.pl/blog/	41760	916837	4.55%	126	1	0.79%	30.17	939	2273	swiatksiazki.pl/blog/post/filmy-na-wieczor-tytu(...)	4564
6 tezeusz.pl	tezeusz.pl/blog/	41312	163444	25.28%	144	9	6.25%	34.86	581	1618	tezeusz.pl/blog/2024/01/08/co-to-jest-inwokacja(...)	2635
7 wdrodze.pl	wdrodze.pl/article/	29276	55573	52.68%	1004	152	15.14%	342.94	639	2499	wdrodze.pl/article/ksieza-ktorzy-porzucili-kapl(...)	3408
8 bookland.com.pl	bookland.com.pl/blog/	27118	86896	31.21%	113	9	7.96%	41.67	734	1883	bookland.com.pl/blog/post/formalny-i-nieformaln(...)	3241
9 natuli.pl	natuli.pl/pl/n/list	25307	187052	13.53%	265	15	5.66%	104.71	532	1981	natuli.pl/pl/n/Cytaty-o-dzieciach.-30-sentencji(...)	4921
10 gandalf.com.pl	gandalf.com.pl/blog/	18151	171144	10.61%	249	30	12.05%	137.18	606	2097	gandalf.com.pl/blog/czlonkowie-bts-historia-zes(...)	3815
11 virtualo.pl	virtualo.pl/blog/	13315	44898	29.66%	118	19	16.10%	88.62	367	1101	virtualo.pl/blog/epub-i-mobi-ktory-format-ebook(...)	6549
12 woblink.com	woblink.com/blog/	12559	113652	11.05%	171	17	9.94%	136.16	480	1258	woblink.com/blog/top-10-serii-ksiazek-fantasy-k(...)	3044
13 tantis.pl	tantis.pl/blog/	11675	112704	10.36%	71	2	2.82%	60.81	378	906	tantis.pl/blog/w-jakiej-kolejnosci-czytac-wiedz(...)	2068
14 literia.pl	literia.pl/blog/	9913	27580	35.94%	61	1	1.64%	61.54	303	899	literia.pl/blog/post/sennik-co-oznacza-twoje-sny	1724
15 greg.pl	greg.pl/blog/	8499	47793	17.78%	56	5	8.93%	65.89	125	425	greg.pl/blog/jak-napisac-opowiadanie/	4118

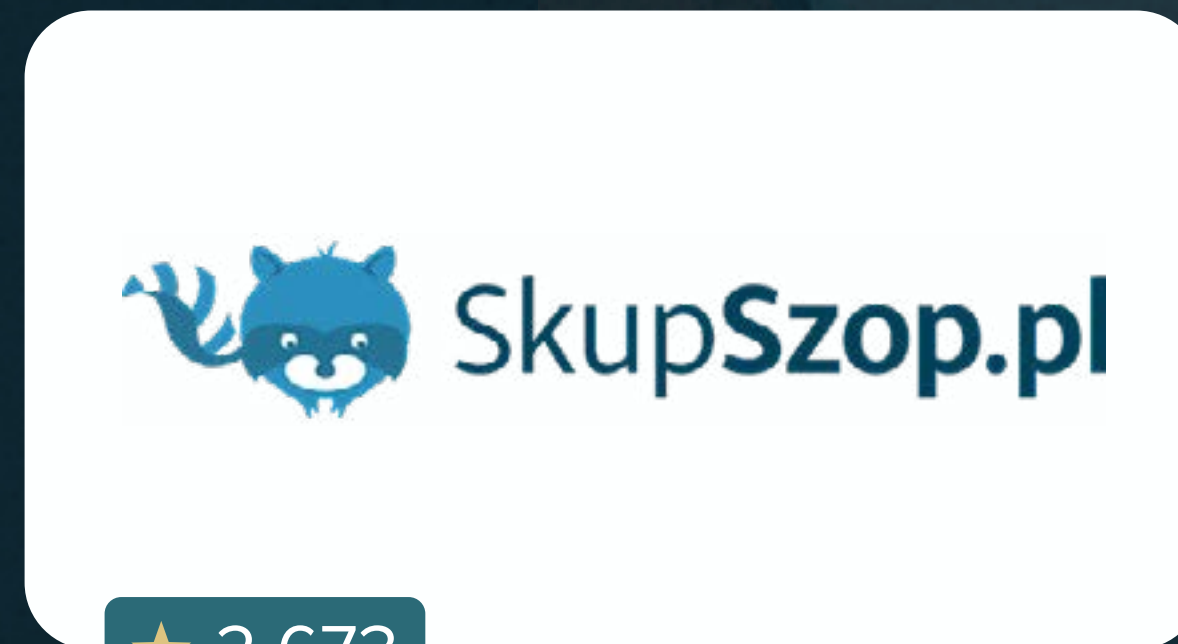


Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



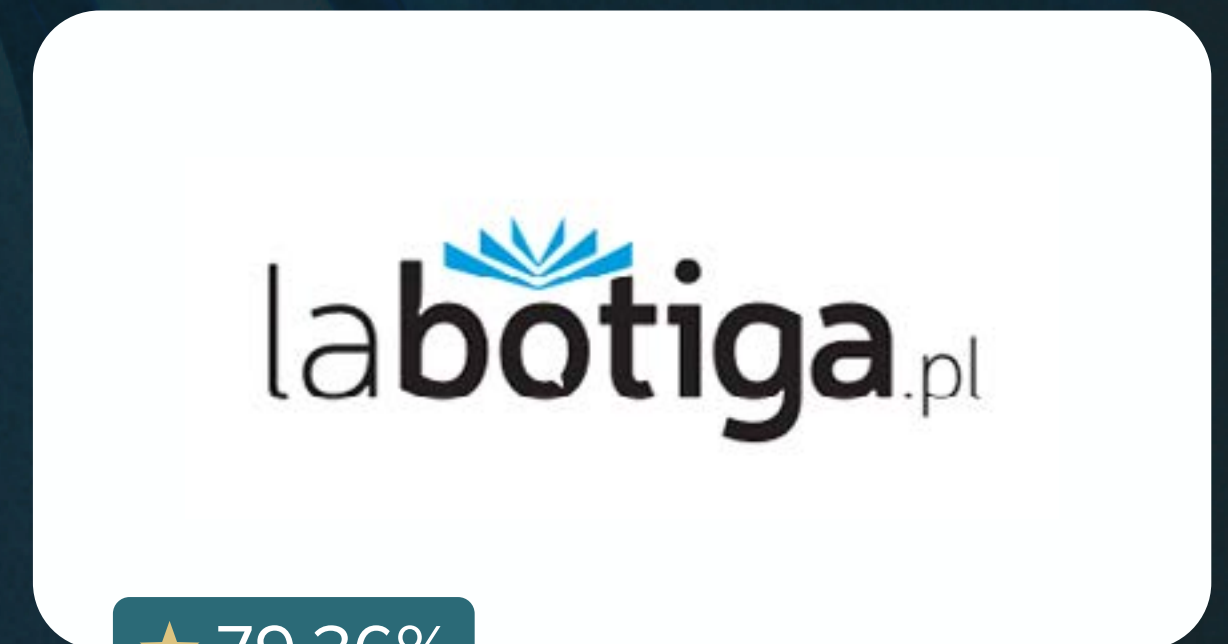
★ 1 004

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



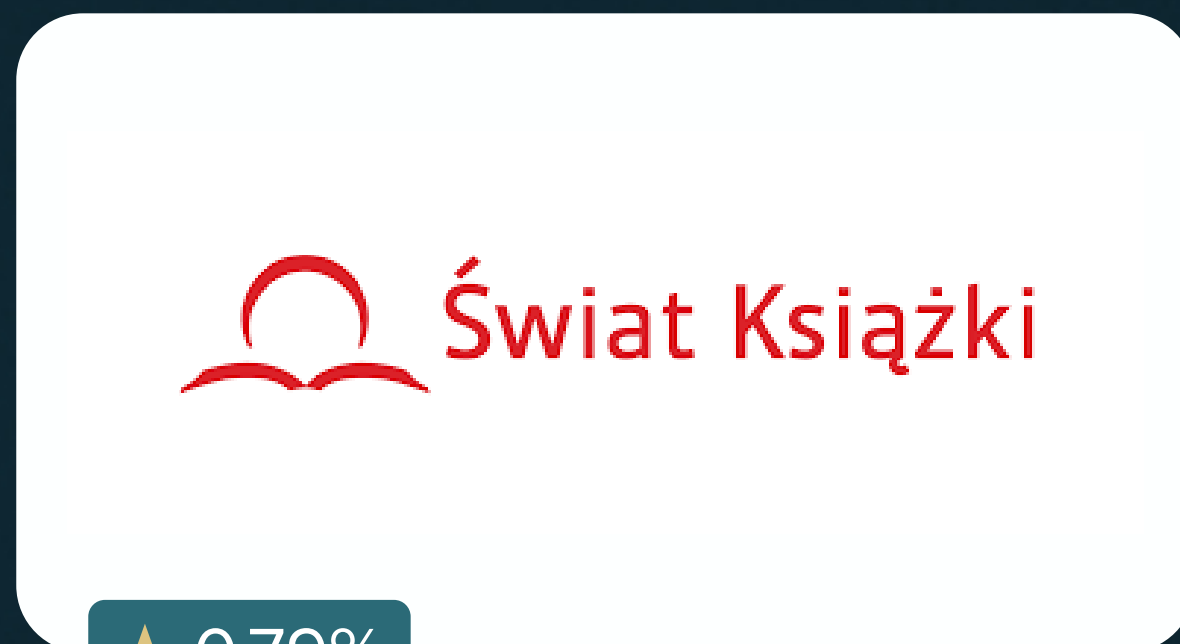
★ 2 673

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 79,36%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



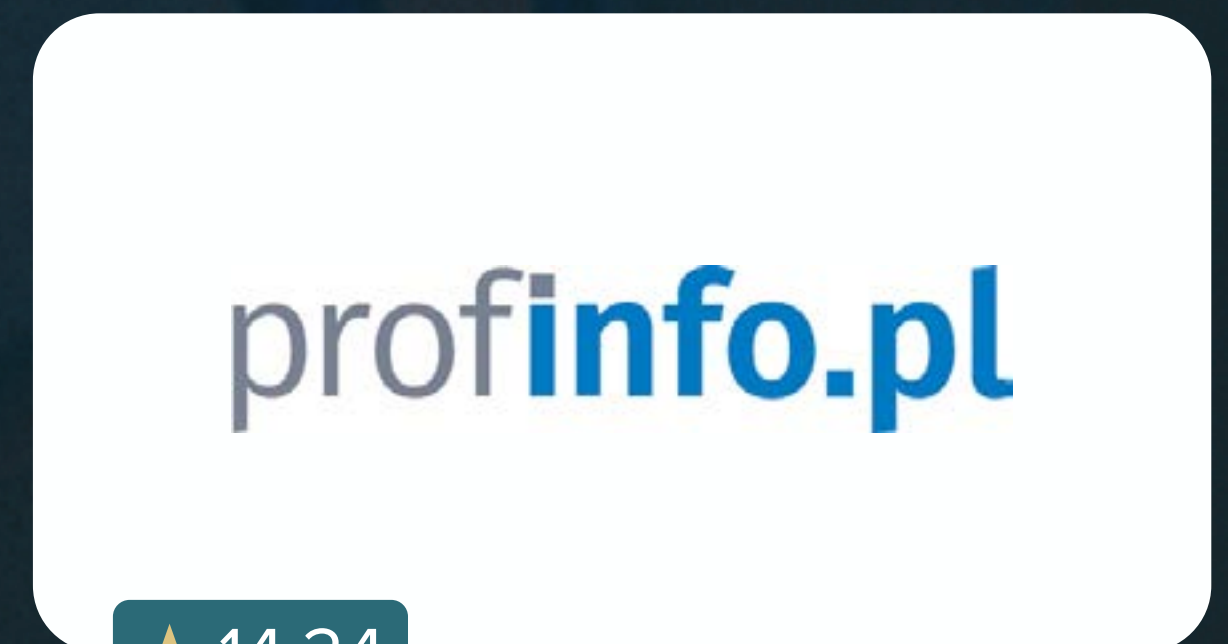
★ 0,79%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 20 988

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 14,24

Tematy na blog, czyli o czym pisać i skąd czerpać inspirację?

Prowadzenie bloga firmowego w e-commerce to bardzo dobry sposób na budowanie organicznej widoczności strony i wzmacnianie wizerunku eksperta, a także wsparcie potencjalnej grupy docelowej w zakupie produktów i usług. Warto zwrócić przy tym uwagę na kilka istotnych aspektów:

Zdefiniowanie swojej grupy docelowej

Na początku trzeba określić, do kogo kierujesz treści na swoim blogu, oraz spróbować wczuć się w rolę klienta. W ten sposób łatwiej jest wskazać potencjalne problemy i znaleźć pomysły na materiały, które mogą pomóc w podjęciu decyzji zakupowej.

Badanie trendów i słów kluczowych

Aby wpisy blogowe były widoczne w wyszukiwarkach, należy pisać o tematach, na które istnieje zapotrzebowanie.

Warto wykorzystać do tego sprawdzone narzędzia: Senuto, Ahrefs czy też Semrush, które pozwolą Ci zbadać potencjał wybranych słów kluczowych.

Stworzenie kalendarza publikacji oraz dbałość o wysoką jakość treści

Należy pamiętać o tym, że każda branża ma swoją sezonowość. Postaraj się, żeby Twoje wpisy były jak najbardziej na czasie i blisko trendu, szczególnie w momencie publikacji. Pamiętaj, że treści, które przedstawiasz na blogu, powinny nie tylko być interesujące, ale również oferować użytkownikom realną wartość, czyli dostarczać odpowiedzi na ich pytania lub pomagać w wyborze.

Promocja contentu

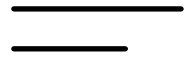
Naturalne jest, że nawet najlepszy wpis blogowy ma małą wartość, jeżeli nikt się o nim nie dowie. W działaniach związanych z prowadzeniem bloga należy jasno podzielić budżet na działania związane z tworzeniem contentu oraz jego promocją. W kontekście SEO działania promocyjne to pozyskanie linków pozycjonujących wybrane wpisy blogowe lub ogólne wzmocnienie strony za pomocą link buildingu.



Tomasz Biegun

Head of SEO & CM
oraz Członek Zarządu
WhitePress®





Branża

Medycyna

13





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Medycyna



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

88 238



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

181



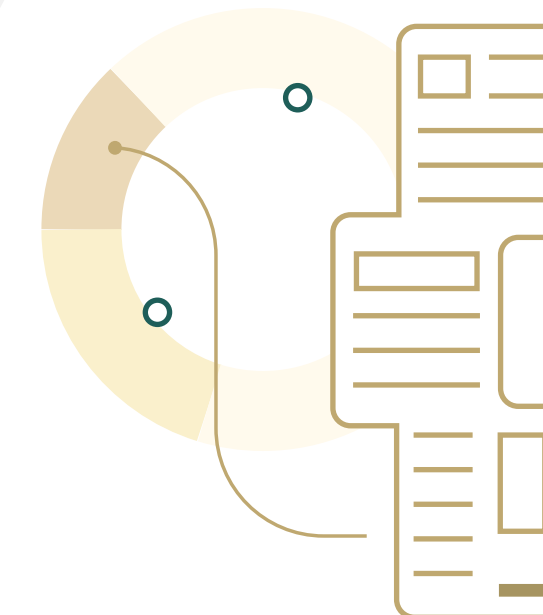
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

56,88%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

5,36%




Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

486



MEDYCYNĄ

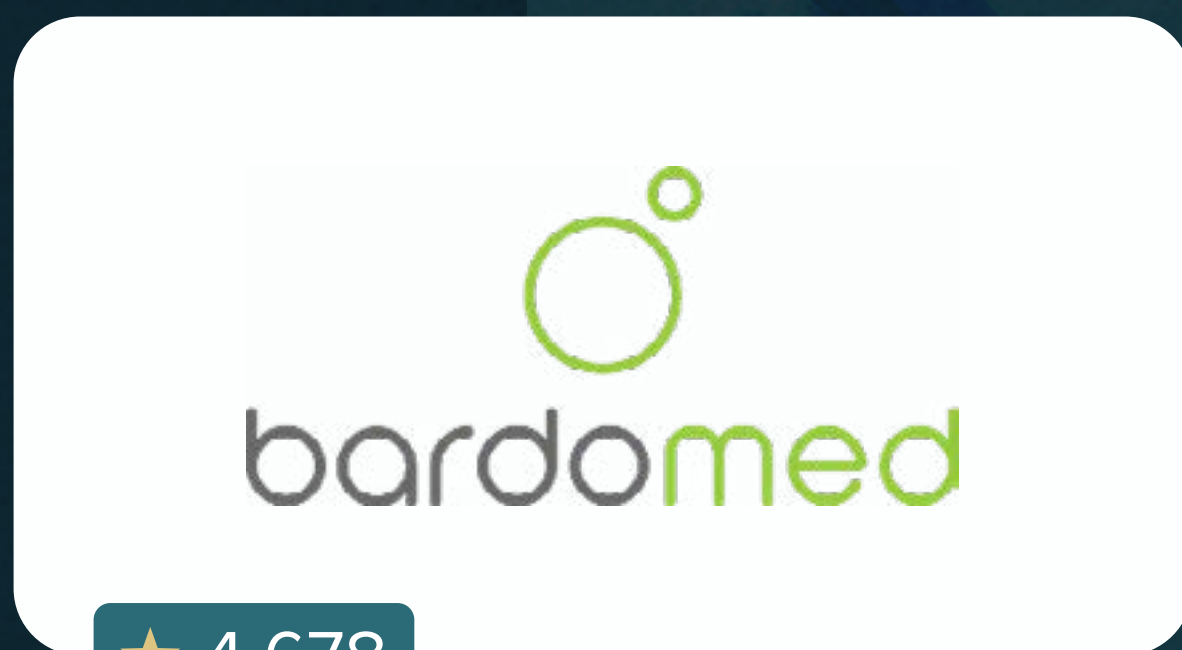
Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu			
											Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	
1	seni24.pl	seni24.pl/poradnik/	242218	309656	78.22%	161	4	2.48%	6.65	4102	9624	seni24.pl/poradnik/Wpis/455-proktologia-i-prokt(...)	27533
2	bardomed.pl	bardomed.pl/blog/	192817	201751	95.57%	287	3	1.05%	14.88	4678	10335	bardomed.pl/blog/porady-eksperta/wiezadla-w-kol(...)	7482
3	ortomedico.pl	ortomedico.pl/blog/	166946	200031	83.46%	237	5	2.11%	14.20	3284	7601	ortomedico.pl/blog/dla-osob-z-stomia/jakie-sa-r(...)	9103
4	matopat24.pl	matopat24.pl/poradnik/	127229	166993	76.19%	72	2	2.78%	5.66	2625	5312	matopat24.pl/poradnik/wpis/saturacja-co-to-jest(...)	12941
5	acusmed.pl	acusmed.pl/blog/	103055	153908	66.96%	445	17	3.82%	43.18	2592	6781	acusmed.pl/blog/receptory-na-stopach-jak-masowac/	6065
6	ortopedio.pl	ortopedio.pl/porady-ekspertow/	87733	139594	62.85%	113	6	5.31%	12.88	807	2727	ortopedio.pl/porady-ekspertow/stomia-co-to-jest(...)	42836
7	kredos.pl	kredos.pl/artykuly/ kredos.pl/blog/	87153	90512	96.29%	389	24	6.17%	44.63	2696	7494	kredos.pl/artykuly/kardiologia/badanie-holtera(...)	5035
8	admed.org.pl	admed.org.pl/blog/	68106	79365	85.81%	352	30	8.52%	51.68	692	2911	admed.org.pl/blog/spory-co-to-takiego	29079
9	shop-dent.pl	shop-dent.pl/pl/blog.html	62027	202406	30.64%	84	6	7.14%	13.54	1443	2824	shop-dent.pl/pl/blog/ranking-szczoteczek-sonicz(...)	11403
10	denthelpl.pl	denthelpl.pl/blog/	56233	70498	79.77%	161	4	2.48%	28.63	1146	3160	denthelpl.pl/blog/szkliviak-objawy-leczenie	3544
11	happydental.pl	happydental.pl/blog/	43554	234139	18.60%	71	3	4.23%	16.30	827	1778	happydental.pl/blog/dokucza-ci-afta-domowe-spos(...)	12239
12	novamed.pl	novamed.pl/blog/	31082	323569	9.61%	99	8	8.08%	31.85	598	1776	novamed.pl/blog/co-to-jest-autoklaw-jak-dziala	10266
13	orteo.pl	orteo.pl/blog/	28299	121135	23.36%	130	14	10.77%	45.94	581	1962	orteo.pl/blog/jak-stawiac-banki-lekarskie-prost(...)	3706
14	pomocedlaseniora.pl	pomocedlaseniora.pl/blog.html	19858	86038	23.08%	53	5	9.43%	26.69	376	959	pomocedlaseniora.pl/blog/jak-zalozyc-poczte-e-m(...)	7647
15	esthetic-dent-sklep.pl	esthetic-dent-sklep.pl/pl/n/list	7252	31922	22.72%	67	4	5.97%	92.39	225	863	esthetic-dent-sklep.pl/pl/n/Domowe-sposoby-na-po(...)	943

Największa liczba zindeksowanych artykułów 




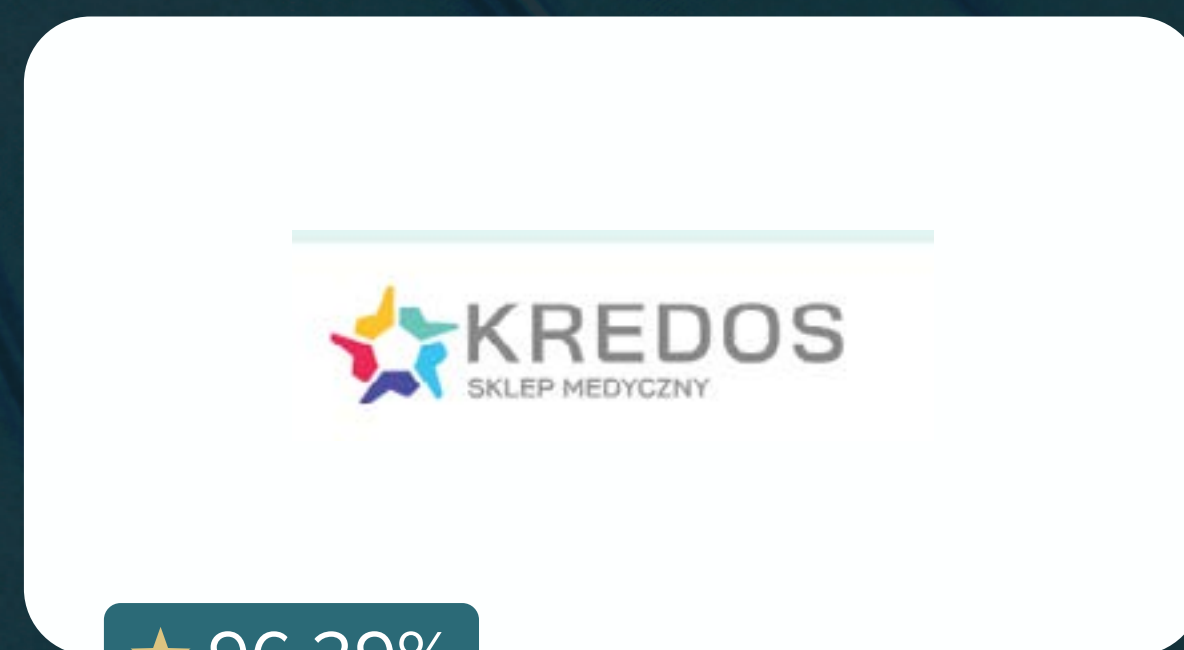
★ 445

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej 




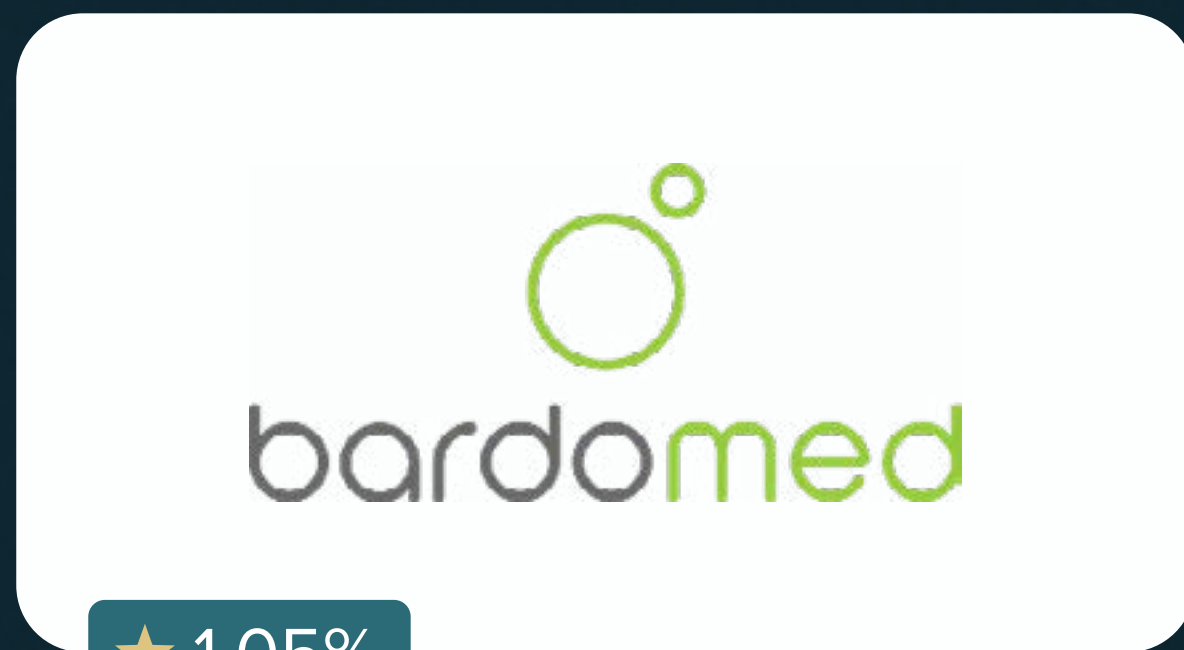
★ 4 678

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego 




★ 96,29%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym 




★ 1,05%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) 



★ 42 836

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon 



★ 5,66

Jak wpływać na decyzje zakupowe poprzez tworzenie treści produktowych?

W jakikolwiek raport branżowy nie spojrzeć opis produktu jest jednym z kluczowych elementów, które determinują decyzję zakupową. Z jednej strony, dobrze napisany opis zgodny z SEO, wpływa na znajdawalność danego produktu w wyszukiwarce. Z drugiej, opis napisany wyłącznie pod boty Google, nie przekona użytkowników Twojego sklepu do zakupu. Trzeba więc znaleźć złoty środek i tworzyć treści, które są **unikatowe, wyczerpująco opisują produkty**, a jednocześnie **zawierają odpowiednie frazy kluczowe**, umożliwiające ich wyszukanie w sieci.

Jednak opisy to nie jedyne treści, które wykorzystuje się do prezentowania oferty e-sklepu. **Obecnie można dostrzec coraz silniejszy trend UGC**, z ang. user generated content, czyli rodzaj treści tworzony przez użytkowników produktów. Są to na przykład posty na Instagramie, w których internauci polecają produkty, czy recenzje wideo publikowane na YouTube. Takie treści cieszą się dużym zaufaniem wśród użytkowników Internetu, ponieważ dają rzeczywisty obraz produktu. Nic więc dziwnego, że coraz więcej marek wykorzystuje je w swoich działaniach marketingowych, np. publikując takie treści na karcie produktu.

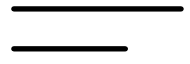
Tutaj jednak pojawia się problem. Im więcej pozycji w katalogu, tym trudniej zapanować nad danymi produktowymi (w tym opisami i treściami UGC). Z pomocą przychodzą jednak **narzędzia typu PIM**, które ułatwiają zarządzanie informacjami o produktach, ich modyfikację i dystrybucję. Dzięki temu treści produktowe publikowane w Twoim sklepie, ale również innych kanałach sprzedaży pozostają spójne, a ich jakość jest wysoka (i przekonująca).



Marek Kich

CEO w Satisfly





Branža

Moda

14





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Moda



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

66 402



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

557



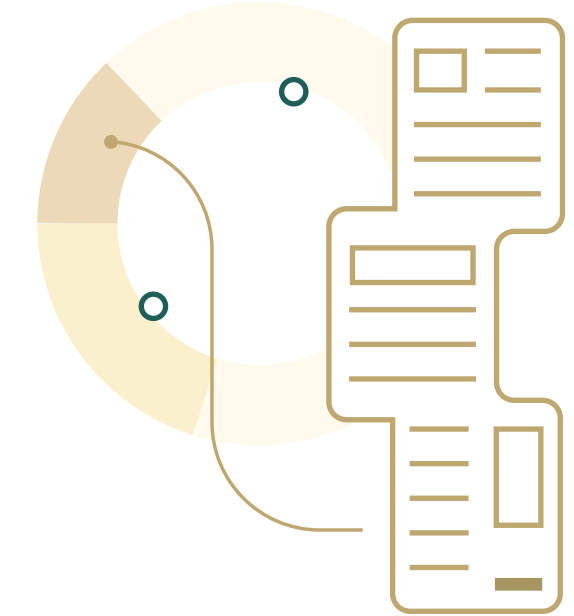
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

15,98%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

6,08%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

119



MODA

Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
1 lancerto.com	lancerto.com/pl/blog/	333173	396797	83.97%	1178	25	2.12%	35.36	8964	18238	lancerto.com/pl/blog/barber	27241
2 domodi.pl	domodi.pl/trendy/slownikmody.domodi.pl/	259529	1015735	25.55%	1939	201	10.37%	74.71	6306	17584	domodi.pl/trendy/modne-krotkie-fryzury-damskie-...	8048
3 born2be.pl	born2be.pl/weloveborn2be/	69658	759487	9.17%	974	29	2.98%	139.83	3450	8170	born2be.pl/weloveborn2be/mow-do-mnie-teraz-aw2020	3528
4 filippo.pl	filippo.pl/pl/blog/	63721	204117	31.22%	115	2	1.74%	18.05	1913	3695	filippo.pl/pl/blog/jaki-to-rozmiar-buta-przewod-...	15917
5 renee.pl	renee.pl/blog/	60332	1487926	4.05%	732	18	2.46%	121.33	2730	6452	renee.pl/blog/lifestyle/lyocell-co-to-za-materi-...	7096
6 mybasic.pl	mybasic.pl/blog/	42600	80198	53.12%	169	3	1.78%	39.67	824	2195	mybasic.pl/blog/fiolet-co-oznacza-kolor-fioleto-...	8250
7 zalando-lounge.pl	zalando-lounge.pl/magazine/	50162	1223406	4.10%	83	1	1.20%	16.55	681	1879	zalando-lounge.pl/magazine/dobre-filmy-60-najle-...	21541
8 lamoda.pl	lamoda.pl/trendy/	49439	476527	10.37%	580	58	10.00%	117.32	1330	4836	lamoda.pl/trendy/porady/jak-zawiazac-chuste-na-...	4050
9 recman.pl	recman.pl/blog/	48841	95086	51.37%	203	1	0.49%	41.56	1104	2629	recman.pl/blog/blezer-meski-co-to-jest-czym-roz-...	17754
10 answer.com	answer.com/blog/	45936	1120334	4.10%	1112	142	12.77%	242.08	1677	4248	answer.com/blog/polscy-projektanci-ktorzy-podb-...	2248
11 ccc.eu	blog.ccc.eu	40676	3328233	1.22%	1125	207	18.40%	276.57	2603	7462	blog.ccc.eu/pl/rozmiarowka-butow-amerykanskich-...	6475
12 wittchen.com	wittchen.com/blog/	35184	667671	5.27%	220	17	7.73%	62.53	871	2153	wittchen.com/blog/styl-casual-co-to-znaczy-i-ja-...	7748
13 deezee.pl	deezee.pl/blog/	32165	1239063	2.60%	91	1	1.10%	28.29	640	1181	deezee.pl/blog/moda-lat-90-powraca-jak-wyglada-...	3913
14 bialcon.pl	bialcon.pl/blog/	31437	264208	11.90%	159	11	6.92%	50.58	700	1765	bialcon.pl/blog/co-znaczy-outfit-rozszyfrowanie-...	4549
15 modivo.pl	runway.modivo.pl/	30870	1609438	1.92%	637	29	4.55%	206.35	1450	4093	runway.modivo.pl/jak-czytac-rozmiary-spodni/	3172
16 wojas.pl	wojas.pl/blog/	30127	627674	4.80%	111	1	0.90%	36.84	836	1623	wojas.pl/blog/jak-wyczyszcic-buty-zamszowe-profe-...	9015
17 gatta.pl	gatta.pl/pl/blog/	29985	509495	5.89%	208	15	7.21%	69.37	685	1489	gatta.pl/pl/blog/modal-co-to-za-material-wszyst-...	4539
18 mohito.com	mohito.com/blog/	27133	2022648	1.34%	99	4	4.04%	36.49	492	1118	mohito.com/blog/pl/porady/jak-wiazac-szalik-do-...	4428
19 eobuwie.com.pl	blog.eobuwie.com.pl/	25791	4752478	0.54%	1321	224	16.96%	512.19	2091	5904	blog.eobuwie.com.pl/jak-dokonac-zwrotu-w-eobuwie/	6247
20 moliera2.com	moliera2.com/blog/	21276	297155	7.16%	90	7	7.78%	42.30	233	559	moliera2.com/blog/post/116-jak-ubrac-sie-w-styl-...	15854



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★





Kiedy jako marka odzieżowa zdecydowaliśmy się na prowadzenie bloga, postawiliśmy na kilka kluczowych zasad, które kierują nami w doborze tematów i tworzeniu treści:

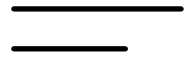
- 🕒 Inspiracja z podróży: nasze kolekcje często czerpią inspiracje z różnych kultur i miejsc na świecie. Chcemy pokazać, jak różnorodność i odkrywanie nowych miejsc wpływa na nasze projekty i stylizacje.
- 🕒 Lifestyle w centrum uwagi: nasz blog skupia się na stylu życia naszych klientów. Łączymy modę z ich codziennymi aktywnościami, pasjami i zainteresowaniami, tworząc spójną narrację wokół naszej marki.
- 🕒 Zawsze na bieżąco z trendami: jesteśmy na bieżąco z aktualnymi trendami w modzie i designie. Na naszym blogu prezentujemy najnowsze trendy, inspirując klientów i pokazując, jak te trendy można włączyć do codziennego stylu.
- 🕒 Gotowe stylizacje dla każdej okazji: uwielbiamy prezentować gotowe zestawy ubrań i akcesoriów. Pokazujemy, jak połączyć różne elementy w spójne i modne stylizacje, które można nosić na co dzień.
- 🕒 Rozwiązujemy wasze modowe dylematy: nasz blog służy jako platforma edukacyjna. Odpowiadamy na pytania typu „jak zawiązać krawat” czy „w co się ubrać na kolację biznesową”, dostarczając praktycznych porad dla naszych klientów.
- 🕒 Inspiracje z różnych źródeł: nasza pasja do mody łączy się z miłością do sztuki, muzyki, filmu czy literatury. Pokazujemy, jak różne dziedziny kultury wpływają na nasze projekty i inspirują nas do tworzenia nowych kolekcji.

Nasze podejście do prowadzenia bloga jest zróżnicowane i wielowymiarowe. Jako marka odzieżowa staramy się łączyć różne aspekty życia, kultury i mody, aby dostarczać wartościowe, autentyczne treści, które będą odpowiadać na potrzeby i oczekiwania naszych klientów.

Mariusz Serafin

Director of Marketing & E-Commerce w [Lancerto.com](https://lancerto.com)





Branża

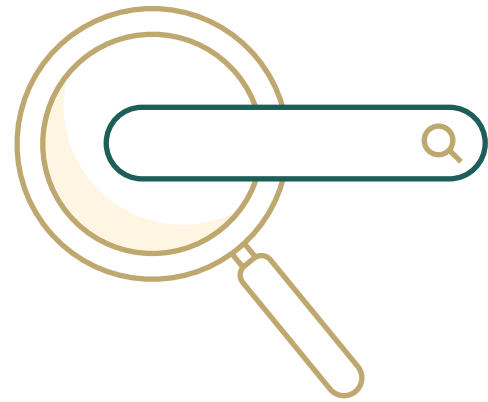
Motoryzacja

15





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Motoryzacja



Przeciętny ruch
organiczny sekcji
contentowych

124 436



Średnia liczba
zindeksowanych
artykułów

411



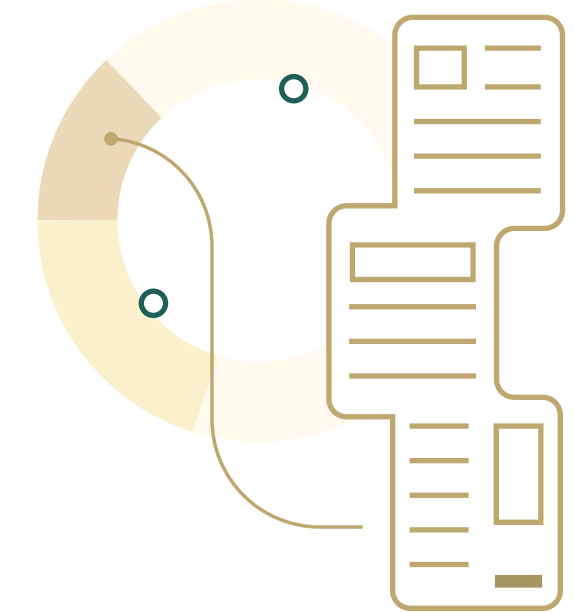
Przeciętny udział
contentu w całości
ruchu organicznego

55,4%



Przeciętny udział
artykułów bez
ruchu organicznego
w sekcjach
contentowych

4,1%



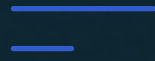
Przeciętny ruch
organiczny
pojedynczego
artykułu

302



MOTORYZACJA

Rank	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Kategorie									Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
			Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google		
1	intercars.pl	intercars.pl/blog/	716633	1003505	71.41%	1000	28	2.80%	13.95	18894	40494	intercars.pl/blog/poradnik-kierowcy/prawo-jazdy(...)	15034
2	ucando.pl	ucando.pl/blog/	216744	270501	80.13%	545	18	3.30%	25.14	6483	15212	ucando.pl/blog/polskie-tablice-rejestracyjne-zn(...)	62445
3	nocar.pl	nocar.pl/blog/	170123	177113	96.05%	616	27	4.38%	36.21	7242	14478	nocar.pl/blog/uszczelka-pod-glowica-przyczyny-i(...)	5440
4	oponeo.pl	oponeo.pl/artykuly/	125529	1229204	10.21%	310	6	1.94%	24.70	4959	9043	oponeo.pl/artykul/co-oznacza-kontrolki-w-samo(...)	7410
5	k2.com.pl	k2.com.pl/blog/	116017	176470	65.74%	185	4	2.16%	15.95	3525	7872	k2.com.pl/blog/regeneracja-lamp/	8723
6	otomoto.pl	motopedia.otomoto.pl/	108705	12862935	0.85%	1218	99	8.13%	112.05	3476	12481	motopedia.otomoto.pl/ile-kosztuje-wymiana-opon(...)	2319
7	iparts.pl	iparts.pl/artykuly/ iparts.pl/aktualnosci/	95614	337825	28.30%	862	44	5.10%	90.15	4039	12296	iparts.pl/artykuly/bezpieczniki-elektryczne-w-m(...)	2770
8	automator.pl	automator.pl/blog/	73361	77969	94.09%	174	4	2.30%	23.72	2408	5399	automator.pl/blog/kontrolka-silnika-co-oznacza(...)	7274
9	24opony.pl	24opony.pl/aktualnosci.html	61414	130226	47.16%	216	24	11.11%	35.17	1317	3613	24opony.pl/akt,0,279/wulkanizacja-opon--wszystk(...)	18922
10	sklepopon.com	sklepopon.com/artykuly/	57110	331428	17.23%	83	0	0.00%	14.53	1941	3670	sklepopon.com/artykuly/zbieznosc-kol-czym-jest(...)	6660
11	dobresklepymotocyklowe.pl	dobresklepymotocyklowe.pl/blogs/wiedza	28687	49987	57.39%	609	43	7.06%	212.29	1516	3608	dobresklepymotocyklowe.pl/wiedza/post/najszybsz(...)	2120
12	go-racing.pl	go-racing.pl/blog/	28091	30314	92.67%	158	8	5.06%	56.25	944	2828	go-racing.pl/blog/samochody-sportowe-supersamoc(...)	2067
13	e-lakiernik.net	e-lakiernik.net/porady/	27009	94632	28.54%	40	0	0.00%	14.81	871	1873	e-lakiernik.net/porady/post/konserwacja-podwozi(...)	7788
14	incar.pl	incar.pl/baza-wiedzy/	24305	31510	77.13%	69	2	2.90%	28.39	1072	2961	incar.pl/baza-wiedzy/jak-odpowietrzyc-hamulce-o(...)	1702
15	sprzegla24.pl	sprzegla24.pl/blog/	17191	26809	64.12%	87	4	4.60%	50.61	946	1797	sprzegla24.pl/blog/08/jak-odpowietrzyc-sprzeglo/	1177



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



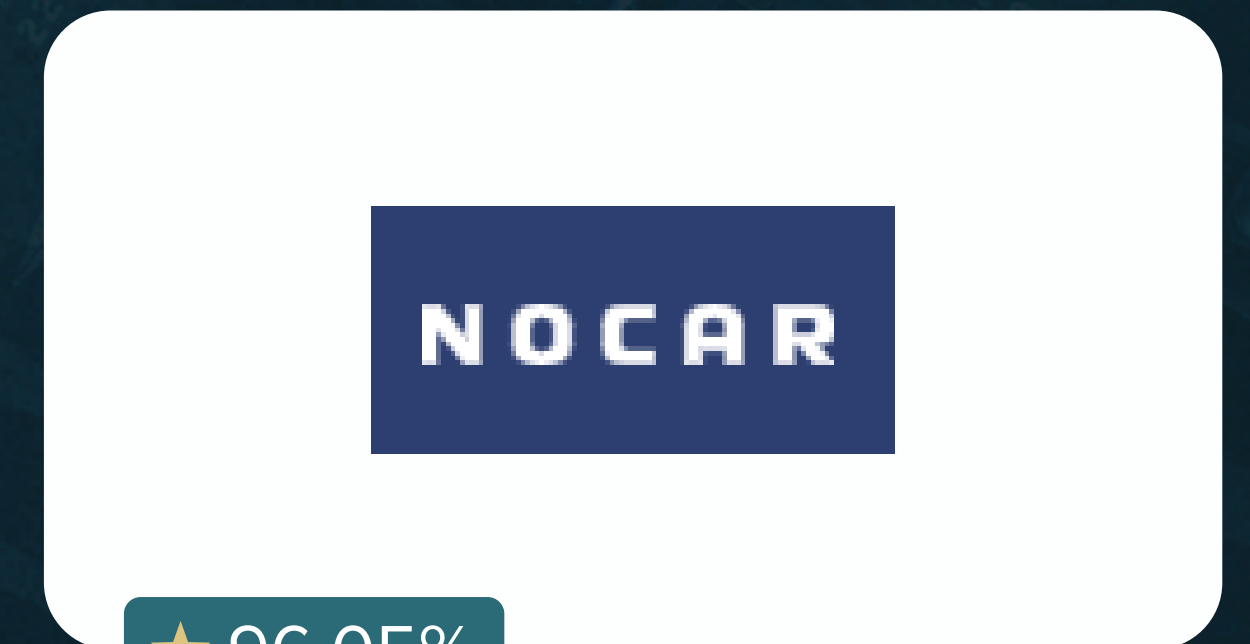
★ 1 218

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 18 894

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 96,05%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



★ 0%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 62 445

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 13,95

Jak przewidywać trendy poprzez monitoring mediów dla biznesu e-commerce?

W pędzącym z dużą prędkością i wymagającym świecie e-commerce efektywna identyfikacja nowych możliwości biznesowych i przewidywanie trendów stają się kluczowymi przewagami konkurencyjnymi. Narzędzia do monitoringu mediów, takie jak Brand24, pozwalają dostrzec rodzące się potrzeby klientów, a także potencjalne okazje i ryzyka rynkowe, zanim staną się powszechne i oczywiste. Tym samym, monitoring internetu ułatwia proaktywne i wyprzedzające działania, nim sięgnie po nie nasza konkurencja.

W okresie pandemii jeden z naszych klientów oferujący produkty medyczne i sportowe zidentyfikował zjawisko tzw. zoom fatigue przed tym nim stało się o nim głośno. Dokonał tego dzięki monitoringowi mediów i profili społecznościowych traktujących o pracy zdalnej, a także analizie tematycznej dostępnej w naszym narzędziu. Tym sposobem, klient wzbogacił swoją ofertę o produkty redukujące stres (np. maty do akupresury i zabawki sensoryczne) oraz dostosował strategię komunikacji do osób odczuwających napięcie w związku z zamknięciem w domach.

Ponadto najlepsze narzędzia do monitoringu mediów zyskały potężnego sprzymierzeńca w postaci rozwiązań opartych o sztuczną inteligencję. Ten sojusz sprawia, że ich użytkownik bez poświęcania czasu na codzienną i drobiazgową analizę otrzymuje wartościowe insighty dla monitorowanych przez siebie zagadnień: branży, marki czy produktu, co do pojawiających się trendów i prawidłowości na rynku.

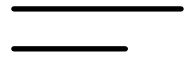
Niedawno jeden z naszych klientów prowadzących biznes e-commerce zauważył znaczny wzrost pozytywnego sentymentu wobec konkurencyjnego dla niego sklepu. Zdecydował się wprowadzić zapytanie do naszego opartego na AI Asystenta Marki, który dokonał błyskawicznej analizy wzmianek, recenzji i ewentualnych anomalii. Okazało się, że konkurencja zaimplementowała inteligentny czat, który pozwala na rozpoznawanie zapytań klientów oraz, w razie potrzeby, przekierowuje ich na stronę z rozwiązaniem problemu (np. w przypadku zapomnienia hasła przesyła link do strony pozwalającej na jego odzyskanie). Nasz klient zainspirował się tym rozwiązaniem i wprowadził je również u siebie, co poskutkowało zauważalną poprawą szybkości i jakości obsługi.



Konrad Magdziarz

COO w Brand24





Branża

Narzędzia

16





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży:

Narzędzia



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

16 454



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

183



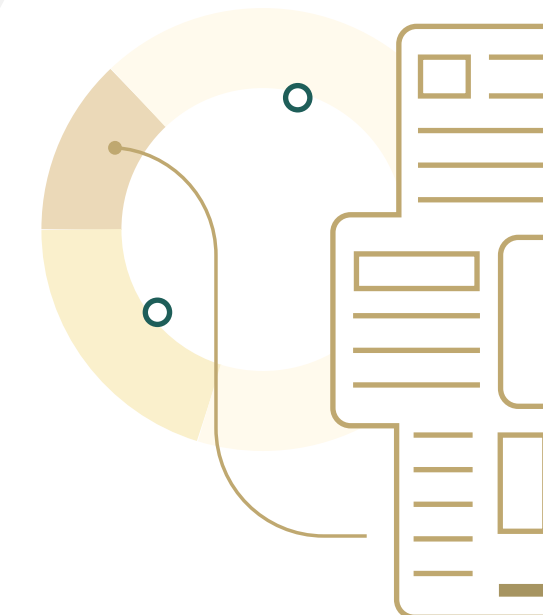
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

30,49%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

3,67%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

90



NARZĘDZIA

Rank	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny										Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
			Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych	Liczba artykułów w Google	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google			
1	isprzet.pl	isprzet.pl/pl/blog/	72459	97871	74.04%	207	6	2.90%	28.57	2239	4918	isprzet.pl/pl/blog/roboty-ziemne.html	12416	
2	industria24.pl	industria24.pl/blog/	30455	38226	79.67%	295	18	6.10%	96.86	1466	4044	industria24.pl/blog/otwory-pod-gwinty-jak-dobra(...)	4232	
3	narzedzia.pl	narzedzia.pl/blog/	27639	186658	14.81%	551	41	7.44%	199.36	1902	4194	narzedzia.pl/blog/anielskie-skrzydla-dla-dzieci(...)	1106	
4	seger.pl	seger.pl/_blog/	22265	59477	37.43%	147	5	3.40%	66.02	453	1056	seger.pl/_blog/40-aeracja-trawnika-_po_co_kied(...)	12601	
5	fixero.com	fixero.com/porady/	13202	14610	90.36%	543	35	6.45%	411.30	1656	4067	fixero.com/porady/moto/jak-usunac-naklejke-reje(...)	396	
6	narzedziownia.shop	narzedziownia.shop/blog/	9742	40050	24.33%	70	1	1.43%	71.85	346	1050	narzedziownia.shop/blog/narzedzia/sds-sds-plus(...)	3587	
7	narzedziak.pl	narzedziak.pl/blog/	6467	109272	5.92%	66	2	3.03%	102.06	329	831	narzedziak.pl/blog/suwmiarki-jakie-suwmiarki-ja(...)	2718	
8	pl.ryobitools.eu	pl.ryobitools.eu/header/zainspiruj-sie/	6222	51426	12.10%	148	11	7.43%	237.87	289	653	pl.ryobitools.eu/header/zainspiruj-sie/wymiana(...)	2744	
9	kammar24.pl	kammar24.pl/blog-nc-2.html	3057	27514	11.11%	68	2	2.94%	222.44	88	234	kammar24.pl/dobor-odpowiedniego-wiertla-pod-gwi(...)	966	
10	narzedziowy24.eu	narzedziowy24.eu/blog/	2328	30034	7.75%	33	0	0.00%	141.78	159	310	narzedziowy24.eu/blog/noze-tokarskie-rodzaje-za(...)	584	
11	budujmy.eu	budujmy.eu/pl/blog/	2258	35721	6.32%	30	0	0.00%	132.87	83	298	budujmy.eu/pl/blog/jaka-fuga-na-taras-147688537(...)	607	
12	specnarzedzia.pl	specnarzedzia.pl/blog/	1357	65837	2.06%	35	1	2.86%	257.91	91	323	specnarzedzia.pl/blog/dom-i-ogrod/jaki-agregat(...)	239	



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★

narzedzia.PL

★ 551

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★

iSPRZET.

★ 2 239

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★

Fixero

★ 90,36%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★

NARZEDZIOWY24.EU
KLUCZOWY DOSTAWCA NARZĘDZI

BUDUJEMY.EU
— serce Twojego domu

★ 0%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★

SEGER.PL
sklep z narzędziami

★ 12 601

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★

iSPRZET.

★ 28,57

Czym jest feed produktowy i dlaczego jest tak ważny w e-commerce?

Feed produktowy to lista produktów, jaką udostępniają sklepy internetowe do zewnętrznych narzędzi takich jak kanały reklamowe. Zawiera między innymi **nazwy, opisy, zdjęcia i ceny oferowanego asortymentu**. Na jego podstawie tworzone są między innymi reklamy produktowe, które często odpowiadają za większość przychodów w sklepie internetowym.

Można go optymalizować tak, aby osiągać lepsze wyniki z kampanii marketingowych. W tym celu stosuje się zarówno automatyzacje jak i edytuje się go ręcznie. Zabiegi te pozwalają na zwiększenie tak zwanego wyniku jakości, czyli dopasowania reklamy do szukanej przez użytkownika frazy. Dzięki edycji feedu można znacząco zwiększyć ilość słów kluczowych, na które pojawi się oferta.

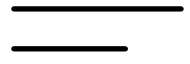
Ciekawym aspektem są duplikaty produktów, czyli wirtualne warianty – pozwalają one na wyświetlenie się na inne zapytania dzięki alternatywnej nazwie przedmiotu (np. zamiast rower mx100 możemy nazwać produkt rower dla dziewczynki, rower dla 4-latka, rowerek z koszykiem etc.). Umiejętne obchodzenie się z feedem pozwala na znaczące obniżenie kosztu za kliknięcie (wzrost wyniku jakości) oraz zwiększenie zasięgu (nowe frazy, wyższy CTR). Oba te aspekty są kluczowe w generowaniu przychodów i osiąganey przez sklep rentowności.



Bartosz Ferenc

CEO w Sembot





Branża

Okulary i soczewki

17





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Okulary i soczewki



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

16 603



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

110



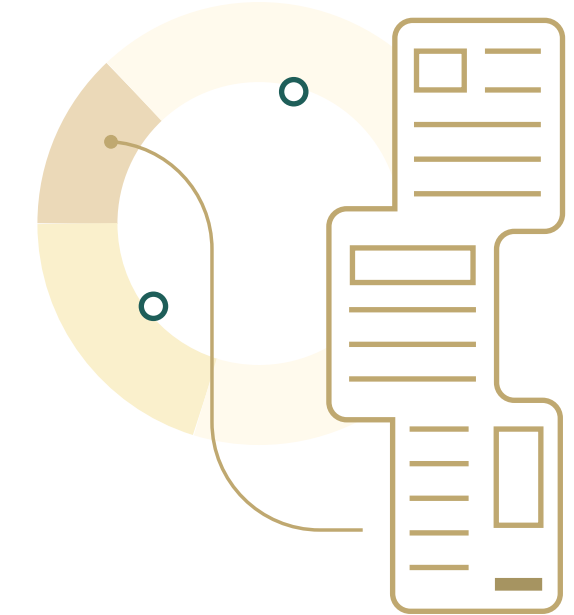
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

22,55%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

10,87%



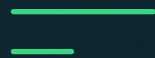
Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

151



OKULARY I SOCZEWKI

Rank	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny									Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
			Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google		
1	wokularach.pl	wokularach.pl/blog/	85498	194545	43.95%	369	8	2.17%	43.16	2559	6017	wokularach.pl/blog/jaki-jest-najrzadszy-kolor-o(...)	6581
2	bezokularow.pl	bezokularow.pl/poradnik/	70234	86887	80.83%	354	17	4.80%	50.40	1782	4589	bezokularow.pl/poradnik/spuchnieta-powieka	5932
3	kodano.pl	kodano.pl/poradnik/	35521	138490	25.65%	242	9	3.72%	68.13	1441	3327	kodano.pl/poradnik/jak-zalozyc-soczewki-pierwsz(...)	2732
4	visionexpress.pl	visionexpress.pl/porady/	25870	479307	5.40%	104	2	1.92%	40.20	832	2072	visionexpress.pl/porady/jak-prawidlowo-zdejnowa(...)	2723
5	brylove.pl	brylove.pl/pl/blog.html	6294	37476	16.79%	124	45	36.29%	197.01	185	584	brylove.pl/pl/blog/jak-dobrac-okulary-do-twarzy(...)	917
6	twosoczewki.com	twosoczewki.com/blog/	5168	25502	20.27%	78	10	12.82%	150.92	166	486	twosoczewki.com/blog/heterochromia-czyli-dwuk(...)	4950
7	soczewki365.pl	soczewki365.pl/blog	5024	27221	18.46%	118	7	5.93%	234.86	414	815	soczewki365.pl/blog/jak-dzialaja-multifokalne-p(...)	573
8	optykwnecie.pl	optykwnecie.pl/blog	3677	31899	11.53%	54	4	7.41%	146.86	170	399	optykwnecie.pl/blog/jaka-jest-maksymalna-wada-w(...)	813
9	okularium.pl	okularium.pl/blog/	3281	23162	14.17%	19	4	21.05%	57.90	86	202	okularium.pl/blog/5_jak-prawidlowo-czyscic-okul(...)	1198
10	ubutik.pl	ubutik.pl/blog	2399	3164	75.84%	63	3	4.76%	262.56	149	404	ubutik.pl/blog/sfera-cylinder-os-jak-odczytac-r(...)	477
11	eyerim.pl	eyerim.pl/blog	1786	51307	3.48%	29	3	10.34%	162.37	105	248	eyerim.pl/blog/size-guide/	692
12	optiland.pl	optiland.pl/pl/blog	1607	18847	8.52%	37	7	18.92%	230.30	92	301	optiland.pl/pl/blog/Gdy-oczy-pieka-5-sposow-n(...)	675
13	fielmann.pl	fielmann.pl/porady/	1372	82654	1.66%	28	2	7.14%	204.11	45	259	fielmann.pl/porady/okulary/okulary-dwuogniskowe/	288
14	soczewkowo.pl	soczewkowo.pl/blog/	967	10574	9.15%	26	3	11.54%	268.79	72	189	soczewkowo.pl/blog/czy-soczewka-kontaktowa-moze(...)	411
15	trendyopticians.pl	trendyopticians.pl/porady/	341	13068	2.61%	7	1	14.29%	205.01	32	69	trendyopticians.pl/porady/pierwsze-soczewki-kon(...)	123



Okulary i soczewki | analiza sekcji contentowych

Największa liczba zindeksowanych artykułów ★

WOKULARACH.pl

★ 369

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★

WOKULARACH.pl

★ 2 559

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★

BEZ OKULAROW.pl
Ekspert soczewek kontaktowych

★ 80,83%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★

Vision Express 

★ 1,92%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★

WOKULARACH.pl

★ 6 581

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★

Vision Express 

★ 40,20

Jakie metryki związane z blogiem i konwersjami w sklepie należy śledzić i analizować?

Blog to główny filar treści w arsenale każdego e-commerce. Wybór metryk do śledzenia użytkowników powinien być oparty na KPI, które wyznaczamy dla naszej sekcji z artykułami. Jednym z kluczowych celów jest zrozumienie, czy użytkownicy rzeczywiście angażują się w nasze treści. Google Analytics oferuje gotowe metryki, takie jak **Średni czas trwania sesji** czy **Wyświetlenia na sesję**, które dostarczają wglądu, ale mają swoje ograniczenia – informują nas, kiedy strona została otwarta, a niekoniecznie, czy treść została przeczytana.

Zdecydowanie bardziej wartościowe są metryki oparte na **przewijaniu strony** lub na **wyświetleniu konkretnego fragmentu treści**, na przykład ostatniego akapitu. Te metryki lepiej odzwierciedlają zaangażowanie użytkowników w treść. Oczywiście, nie zawsze będziemy mieli pewność, że artykuł został przeczytany w całości, ale takie metryki są najbliższe rzeczywistości. Aby korzystać z tych zaawansowanych metryk, konieczna jest odpowiednia konfiguracja Google Analytics.

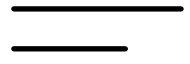
Podczas konfiguracji analityki nie zapominajmy także o zadbaniu o dodatkowe wymiary analizy. Google Analytics standardowo zbiera **Lokalizację strony** (URL) oraz **Tytuł strony**, w których zazwyczaj zawarty jest tytuł artykułu. W przypadku bloga warto skonfigurować dodatkowe wymiary jak **Kategoria artykułu** czy **Autor artykułu**, które pozwolą zagregować treść na wyższym poziomie. Dzięki temu będziemy w stanie odpowiedzieć na takie pytania jak **czy dane kategorie prowadzą do sprzedaży wybranych produktów (z tej samej kategorii)?** lub **którzy autorzy cieszą się największą konsumpcją treści?** Na podstawie tej wiedzy będziemy mogli dostosować nasze treści do rzeczywistych zainteresowań użytkowników i skupić się na pisaniu artykułów, które faktycznie prowadzą do sprzedaży.



Mariusz Michalczuk

CEO & co-founder
w **Conversion**



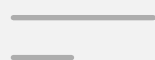


Branża

Oprogramowanie i gry komputerowe

18





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Oprogramowanie i gry komputerowe



Przeciętny ruch
organiczny sekcji
contentowych

33 647



Średnia liczba
zindeksowanych
artykułów

351



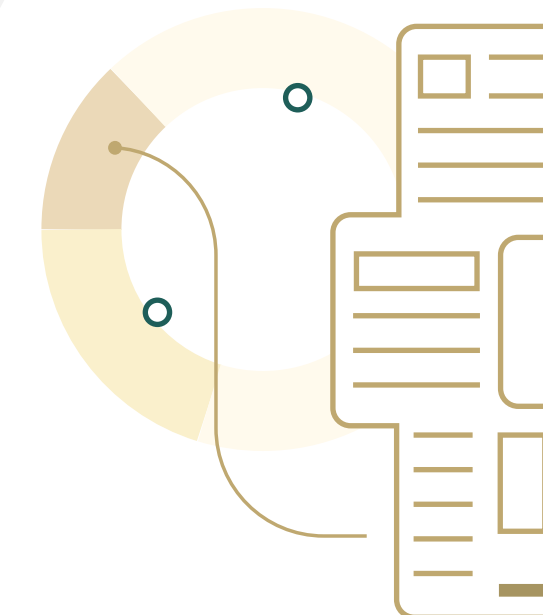
Przeciętny udział
contentu w całości
ruchu organicznego

44,44%



Przeciętny udział
artykułów bez
ruchu organicznego
w sekcjach
contentowych

8,58%



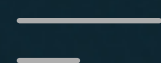
Przeciętny ruch
organiczny
pojedynczego
artykułu

96



OPROGRAMOWANIE I GRY KOMPUTEROWE

Ranking	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Kategorie										Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
			Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google			
1	infakt.pl	infakt.pl/blog/	120255	334314	35.97%	1369	169	12.34%	113.84	4911	14475	infakt.pl/blog/system-vies-czym-jest-i-do-czego(...)	6454	
2	ifirma.pl	ifirma.pl/blog	107743	191208	56.35%	1788	156	8.72%	165.95	5095	16124	ifirma.pl/blog/podatek-od-nagrody-kto-jest-plat(...)	4458	
3	nordvpn.com	nordvpn.com/pl/blog/	63899	253374	25.22%	116	2	1.72%	18.15	1080	2604	nordvpn.com/pl/blog/jak-usunac-konto-z-facebookka/	27545	
4	soft360.pl	soft360.pl/blog	34079	106278	32.07%	89	5	5.62%	26.12	894	2105	soft360.pl/blog/post/ranking-antywirusow.html	9898	
5	office365online.pl	office365online.pl/informacje-i-porady/	21846	40012	54.60%	46	3	6.52%	21.06	115	435	office365online.pl/informacje-i-porady/microsof(...)	10221	
6	itmedia.pl	itmedia.pl/blog-wpis/	15941	20338	78.38%	50	2	4.00%	31.36	245	761	itmedia.pl/blog-wpis/jak-dziala-adobe-stock/	5484	
7	omegasoft.pl	blog.omegasoft.pl/	10897	14895	73.16%	135	11	8.15%	123.91	307	990	blog.omegasoft.pl/co-to-jest-catfishing/	6065	
8	publuu.com	publuu.com/pl/knowledge-base/	7967	10820	73.63%	184	13	7.07%	230.96	431	1265	publuu.com/pl/knowledge-base/najlepsze-darmowe(...)	1617	
9	sklep.netcomplex.pl	netcomplex.pl/blog/	6483	15577	41.62%	103	14	13.59%	158.87	229	563	netcomplex.pl/blog/jakie-sa-rodzaje-wirusow-kom(...)	1091	
10	softonic.pl	softonic.pl/artykuly	5926	45232	13.10%	266	52	19.55%	448.89	392	1253	softonic.pl/artykuly/jak-pisac-inna-czcionka-w(...)	562	
11	kluczesoft.pl	kluczesoft.pl/blog	5679	16391	34.64%	32	2	6.25%	56.35	223	579	kluczesoft.pl/blog/excel-online-przydatne-skrot(...)	1987	
12	recharge.com	recharge.com/blog/pl/pl	3052	21020	14.52%	32	3	9.38%	104.85	155	359	recharge.com/blog/pl/pl/sklepy-oferujace-karte(...)	814	



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



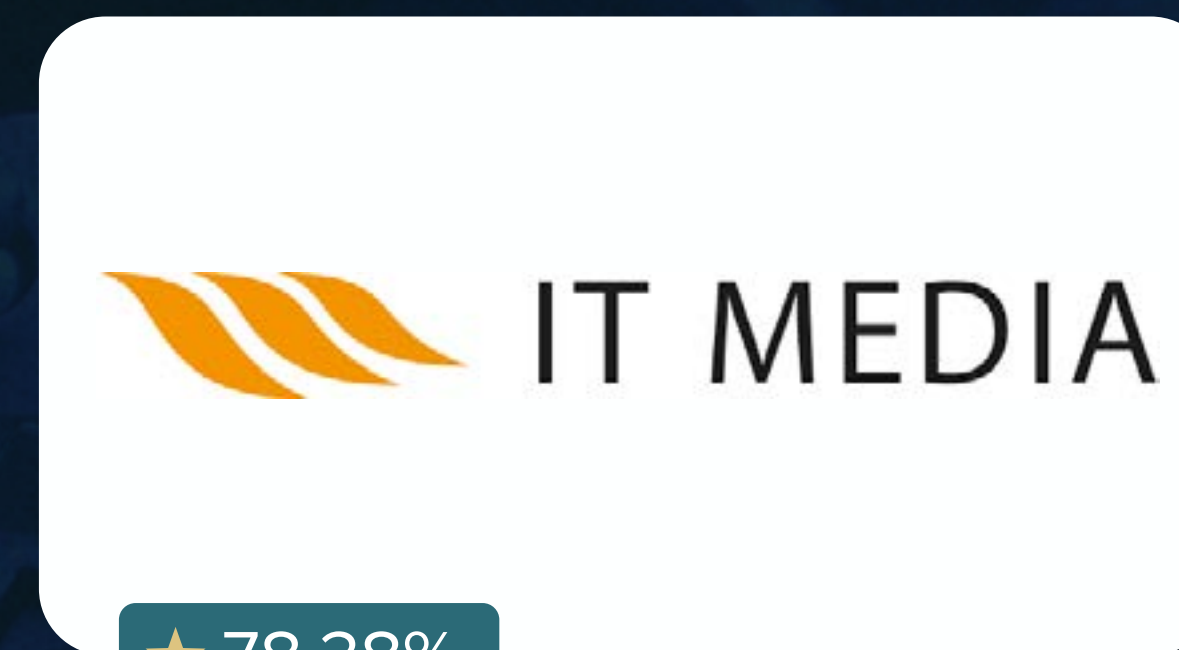
★ 1 788

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



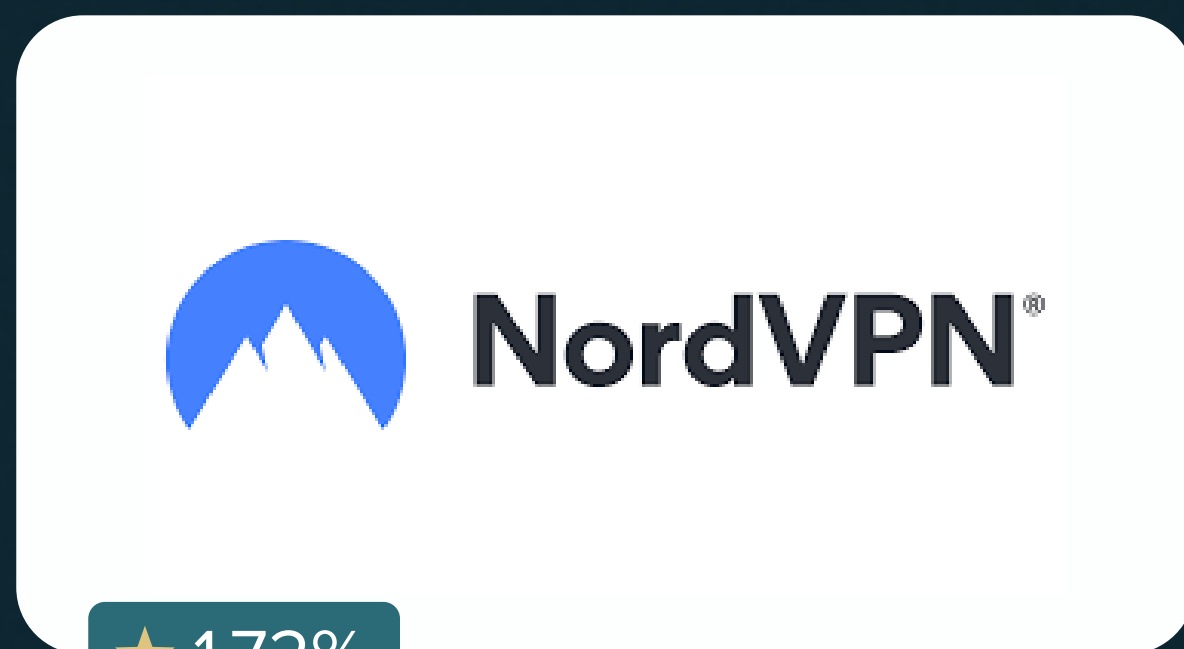
★ 5 095

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



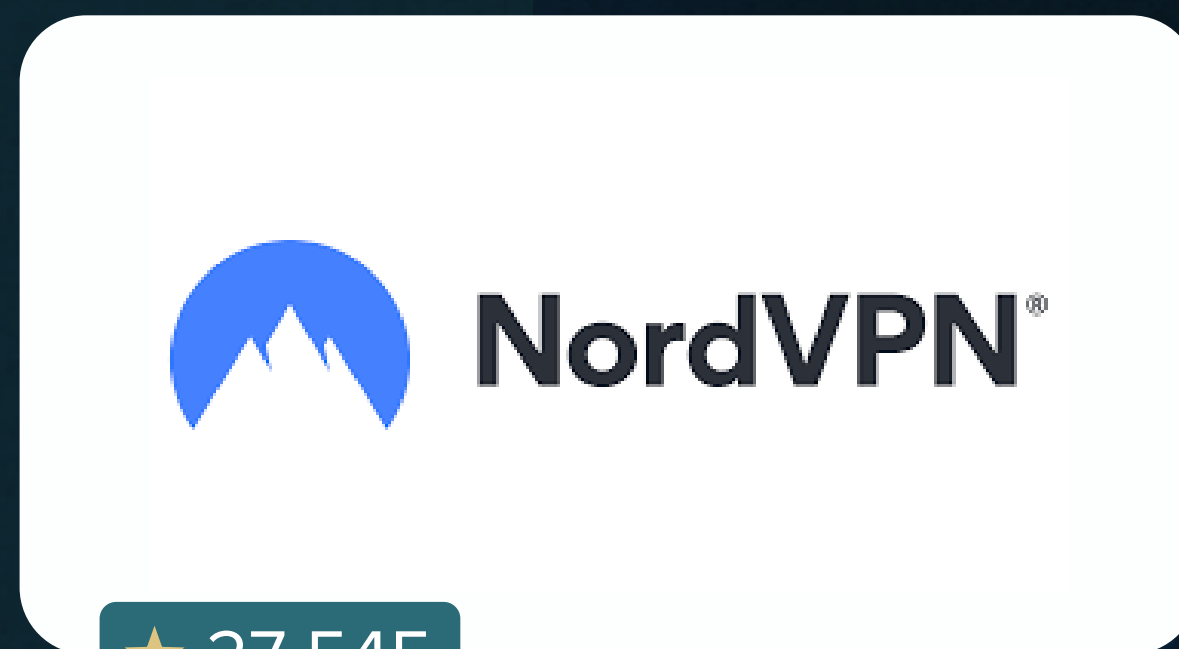
★ 78,38%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



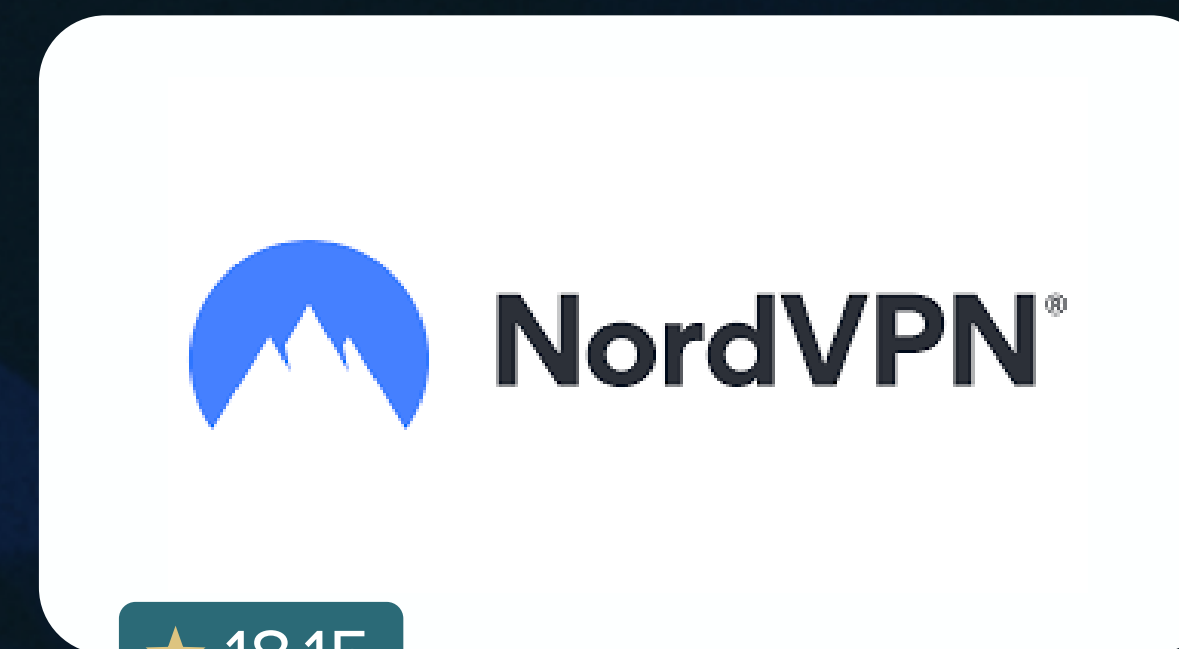
★ 1,72%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 27 545

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 18,15

Czym jest marketing automation i jak wykorzystać go na ścieżce klienta w e-commerce?

Marketing automation to rozwiązanie, które pozwoli Ci na usprawnienie komunikacji z klientami za pomocą kanałów takich jak email, SMS, czy powiadomienia web push poprzez zautomatyzowanie często powtarzających się scenariuszy.

Wyobraź sobie sytuację, gdzie po dokonaniu zakupu w Twoim e-sklepie, klient otrzymuje natychmiastowe podziękowanie i prośbę o podzielenie się opinią. Takie działania nie tylko budują zaufanie, ale także zachęcają do dalszego zaangażowania. To szybki i skuteczny sposób na dotarcie do klienta z dopasowaną ofertą.

Marketing automation to nie tylko wygoda, ale przede wszystkim lepsze wyniki – badania pokazują, że wiadomości wysyłane automatycznie osiągają znacznie wyższe wskaźniki zaangażowania niż te, które są wysyłane ręcznie. To czyni je nieocenionym narzędziem w budowaniu trwałych relacji z klientami.

A jakie scenariusze marketing automation sprawdzą się w Twoim e-commerce? Oto kilka najpopularniejszych rozwiązań:

- 🕒 cykl powitalny dla nowych klientów, wprowadzający ich w świat Twojej marki i dziękujący za pierwszy zakup;
- 🕒 wiadomości pozakupowe zachęcające do dzielenia się opiniami oraz rekomendacje produktów;
- 🕒 przypomnienie o porzuconym koszyku, które motywuje do złożenia zamówienia;
- 🕒 spersonalizowane wiadomości z okazji urodzin lub rocznic, zawierające życzenia i specjalne zniżki;
- 🕒 cykle reaktywacyjne dla klientów, którzy od dłuższego czasu nie dokonali zakupu.

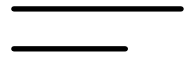
Jeśli szukasz sposobu na dotarcie do klientów z jeszcze skuteczniejszym i bardziej dopasowanym przekazem, nie czekaj i skorzystaj z rozwiązań marketing automation.



Michał Leszczyński

Head of Content
Marketing & Partnerships
w [GetResponse](#)





Branža

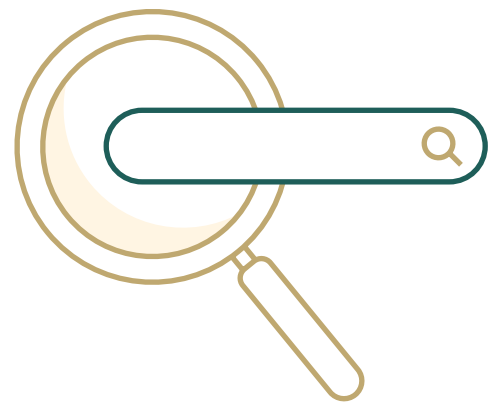
Podróże

19





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Podróże



Przeciętny ruch
organiczny sekcji
contentowych

110 615



Średnia liczba
zindeksowanych
artykułów

292



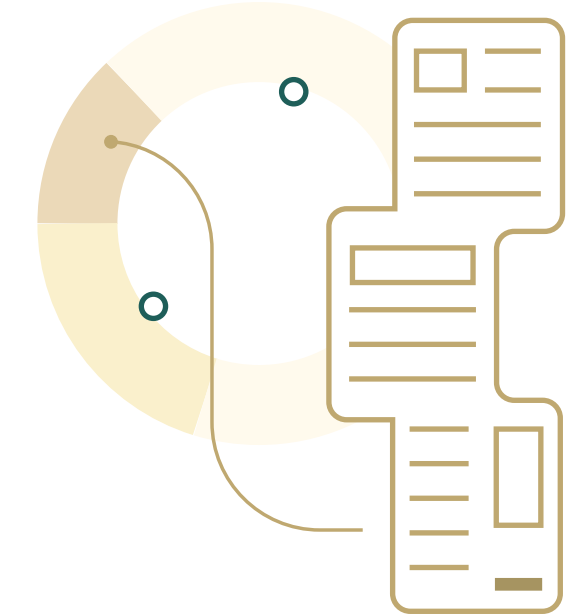
Przeciętny udział
contentu w całości
ruchu organicznego

10,90%



Przeciętny udział
artykułów bez
ruchu organicznego
w sekcjach
contentowych

5,43%



Przeciętny ruch
organiczny
pojedynczego
artykułu

379



PODRÓŻE

Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
1 r.pl	r.pl/blog/	436114	2727648	15.99%	582	15	2.58%	13.35	4929	10821	r.pl/blog/sardynia-w-pigulce-najwazniejsze-atra(...)	32789
2 fly.pl	fly.pl/aktualnosci/	195534	1273172	15.36%	254	10	3.94%	12.99	2492	4981	fly.pl/aktualnosci/rodos-przewodnik-po-greckiej(...)	18413
3 travelplanet.pl	travelplanet.pl/blog/	188027	1845124	10.19%	322	9	2.80%	17.13	2351	5354	travelplanet.pl/blog/co-zobaczyc-na-wyspie-kos(...)	11285
4 triverna.pl	triverna.pl/blog/	181167	479307	37.80%	237	3	1.27%	13.08	2427	6320	triverna.pl/blog/gdzie-zjesc-w-szczecinie-resta(...)	10149
5 wakacje.pl	wakacje.pl/magazyn/	153036	3751790	4.08%	350	8	2.29%	22.87	2318	5866	wakacje.pl/magazyn/kapadocja-niezwykla-kraina-w(...)	16634
6 esky.pl	esky.pl/porady-dla-podroznych/	58949	574057	10.27%	332	13	3.92%	56.32	1998	4883	esky.pl/porady-dla-podroznych/loty/bagaz/co-moz(...)	5286
7 travelist.pl	magazyn.travelist.pl	54116	54115.83		282				962	2991	magazyn.travelist.pl/top-10-ranking-polskich-plaz/	7392
8 itaka.pl	itaka.pl/blog/	18235	2835982	0.64%	98	6	6.12%	53.74	247	683	itaka.pl/blog/praga-co-zobaczyc-podczas-krotkie(...)	7802
9 fru.pl	blog.fru.pl fru.pl/poradniki	15515	452870	3.43%	598	18	3.01%	385.43	325	1124	fru.pl/poradnik/bagaz-podreczny-i-rejestrowany	5728
10 tui.pl	tui.pl/blog/	10816	2383004	0.45%	138	15	10.87%	127.59	233	741	tui.pl/blog/baleary-sloneczne-wyspy-idealne-na(...)	2907
11 tropicalsun.pl	tropicalsun.pl/news	8246	38836	21.23%	88	9	10.23%	106.72	197	510	tropicalsun.pl/news/dominikana/dominikana-czas	2808
12 skyscanner.pl	skyscanner.pl/wiadomosci	7622	1811352	0.42%	221	28	12.67%	289.95	325	925	skyscanner.pl/wiadomosci/istanbul-dlaczego-wart(...)	1117



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



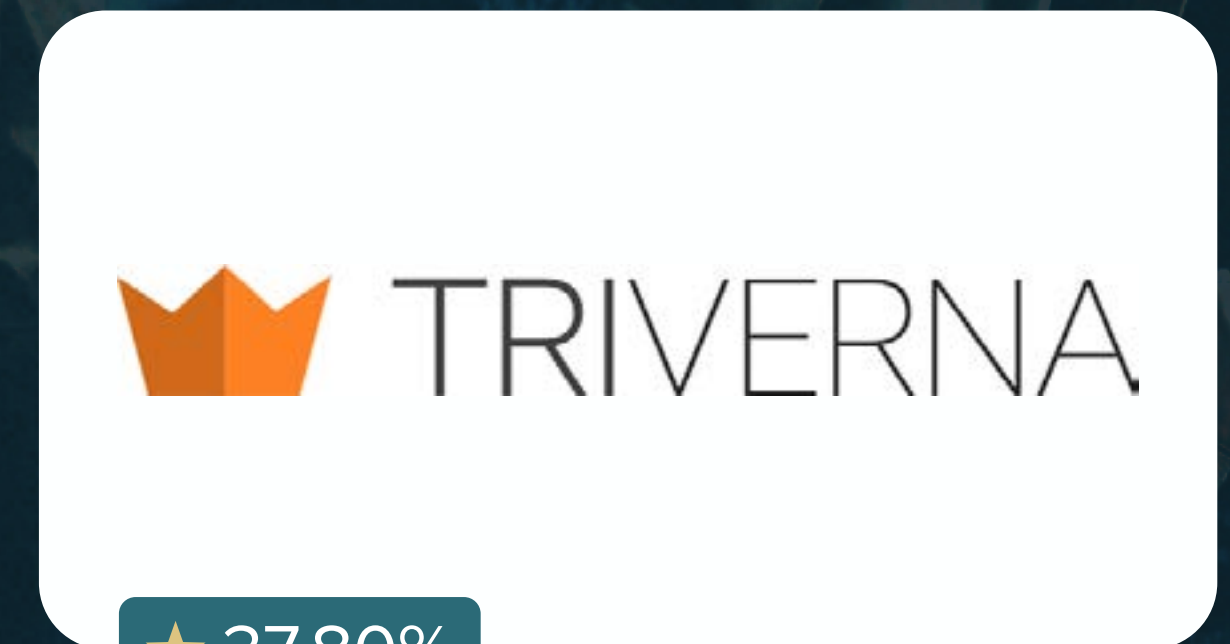
★ 598

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 4 929

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 37,80%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



★ 1,27%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 32 789

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odłon ★



★ 12,99



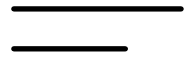
Na początku naszej podróży z projektem, widzieliśmy bloga głównie jako instrument w ramach strategii SEO. Szybko jednak uświadomiliśmy sobie, że ma on ogromny potencjał, by dostarczać naszym klientom nieocenionych wartości: inspiracji do podróży, konkretnej wiedzy o destynacjach oraz ciekawostek i ekskluzywnych wywiadów z ekspertami branży podróżniczej i nie tylko. Kluczowym momentem, który w mojej ocenie zasadniczo przyczynił się do obecnego rezultatu, było zaangażowanie naszej fantastycznej kadry pilotów i rezydentów w proces kreowania treści. Artykuły stały się bardziej autentyczne, dostarczając czytelnikom unikalnych doświadczeń z pierwszej ręki.

Dzisiaj, z nieukrywaną dumą, mogę powiedzieć, że nasz blog jest jednym z najważniejszych, bezpłatnych kanałów wspierających sprzedaż na platformie r.pl. Oczywiście nie spoczywamy na laurach. Mamy plany na rozwój tej części witryny oraz świeże pomysły, by uczynić ją jeszcze lepszą i bardziej angażującą dla odwiedzających. Dziękuję z tego miejsca każdemu, kto przyczynił się do rozwoju tego konceptu. To Wasze zaangażowanie sprawiło, że możemy się dzisiaj cieszyć takim sukcesem.

Piotr Wilk

Senior Ecommerce Manager [r.pl](#)





Branża

Projekty domów

20





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Projekty domów



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

81 298



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

331



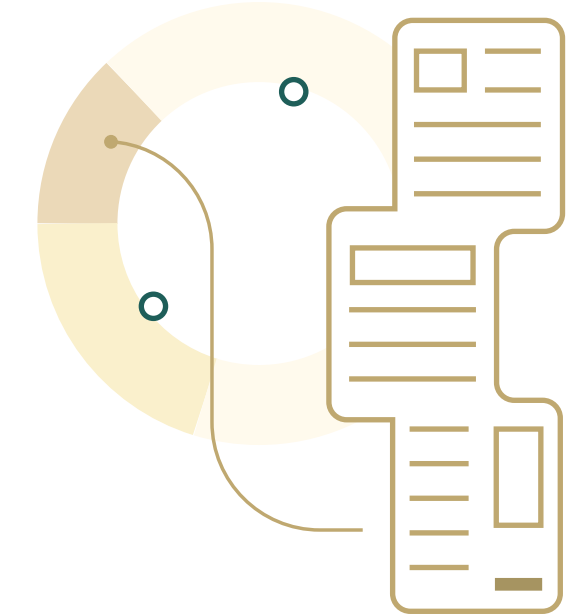
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

36,23%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

11,79%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

246



PROJEKTY DOMÓW

Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
1 extradom.pl	extradom.pl/porady/	350759	775259	45.24%	1104	28	2.54%	31.47	14180	32522	extradom.pl/porady/artikul-ile-kosztuje-tynkowa(...)	9478
2 archon.pl	archon.pl/baza-wiedzy	189325	551941	34.30%	476	114	23.95%	25.14	3419	8786	archon.pl/elewacja-domu-art-10469	11114
3 mgprojekt.com.pl	mgprojekt.com.pl/blog/	251803	281932	89.31%	906	29	3.20%	35.98	6483	23138	mgprojekt.com.pl/blog/wykopy/	25112
4 domoweklimaty.pl	domoweklimaty.pl/czytelnia/	111858	122497	91.31%	543	27	4.97%	48.54	4389	12650	domoweklimaty.pl/czytelnia/sufit-podwieszany-il(...)	3957
5 dobredomy.pl	dobredomy.pl/poradnik/	23477	107651	21.81%	302	28	9.27%	128.63	1073	2901	dobredomy.pl/poradnik/budujemy-dom/elewacja-bud(...)	3278
6 tooba.pl	tooba.pl/porady/	20823	113812	18.30%	221	18	8.14%	106.13	1165	3227	tooba.pl/porady/elewacja-domu-na-co-zwracac-uwa(...)	1368
7 uarchitekta.pl	uarchitekta.pl/porada/	9992	12052	82.91%	77	9	11.69%	77.06	401	976	uarchitekta.pl/porada/jak-samemu-zrobic-projekt(...)	1243
8 archeton.pl	archeton.pl/blog	8897	35010	25.41%	20	4	20.00%	22.48	224	401	archeton.pl/blog/ile-kosztuje-budowa-domu-2023-n30	5191
9 projekty.muratordom.pl	projekty.muratordom.pl/poradnik-dla-budujacych/	4640	123679	3.75%	50	4	8.00%	107.76	201	437	projekty.muratordom.pl/poradnik-dla-budujacych/(...)	2785
10 domywstylu.pl	domywstylu.pl/blog/	1751	24070	7.27%	86	13	15.12%	491.23	74	412	domywstylu.pl/blog/2019/11/05/czerwona-dachowka(...)	606
11 archipelag.pl	archipelag.pl/aktualnosci	1521	11512	13.22%	152	40	26.32%	999.10	100	428	archipelag.pl/aktualnosci?Article=%40czym-sie-r(...)	312
12 galeriadamow.pl	galeriadamow.pl/artykuly	734	37180	1.97%	36	3	8.33%	490.48	83	216	galeriadamow.pl/artykuly/domy-tanie-w-budowie-j(...)	173



Projekty domów | analiza sekcji contentowych

Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



★ 1 104

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 14 180

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 91,31%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



★ 2,54%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 25 112

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 22,48

Multichannel w e-commerce. Jak działa komunikacja wielokanałowa?

Pojęcie to odnosi się do wykorzystania różnorodnych kanałów komunikacyjnych, takich jak strona internetowa, media społecznościowe, e-mail marketing, reklamy online, czy nawet tradycyjne kanały, jak np. drukowane materiały promocyjne albo telewizja. Jest to **zintegrowane podejście**, które umożliwia markom dotarcie do swoich potencjalnych klientów w wielu punktach kontaktu.

Komunikacja wielokanałowa wynika z ogólnej idei marketingu, jako procesu skupionego na rozpoznawaniu i zaspakajaniu potrzeb klienta – a przecież używa on wielu kanałów. Dlatego marka, która dąży do stałej komunikacji, musi być obecna w każdym z tych miejsc. Nieco mocniej akcentuje to idea omnichannel, gdzie nie tylko **korzystamy z różnych kanałów**, ale **zapewniamy klientowi jedno spójne doświadczenie**. Przykładem takiego procesu jest kupowanie na Allegro. Klient zaczyna oglądać stronę na urządzeniu mobilnym, buduje tam częściowo koszyk, a finalizuje zakup na komputerze. Informację o realizacji zamówienia otrzymuje z powiadomienia PUSH z aplikacji sklepu i mailem.

W e-commerce, gdzie konkurencja jest coraz bardziej zacięta, komunikacja wielokanałowa staje się nieodzownym elementem strategii. Ale – co ważne – nie jest wystarczająca. Samym „stosowaniem” wielokanałowości nie wygrasz wyścigu o klienta. Do tego potrzeba m.in. docierać do odpowiednich grup docelowych z przekazami dopasowanymi do etapów zakupowych i dostarczać realnych korzyści.

Komunikacja wielokanałowa:

- 🕒 pozwala na docieranie w zróżnicowany sposób,
- 🕒 zwiększa szansę na trafienie na „właściwy” kanał danego odbiorcy,
- 🕒 sprzyja budowie zaufania do marki,
- 🕒 pozwala działać na różne zmysły (wzrok, słuch, nawet dotyk).



Artur Pajkert

Chief Marketing Officer
w Cyber Folks

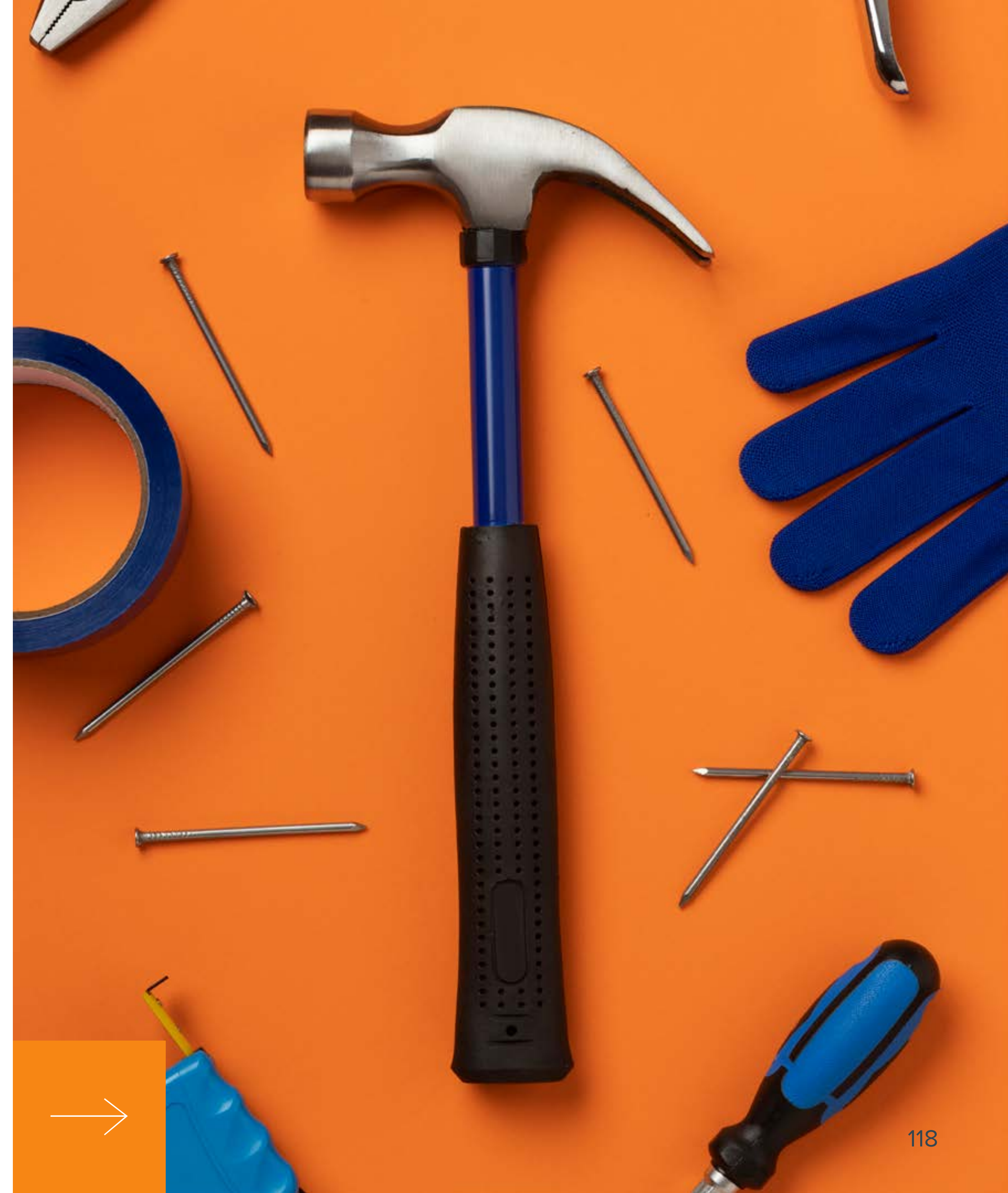




Branża

Przemysł, artykuły techniczne i biurowe

21





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Przemysł, artykuły techniczne i biurowe



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

61 065



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

341



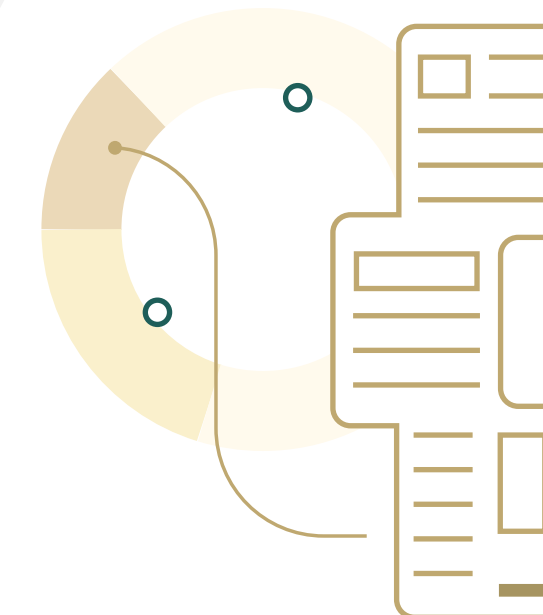
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

61,58%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

6,39%



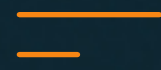
Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

179



PRZEMYSŁ, ARTYKUŁY TECHNICZNE I BIUROWE

Ruch organiczny bloga	Organiczny ruch całkowity	Udział sekcji contentowych w całości ruchu organicznego artykułów	Liczba zindeksowanych artykułów	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. odsłon organicznego	Frazy w TOP3 sekcji contentowych	Frazy w TOP10 sekcji contentowych	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu			
											Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	
1	ebmia.pl	ebmia.pl/wiedza/	181626	223202	81.37%	705	27	3.83%	38.82	4963	10150	ebmia.pl/wiedza/faq/mechanika-faq/przelicznik-c(...)	53470
2	neopak.pl	neopak.pl/blog/	143390	153271	93.55%	872	68	7.80%	60.81	3603	8369	neopak.pl/blog/jeden-cal-ile-to-centymetrow	11912
3	expondo.pl	expondo.pl/inspiracje/	90831	97720	92.95%	601	32	5.32%	66.17	3311	11086	expondo.pl/inspiracje/montaz-sufitu-podwieszanego/	2883
4	dlabiura24.pl	dlabiura24.pl/blog/	83232	126652	65.72%	313	15	4.79%	37.61	1701	2925	dlabiura24.pl/blog/jaki-rozmiar-ma-kartka-a4-wy(...)	21404
5	znakowo.pl	znakowo.pl/blog/	66200	111314	59.47%	478	20	4.18%	72.21	2418	4970	znakowo.pl/blog/znak-stop/	8745
6	onninen.pl	onninen.pl/artikul/	57334	213889	26.81%	548	41	7.48%	95.58	2588	6089	onninen.pl/artikul/typy-i-rodzaje-kabli-i-przew(...)	4225
7	moga.pl	moga.pl/blog/	55849	56977	98.02%	135	5	3.70%	24.17	650	1231	moga.pl/blog/1_dag_ile_to_g/	13193
8	opako.com.pl	opako.com.pl/blog/	48406	51886	93.29%	417	37	8.87%	86.15	1528	4575	opako.com.pl/blog/jak-zrobic-piniate-z-kartonu(...)	3740
9	maldrew.com.pl	maldrew.com.pl/blog/	41441	90632	45.72%	166	9	5.42%	40.06	1611	3949	maldrew.com.pl/blog/ocieplanie-budynku-to-sie-n(...)	3882
10	sklep.avt.pl	sklep.avt.pl/pl/blog/	36883	112021	32.93%	88	5	5.68%	23.86	998	2064	sklep.avt.pl/pl/blog/pierwsze-prawo-kirchhoffa(...)	5651
11	ik.pl	ik.pl/baza-wiedzy/	27488	46394	59.25%	283	28	9.89%	102.96	1181	2843	ik.pl/baza-wiedzy/porady/kociol-indukcyjny-co-z(...)	2633
12	technika-grzewcza-sklep.pl	technika-grzewcza-sklep.pl/blog/	25879	59241	43.69%	215	14	6.51%	83.08	1178	2700	technika-grzewcza-sklep.pl/blog/instalacja-wodn(...)	2016
13	onelectro.pl	onelectro.pl/blog/	20368	96363	21.14%	35	2	5.71%	17.18	539	1154	onelectro.pl/blog/jak-podlaczyc-wlaczni-schodowy	8734
14	tachospeed.pl	tachospeed.pl/blog/	19349	20728	93.35%	97	11	11.34%	50.13	424	1259	tachospeed.pl/blog/karta-kierowcy-co-to-jest-i(...)	8782
15	myjki.com	myjki.com/content/101-porady-ekspertow	17692	107520	16.45%	167	9	5.39%	94.39	660	1532	myjki.com/content/295-odkurzacze-do-tapicerki	3862



Przemysł, artykuły techniczne i biurowe | analiza sekcji contentowych

Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



★ 872

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 4 963

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 98,02%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



★ 3,70%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 53 470

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 17,18

Jak odpowiednio zoptymalizować sklep internetowy pod urządzenia mobilne?

Przyszłość e-commerce należy do urządzeń mobilnych! Świadczą o tym badania, które wskazują, że smartfon wyprzedził laptopa i jest obecnie najpopularniejszym urządzeniem w procesie zakupów online (źródło: Gemius). Aby kanały mobilne były efektywnym źródłem sprzedaży, sklep internetowy musi być odpowiednio zoptymalizowany pod kątem doświadczenia użytkownika, szybkości działania oraz wymogów stawianych przez wyszukiwarki, czyli prościej mówiąc w obszarze SEO. Ważne są takie wskaźniki, jak:

- 🕒 **FCP** (ładowanie tekstu lub obrazu: z ang. First Contentful Paint),
- 🕒 **LCP** (wczytywanie: z ang. Largest Contentful Paint),
- 🕒 **FID** (interaktywność: z ang. First Input Delay),
- 🕒 **CLS** (stabilność wizualna: z ang. Cumulative Layout Shift),

Możemy je znaleźć w Google PageSpeed Insights. Często wiele firm e-commerce ich nie analizuje oraz nie optymalizuje, przez co wyniki szybkości są bardzo niskie i mało konkurencyjne w stosunku do innych rynkowych graczy. Szybkość strony mobilnej wpływa także na konwersję, ponieważ badania pokazują, że nawet jedna sekunda zbyt długiego ładowania storefrontu, powoduje jej spadek o **7%** oraz obniżenie liczby odsłon aż o **11%** (źródło: wpengine.com).

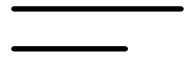
Optymalizacja sklepu internetowego może zostać wykonana na różne sposoby, m.in. poprzez zmianę w kodzie wersji mobilnej strony, optymalizację ścieżki zakupowej, czy też zmiany UX/UI, aby była ona bardziej przyjazna dla użytkownika. Często te prace wymagają wielu nakładów czasowych oraz finansowych. W związku z tym niejednokrotnie zdarza się, że firmy działające w obszarze e-commerce, decydują się na inwestycję w aplikację mobilną, która pomimo generowania kosztów, finalnie przynosi znacznie więcej korzyści biznesowych.



Krystian Huptys

Chief Customer Officer,
Członek Zarządu
w [Merce.com](https://www.merce.com)





Branża

Rodzina i dzieci

22





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Rodzina i dzieci



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

81 386



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

189



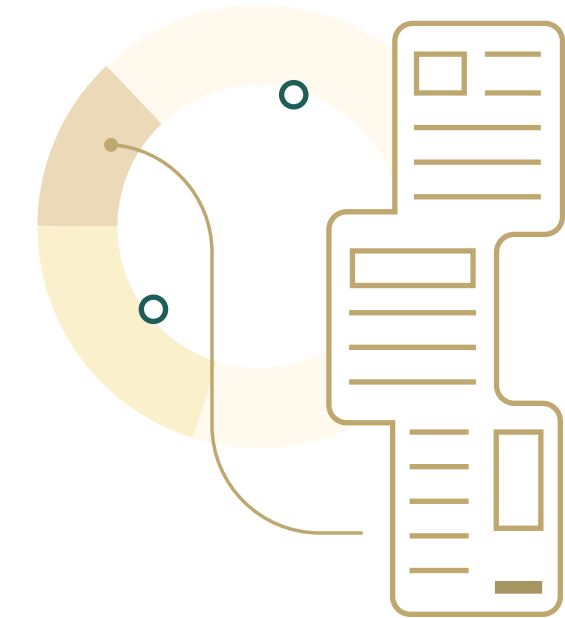
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

44,09%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

5,65%



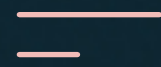
Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

431



RODZINA I DZIECI

Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
1 smyk.com	smyk.com/porady/	495939	4479155	11.07%	779	34	4.36%	15.71	7986	17067	smyk.com/porady/pomysl-na-prezent-dla-dziewczyn(...)	51757
2 blizejciebie.pl	blizejciebie.pl/poradnik/	299844	321595	93.24%	240	3	1.25%	8.00	9901	22398	blizejciebie.pl/poradnik/wpis/brazowe-uplawy-pr(...)	12578
3 hipp.pl	hipp.pl/zywienie-0-1/poradnik	199212	496456	40.13%	145	1	0.69%	7.28	6379	13946	hipp.pl/zywienie-0-1/poradnik/zdrowie-i-rozwoj(...)	12788
4 bobowozki.com.pl	bobowozki.com.pl/blog/	127002	447557	28.38%	389	8	2.06%	30.63	4397	10435	bobowozki.com.pl/blog/porady/popularne-imiona-d(...)	11193
5 leonkameleon.pl	leonkameleon.pl/blog/	125746	147562	85.22%	77	5	6.49%	6.12	1207	2808	leonkameleon.pl/blog/zyczenia-swiateczne-zyczen(...)	34422
6 babyboom.net.pl	babyboom.net.pl/blog/	63304	107577	58.85%	164	5	3.05%	25.91	2580	8562	babyboom.net.pl/blog/ile-spi-niemowle-w-zalezno(...)	5465
7 zabawkaiwyprawka.pl	zabawkaiwyprawka.pl/blog/	59635	59955	99.47%	259	12	4.63%	43.43	2628	5976	zabawkaiwyprawka.pl/blog/post/lapbook-co-to-jes(...)	6301
8 bambiboo.eu	bambiboo.eu/blog/	49170	51786	94.95%	181	16	8.84%	36.81	1967	5363	bambiboo.eu/blog/co-oznacza-kolory-kupki-niem(...)	5304
9 kinderkraft.pl	kinderkraft.pl/blog/	27946	121060	23.08%	92	5	5.43%	32.92	754	2150	kinderkraft.pl/blog/szum-suszarki-bialy-szum-kt(...)	6844
10 maylily.pl	maylily.pl/pl/blog/	25854	55481	46.60%	116	7	6.03%	44.87	901	2594	maylily.pl/pl/blog/wpis/lista-rzeczy-dla-noworodka	4540
11 helpa.pl	helpa.pl/blog-parentingowy/	24183	43156	56.04%	96	8	8.33%	39.70	1003	2238	helpa.pl/blog-parentingowy/gryka-kasza-gryczana	4791
12 lovi.pl	lovi.pl/porady/	19892	93342	21.31%	392	29	7.40%	197.06	1479	5284	lovi.pl/porady/rodzice/10-powodow-dlaczego-niem(...)	801
13 noskinoski.pl	noskinoski.pl/blogs/	17665	252587	6.99%	62	4	6.45%	35.10	293	862	noskinoski.pl/blogs/news/wyprawka-dla-noworodka(...)	9870
14 mlekolandia.pl	mlekolandia.pl/blog/	17014	21904	77.68%	34	3	8.82%	19.98	1160	2690	mlekolandia.pl/blog/ile-powinno-jesc-niemowle-t(...)	10863
15 kidspace-shop.com	kidspace-shop.com/blog/	14935	45533	32.80%	94	6	6.38%	62.94	539	1383	kidspace-shop.com/blog/zabawy-dla-2-latka/	3023
16 lulanko.pl	lulanko.pl/blog/	13839	22264	62.16%	212	13	6.13%	153.20	331	960	lulanko.pl/blog/bialy-szum/szum-odkurzacza	2529
17 51015kids.eu	51015kids.eu/blog/	13285	478013	2.78%	105	2	1.90%	79.03	529	1491	51015kids.eu/blog/jak-wybrac-buty-dla-malucha/	2067
18 worldtoys.pl	worldtoys.pl/pl/c/	12555	56344	22.28%	73	4	5.48%	58.15	106	280	worldtoys.pl/pl/c/Hot-Wheels-samochody-164/428	5860
19 mamaville.pl	mamaville.pl/content/	12040	80355	14.98%	133	10	7.52%	110.46	259	802	mamaville.pl/content/343-jak-urzadzic-pokoj-dla(...)	3815
20 pakamera.pl	pakamera.pl/magazyn/	8654	234049	3.70%	137	16	11.68%	158.31	210	560	pakamera.pl/magazyn/lunula-co-oznacza-bizuteria(...)	2772



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



★ 779

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 9 901

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 99,47%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



★ 0,69%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 51 757

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 6,12

Wielojęzyczność w e-commerce – jak tworzyć skuteczny content?

Prowadzenie biznesu online na wielu rynkach jednocześnie wiąże się z odpowiednim podejściem do kwestii wielojęzyczności. Jak tworzyć skuteczny content, aby sprzedawał i przekonywał lokalnego konsumenta do Twojego brandu? Wiążą się z tym 3 główne wyzwania:

- 1 **Właściwe tłumaczenie tekstów.** Stosowanie automatycznych tłumaczeń może przyspieszyć pracę, jeśli wygenerowane treści będą sprawdzone i poprawione przez tłumacza, najlepiej native speakera.
- 2 **System CMS i zarządzanie wieloma wersjami strony.** Aby skutecznie zarządzać sklepem internetowym w różnych językach, warto postawić go na elastycznym systemie, np. IdoSell, WordPress, Shopify, Magento, PrestaShop.
- 3 **Budowanie widoczności strony w wyszukiwarce dla różnych wersji językowych.** Każda wersja językowa e-sklepu powinna być traktowana jako odrębny sklep, w którym należy dostosować frazy kluczowe, treści i architekturę informacji do lokalnych przyzwyczajęń konsumentów.

Oto 4 kluczowe kierunki działań dla sklepów internetowych:

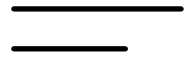
- 1 **Uwzględnij lokalne trendy i zachowania konsumentów.** Zanim rozpoczniesz działalność na wybranym rynku, zbadaj go – poznaj preferencje kulturowe, oczekiwania i upodobania konsumentów i na tej podstawie personalizuj treści. Dzięki temu możesz zwiększyć zaangażowanie użytkowników i budować trwałe relacje z klientami.
- 2 **Przeanalizuj oferty konkurencji.** Może to dostarczyć cennych wskazówek dotyczących strategii produktowych i promocyjnych, ale również sposobu komunikacji z lokalnymi odbiorcami.
- 3 **Dobierz właściwe frazy kluczowe dla każdej wersji językowej.** Zweryfikuj w narzędziach Google, jakie frazy są najczęściej wyszukiwane i zdecyduj, na które z nich chcesz się pojawiać. Następnie pod ich kątem zoptymalizuj swój e-sklep.



Adam Zając

Head of Business
Development
w Packeta Poland



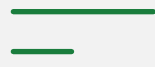


Branža

Rośliny

23





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Rośliny



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

100 645



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

174



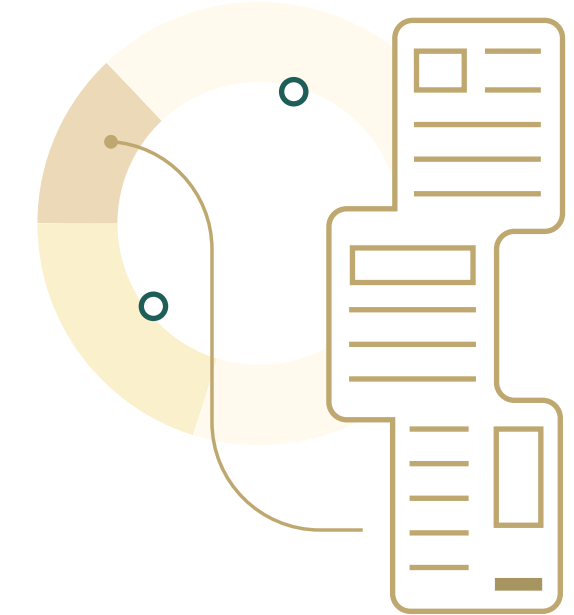
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

18,93%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

3,44%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

577



ROŚLINY

Ranking	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny									Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
			Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google		
1	euroflorist.pl	euroflorist.pl/blog/	299358	487172	61.45%	61	2	3.28%	1.65	1948	4396	euroflorist.pl/blog/zyczenia-na-urodziny	132583
2	zielony-parapet.pl	zielony-parapet.pl/blog/	245904	1167713	21.06%	82	1	1.22%	3.33	2627	4391	zielony-parapet.pl/blog/-monstera-pielegnacja-i(...)	45840
3	tomaszewski.pl	tomaszewski.pl/blog/	167796	328163	51.13%	179	5	2.79%	10.67	1278	2931	tomaszewski.pl/blog/hibiskus-pielegnacja-i-upra(...)	24446
4	dlaroslin.pl	dlaroslin.pl/content	152888	490293	31.18%	441	8	1.81%	28.84	3806	7721	dlaroslin.pl/content/278-roundup-srodek-do-zwal(...)	18330
5	sklepdlaoogrodu.pl	sklepdlaoogrodu.pl/pl/blog.html	132691	186974	70.97%	325	16	4.92%	24.49	2729	6611	sklepdlaoogrodu.pl/pl/blog/Cebula-dymka-sadzenie(...)	10478
6	podkarpackiesady.pl	podkarpackiesady.pl/porady podkarpackiesady.pl/przepisy	129731	1037993	12.50%	132	12	9.09%	10.17	888	1854	podkarpackiesady.pl/pl/n/kwiaty-wieloletnie-do(...)	7211
7	bilscy.info	bilscy.info/blog/	106596	373090	28.57%	123	1	0.81%	11.54	1129	2177	bilscy.info/blog/rosliny-na-skalniak	10934
8	gardenowo.pl	gardenowo.pl/blog/	83021	106097	78.25%	169	5	2.96%	20.36	1821	4318	gardenowo.pl/blog/uprawa-arbuza-sadzenie-hodowl(...)	6701
9	drzewka-faworytka.pl	drzewka-faworytka.pl/pl/blog/	79212	192374	41.18%	219	8	3.65%	27.65	2039	4083	drzewka-faworytka.pl/pl/blog/Swidoslwiwa-odmiany(...)	7150
10	tedan.pl	tedan.pl/baza-wiedzy/	74162	101702	72.92%	61	2	3.28%	8.23	792	1620	tedan.pl/baza-wiedzy/prusak-informacje-opis/	21122
11	drzewa.com.pl	drzewa.com.pl/porady-i-inspiracje/	61995	412017	15.05%	106	2	1.89%	17.10	1140	2294	drzewa.com.pl/porady-i-inspiracje/trzmielina-up(...)	10014
12	jungleboogie.pl	jungleboogie.pl/blog/	53363	144411	36.95%	146	4	2.74%	27.36	1255	2686	jungleboogie.pl/blog/dieffenbachia-uprawa-i-pie(...)	4691
13	malaszklarnia.pl	malaszklarnia.pl/blog/	48638	133537	36.42%	65	1	1.54%	13.36	897	2403	malaszklarnia.pl/blog/dracena-stanowisko-pieleg(...)	8789
14	ogrodosfera.pl	ogrodosfera.pl/blog/	37906	411328	9.22%	343	26	7.58%	90.49	992	2785	ogrodosfera.pl/blog/ranking-10-najlepszych-cent(...)	5799
15	plantagarden.pl	plantagarden.pl/blog/	35120	57888	60.67%	51	2	3.92%	14.52	816	1919	plantagarden.pl/blog/wpis/gupik-pawie-oczko-jak(...)	5230



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



★ 441

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



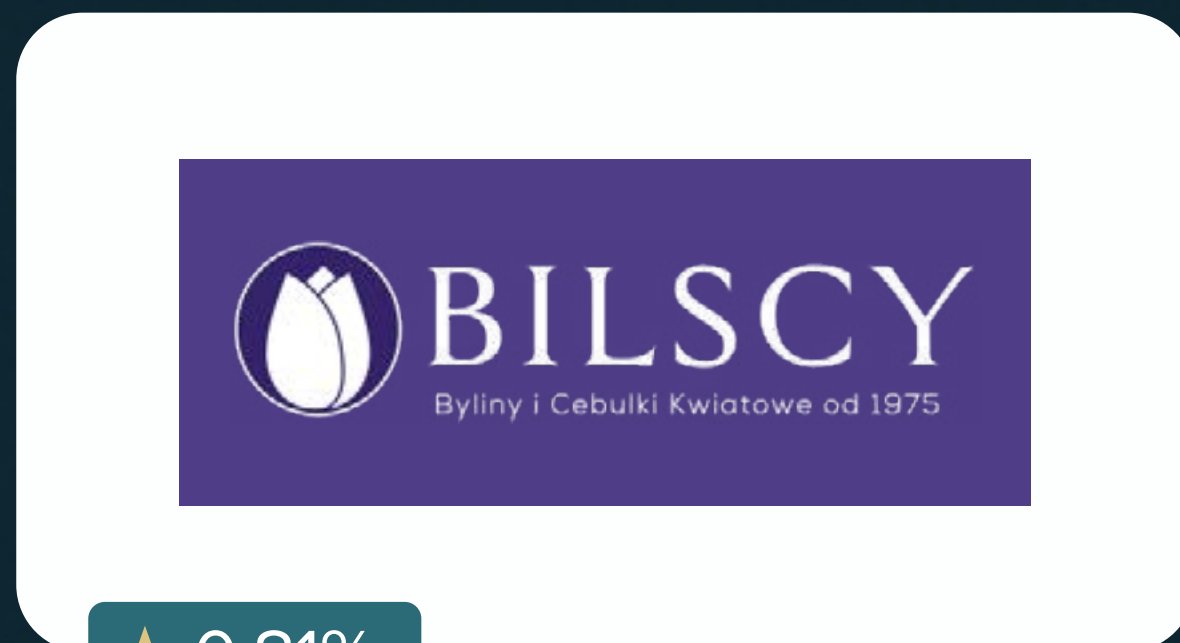
★ 3 806

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 70,97%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



★ 0,81%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 132 583

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 1,65

Jak skutecznie komunikować zalety i przewagę Twojego produktu w sklepie internetowym?

Dla współczesnych sklepów e-commerce aktywna komunikacja z klientami stanowi fundament ich działalności. Prawie każdy z nich, w różnym stopniu zaawansowania, angażuje się w ten proces. Jednakże skuteczne prowadzenie takiej komunikacji to zadanie wymagające, a jej cele mogą być różnorodne — od zwiększenia liczby klientów (np. dzięki lepszemu pozycjonowaniu SEO), przez wzrost ich lojalności, po zwiększenie konwersji sprzedaży. Kluczem do osiągnięcia sukcesu jest odpowiednia strategia komunikacyjna, stale aktualizowana i dopasowywana do potrzeb branży.

Na polskim rynku e-commerce można dostrzec wiele skutecznych metod komunikacji zalet produktów, niektóre standardowe, inne zaś bardziej kreatywne. **Te praktyki można podzielić na kilka głównych grup:**

- ⦿ Dostarczanie wysokiej jakości informacji o produkcie, co obejmuje klarowne opisy oraz atrakcyjne materiały wizualne, takie jak profesjonalne zdjęcia czy filmy.
- ⦿ Budowanie zaufania klienta poprzez prezentowanie opinii i referencji, a także informacji o popularności produktu (np. liczba sprzedanych artykułów).
- ⦿ Odpowiedź na potrzeby konsumenta poprzez zamieszczanie treści związanych bezpośrednio z zainteresowaniami odbiorcy, a nie tylko z produktem (np. przepisy na zdrowe posiłki na blogu sklepu z eko-żywnością).
- ⦿ Angażowanie emocjonalne klientów poprzez interaktywne prezentacje produktów (live demo) czy nawiązywanie z nimi bezpośredniej relacji.

Każda z tych metod ma na celu w różny sposób przekazać zalety i unikalność oferowanych produktów.

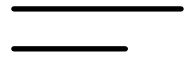
Aby zbudować strategię komunikacji, do powyższych metod, należy dodać **wybór kanałów komunikacji**, takich jak blogi, transmisje na żywo, vlogi, mailing, czy nawet reklama w TV. Co więcej, decyzje te trzeba podejmować z uwzględnieniem rodzaju oferowanych produktów, skali sprzedaży, dostępnego budżetu oraz profilu i segmentu klientów.



Michał Tykarski

Board Member
w Ideosell





Branża

Sport i rekreacja

24





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży:

Sport i rekreacja



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

80 419



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

369



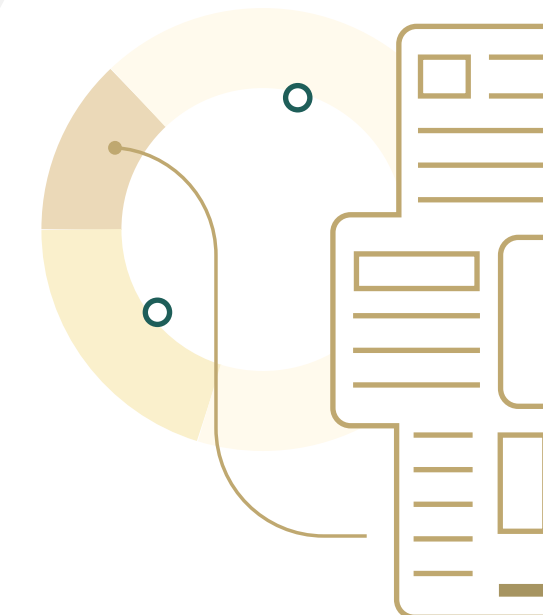
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

37,14%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

4,38%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

218




SPORT I REKREACJA

Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych	Liczba artykułów w Google	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
1 decathlon.pl	decathlon.pl/blog-sportowy_lp-575WVQ blog.decathlon.pl/ go.decathlon.pl/blog/	409711	3893280	10,52%	1568	166	10,59%	38,27	10535	23855	decathlon.pl/c/exe/kalistenika-jak-zaczac-cwicz(...)	7942
2 centrumrowerowe.pl	centrumrowerowe.pl/blog/	177352	1162315	15,26%	475	9	1,89%	26,78	6844	11799	centrumrowerowe.pl/blog/rozmiar-ramy-roweru/	15977
3 e-horyzont.pl	e-horyzont.pl/blog/	166665	256647	64,94%	394	12	3,05%	23,64	2656	6719	e-horyzont.pl/blog/krolowa-beskidow-babia-gora	14519
4 sportano.pl	sportano.pl/blog/	136398	199462	68,38%	410	16	3,90%	30,06	2836	7612	sportano.pl/blog/boisko-do-pilki-noznej-wymiary(...)	12776
5 8a.pl	8a.pl/8academy/	113334	690432	16,42%	789	16	2,03%	69,62	2750	6434	8a.pl/8academy/co-to-jest-softshell/	8065
6 4fizjo.pl/	4fizjo.pl/blog-pol.phtml	86745	192765	45,00%	239	11	4,60%	27,55	1181	3563	4fizjo.pl/kim-jest-chiropraktyk-kiedy-warto-sie(...)	8790
7 skalnik.pl	skalnik.pl/blog/	80011	270947	29,53%	663	30	4,52%	82,86	2448	5657	skalnik.pl/blog/babia-gora-szlaki/	7501
8 rowertour.com	rowertour.com/blog/	66352	181265	36,60%	315	7	2,22%	47,47	2280	5481	rowertour.com/blog/najlepsze-rowery-dla-6-7-i-8(...)	11274
9 hop-sport.pl	hop-sport.pl/blog/	59300	80970	73,24%	248	16	6,45%	41,82	1467	3487	hop-sport.pl/blog/co-jest-crossfit	7449
10 4f.com.pl	4f.com.pl/blog/	55577	953173	5,83%	244	12	4,92%	43,90	1281	3514	4f.com.pl/blog/post/7-cwiczen-ktore-pomoga-ci-w(...)	26031
11 unbrokenstore.com	unbrokenstore.com/pl/blog/	44185	51611	85,61%	171	10	5,85%	38,70	1067	2893	unbrokenstore.com/blog/hip-thrust	7162
12 sprint-rowery.pl	sprint-rowery.pl/blog/	44174	145528	30,35%	341	5	1,47%	77,19	1932	5035	sprint-rowery.pl/blog/post/jak-wyregulowac-prze(...)	2533
13 sport-shop.pl	sport-shop.pl/blog/	34220	544774	6,28%	165	9	5,45%	48,22	741	2638	sport-shop.pl/blog/trening-fitness-co-to-jest-i(...)	4894
14 wgl.pl	wgl.pl/blog/	25932	68049	38,11%	200	8	4,00%	77,13	754	1638	wgl.pl/blog/co-to-bushcraft-i-dlaczego-warto-si(...)	4024
15 pgbikes.pl	pgbikes.pl/porady-rowerowe/	20014	75695	26,44%	65	1	1,54%	32,48	719	1644	pgbikes.pl/porady-rowerowe/porady/rozmiar-kol-r(...)	3406
16 prosportowy.pl	prosportowy.pl/blog/	18422	19671	93,65%	157	5	3,18%	85,23	723	2475	prosportowy.pl/blog/porady/czym-jest-trening-em(...)	2335
17 sklepbiegacza.pl	sklepbiegacza.pl/poradnikbiegacza	26491	234611	11,29%	521	19	3,65%	196,67	969	1933	sklepbiegacza.pl/poradnikbiegacza/buty-do-biega(...)	2141
18 campingshop.pl	campingshop.pl/blog/	15723	99552	15,79%	224	14	6,25%	142,47	577	1498	campingshop.pl/blog/lufthansa-bagaz-podreczny-j(...)	1779
19 trainingshowroom.com	trainingshowroom.com/blog	14469	21860	66,19%	35	1	2,86%	24,19	394	989	trainingshowroom.com/blog/post/trening-na-skaka(...)	3029
20 fabrykasily.pl	fabrykasily.pl/porady-trenerow/ fabrykasily.pl/porady/	13304	406107	3,28%	163	15	9,20%	122,52	578	1920	fabrykasily.pl/porady-trenerow/plan-treningowy(...)	4471



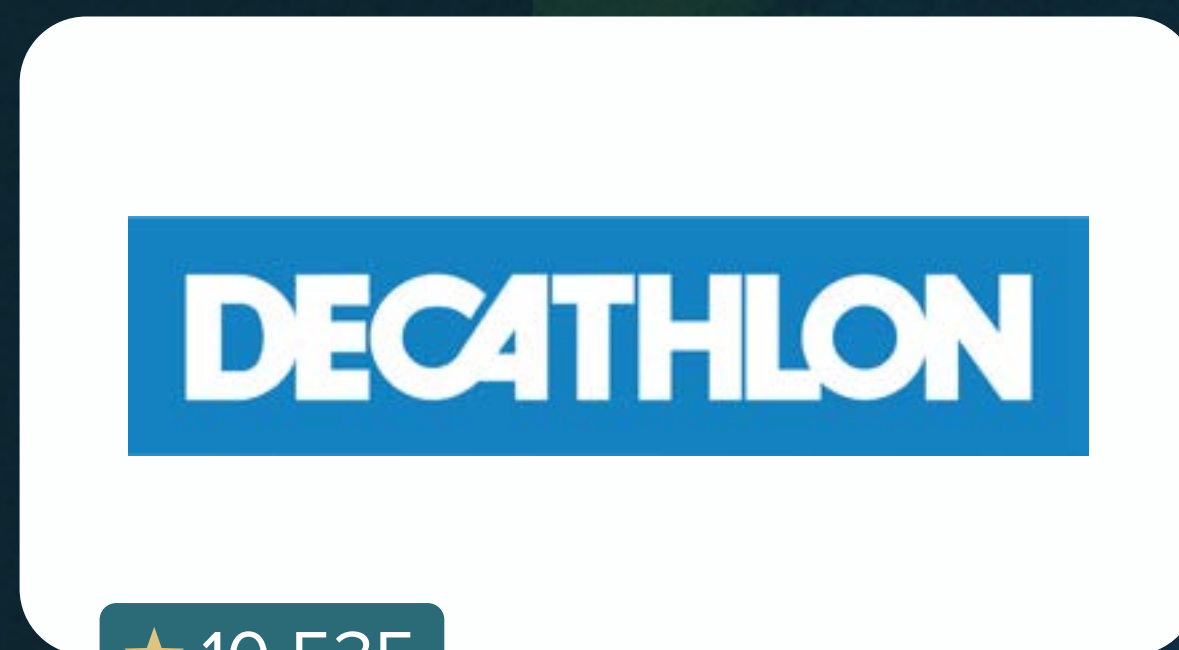
Sport i rekreacja | analiza sekcji contentowych

Największa liczba zindeksowanych artykułów 




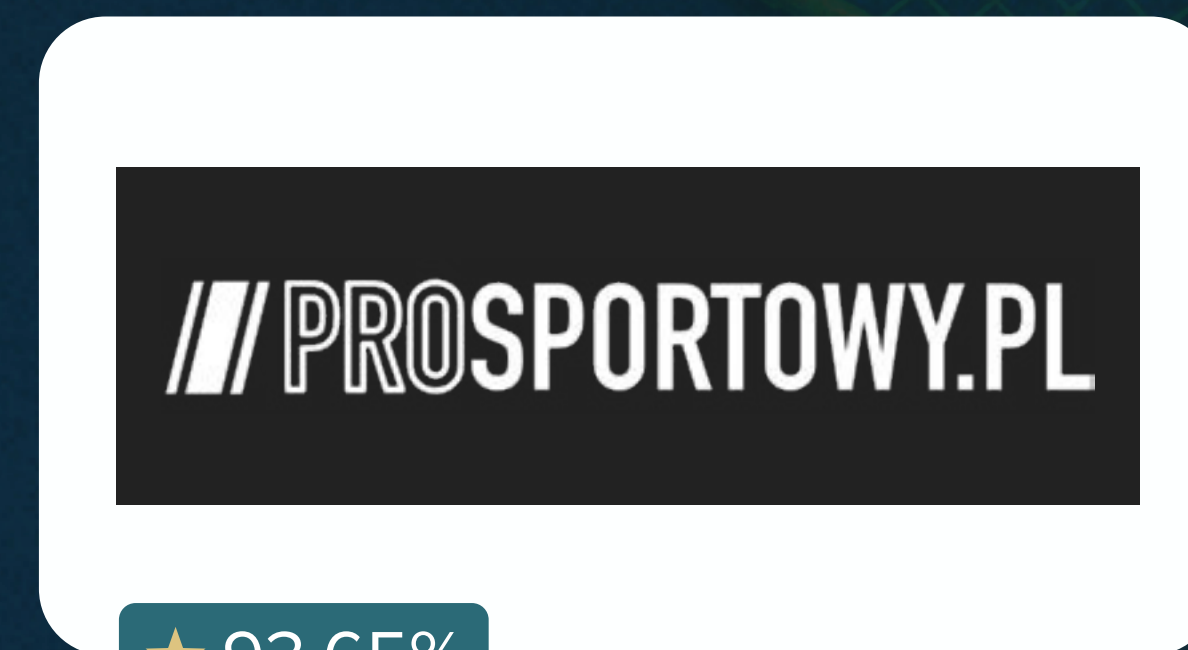
★ 1 568

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej 




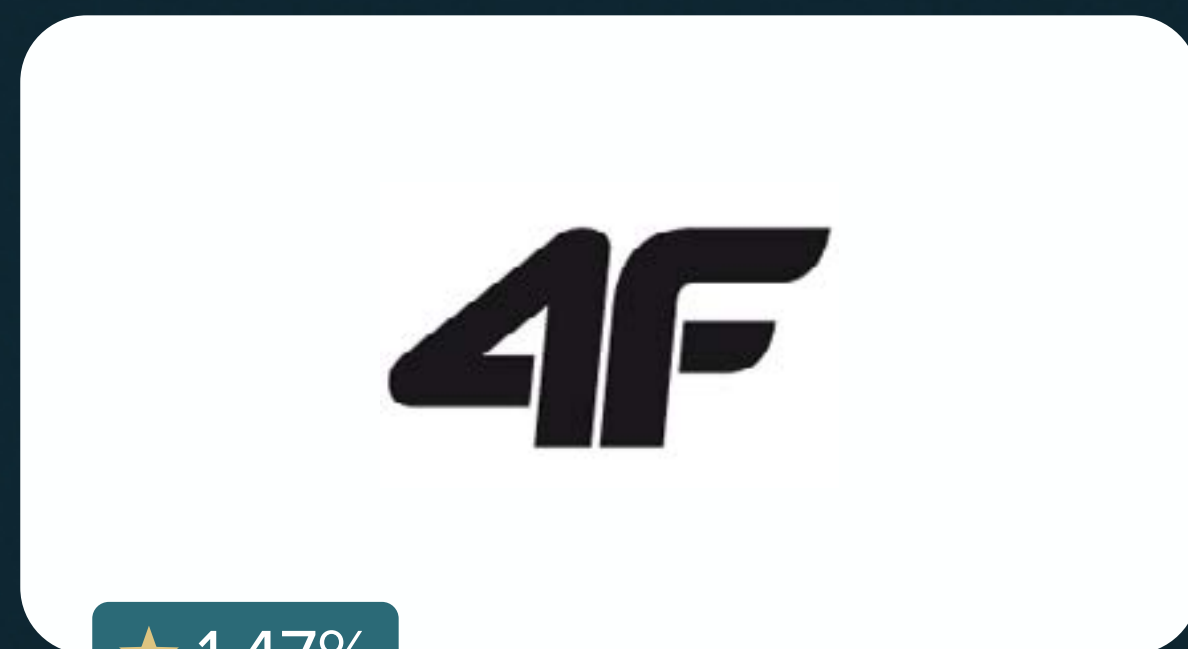
★ 10 535

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego 




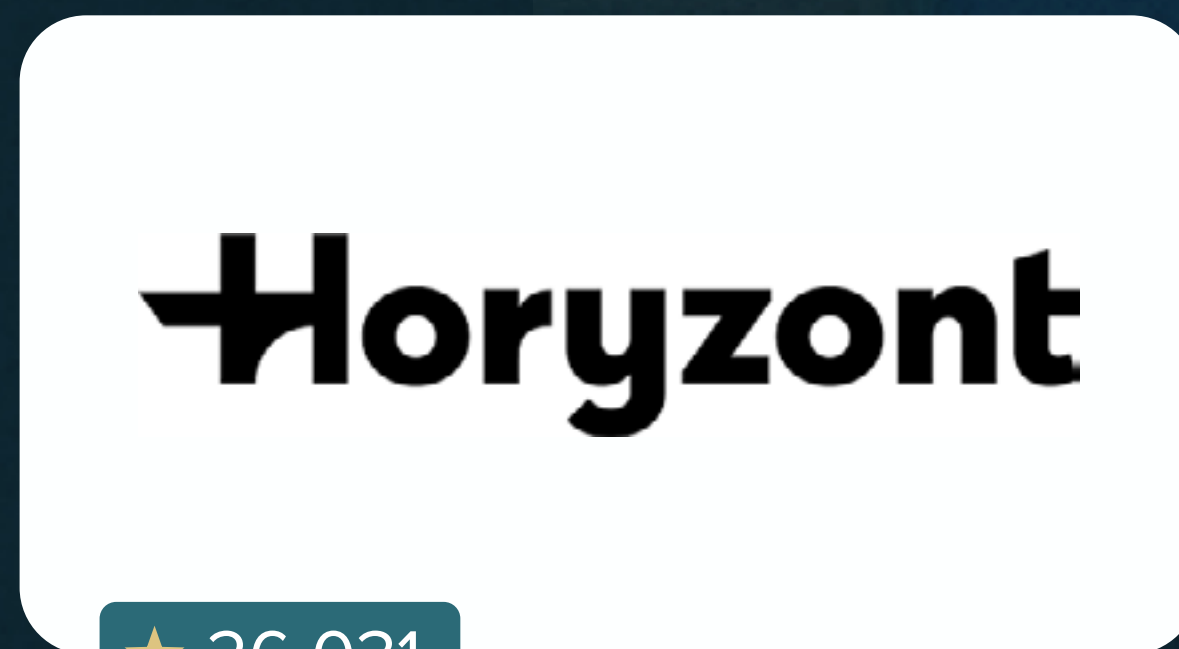
★ 93,65%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym 




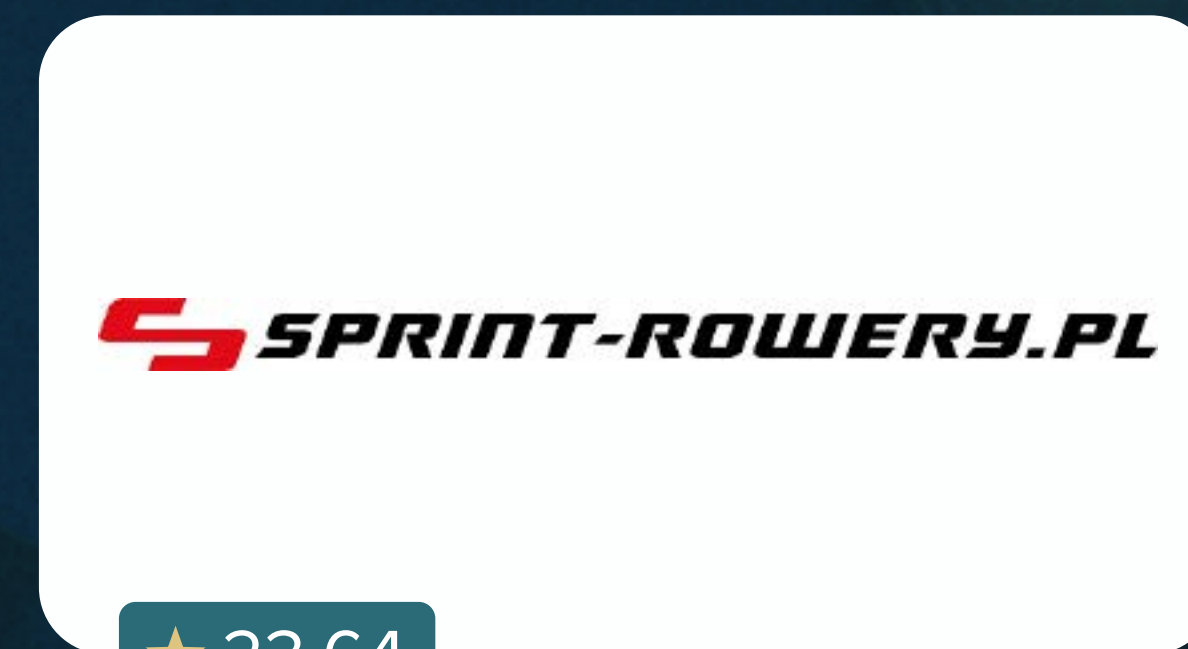
★ 1,47%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) 



★ 26 031

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon 



★ 23,64

Storytelling w sklepie internetowym, czyli jak dobrze opowiadać historie?

Storytelling jest umiejętnością opowiadania historii w angażujący sposób. Prawidłowo skonstruowana narracja wywołuje emocje, buduje napięcie i inspiruje, a przede wszystkim stale utrzymuje uwagę odbiorców. Pozwala to tworzyć wartościową więź. Nic więc dziwnego, że ta stara sztuka zyskała nowe życie wraz z rozwojem marketingu.

Dziś, gdy konkurencja na rynku e-commerce jest ogromna, **storytelling może być kluczowym elementem różnicującym sklep internetowy od innych**. Dobrze zaplanowana opowieść sprawia, że marka jest zapamiętywana i generuje większe zaangażowanie. Pozwala zjednoczyć konsumentów wokół firmy i rozwijać w nich poczucie przynależności do społeczności. Finalnym owocem jest mocna relacja z klientami, skutkująca ich lojalnością.

Jednak jak dobrze opowiadać historie w świecie e-commerce? Warto zacząć od zrozumienia swojej marki i jej wartości. Każdy element narracji powinien być spójny z jej misją. Tylko wtedy opowieść będzie autentyczna i przekonująca dla odbiorców. Jej myślą przewodnią może stać się ekologia, lokalna produkcja czy innowacyjność. Chcąc uatrakcyjnić fabułę, warto sięgać po zdjęcia, filmy i infografiki.

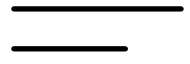
Kluczowe w storytellingu są emocje. Aby trafić do serc potencjalnych klientów, warto odnieść się do ich doświadczeń, którymi dzielą się w sieci poprzez recenzje i komentarze w mediach społecznościowych. **Pamiętajmy przy tym, że opowiadanie historii wymaga stałego dostarczania nowych elementów narracji.** Dzięki temu jesteśmy w stanie utrzymać zaangażowanie odbiorców i zainteresowanie marką.



Agata Piechota

Content marketing specialist
w **Elephate**





Branża

Suplementy i odżywki

25





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Suplementy i odżywki



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

92 421



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

580



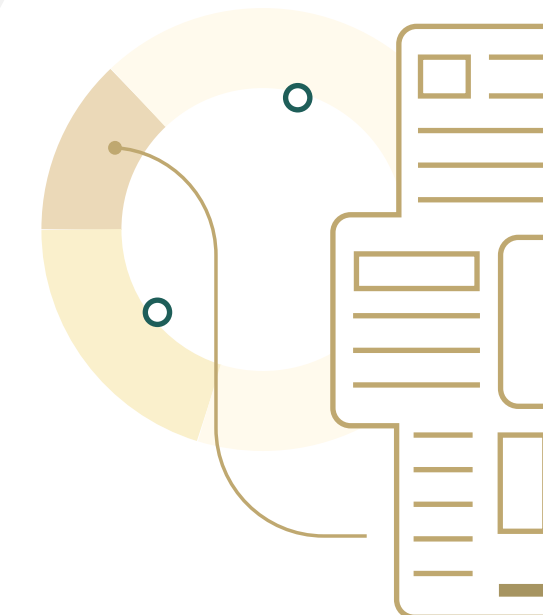
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

57,31%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

7,47%



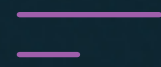
Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

159



SUPLEMENTY I ODŻYWKI

Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
1 medpak.com.pl	medpak.com.pl/blog/	412081	470058	87,67%	423	7	1,65%	10,26	6007	12181	medpak.com.pl/blog/zdrowe-odzywianie/prosty-prz(...)	26949
2 budujmase.pl	budujmase.pl/trening/	198321	408272	48,58%	939	23	2,45%	47,35	6596	12378	budujmase.pl/trening/hip-thrust-jak-wykonac-pop(...)	29919
3 swiatsupli.pl	swiatsupli.pl/blog/	171139	205648	83,22%	633	33	5,21%	36,99	3823	9371	swiatsupli.pl/blog/dynia-hokkaido-najzdrowsza-d(...)	16248
4 gymbeam.pl	gymbeam.pl/blog/	136282	175214	77,78%	607	44	7,25%	44,54	2324	7266	gymbeam.pl/blog/8-najlepszych-cwiczen-na-biceps/	15728
5 mybionic.pl	mybionic.pl/blog/	125704	280930	44,75%	150	3	2,00%	11,93	2139	6043	mybionic.pl/blog/objawy-przyczyny-i-leczenie-za(...)	11451
6 testosterone.pl	testosterone.pl/wiedza/	88886	101195	87,84%	919	64	6,96%	103,39	2179	6686	testosterone.pl/wiedza/jak-dziala-johimbina/	5273
7 sklepzycia.pl	sklepzycia.pl/pl/n/list/	87183	306128	28,48%	138	2	1,45%	15,83	900	2349	sklepzycia.pl/pl/n/Milorzab-japonski-uprawa/268	11177
8 sklep.sport-max.pl/	sklep.sport-max.pl/blog-pol.phtml	76078	164090	46,36%	332	24	7,23%	43,64	1179	2642	sklep.sport-max.pl/czy-banany-tucza-kalorie-i-w(...)	16742
9 sfd.pl	sklep.sfd.pl/blog-1/ zdrowie.sfd.pl vege.sfd.pl sfd.pl/Artykuly	69173	676365	10,23%	4429	722	16,30%	640,28	889	2921	sklep.sfd.pl/blog-1/odzywka_bialkowa_przed_czy_(...)	4441
10 ostrovit.com	ostrovit.com/pl/blog/	62220	101846	61,09%	229	9	3,93%	36,80	1125	4089	ostrovit.com/pl/blog/co-ma-duzo-bialka-najlepsz(...)	16012
11 bodypak.pl	bodypak.pl/pl/poradnik/	58526	92757	63,10%	525	43	8,19%	89,70	1587	4924	bodypak.pl/pl/poradnik/trening/trening-pushpull(...)	5209
12 strefamocy.pl	strefamocy.pl/pl/blog/	58065	115545	50,25%	679	62	9,13%	116,94	2117	5314	strefamocy.pl/pl/blog/odzywianie/ser-piorko	2482
13 trec.pl	trec.pl/baza-wiedzy/	57820	129062	44,80%	116	6	5,17%	20,06	1173	3221	trec.pl/baza-wiedzy/trening-push-pull-legs-co-j(...)	5022
14 olimpstore.pl	olimpstore.pl/artykuly/	50649	236117	21,45%	140	5	3,57%	27,64	977	2545	olimpstore.pl/artykuly/post/trening-na-silowni-(...)	6131
15 bcaa.pl	bcaa.pl/poradnik-sportowca/	48089	53103	90,56%	487	16	3,29%	101,27	2036	5735	bcaa.pl/poradnik-sportowca/tabata-dla-poczatkuj(...)	2429
16 musclepower.pl/	musclepower.pl/news-pol.phtml musclepower.pl/blog-pol.phtml	38205	286876	13,32%	224	93	41,52%	58,63	752	1799	musclepower.pl/plan-treningowy-jak-wypracowac-m(...)	11360
17 auraherbals.pl	auraherbals.pl/blog/	34366	164224	20,93%	70	1	1,43%	20,37	555	1640	auraherbals.pl/blog/skrzyp-polny-wlasciwosci-i-(...)	8933
18 uns.pl	uns.pl/pl/blog/	28573	30087	94,97%	272	24	8,82%	95,20	621	3124	uns.pl/pl/blog/post/jak-znalezc-i-spozywac-lysi(...)	4540
19 plantago-sklep.pl	plantago-sklep.pl/blog/	26301	36610	71,84%	186	5	2,69%	70,72	516	1589	plantago-sklep.pl/blog/wierzbowka-kiprzyca/	2317
20 alenergy.eu	alenergy.eu/blog/	20769	20990	98,95%	108	12	11,11%	52,00	598	1237	alenergy.eu/blog/co-to-jest-triathlon-ironman-i-(...)	7848



Największa liczba zindeksowanych artykułów



★ 4 429

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej



★ 6 596

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego



★ 98,95%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym



★ 1,43%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie)

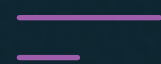


★ 29 919

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon



★ 10,26



Budujmase.pl to zespół ekspertów i pasjonatów. Posiadamy wiedzę i doświadczenie na temat suplementów, diety i treningu. Dzięki temu tworzymy treści bardziej merytoryczne, kompleksowe i użyteczne niż AI (przynajmniej na dzisiaj) czy Copywriterzy bez eksperckiej wiedzy.

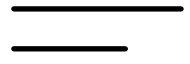
Sama wiedza to „tylko” podstawa, bo realizowanie najlepszych praktyk Google oraz zaawansowana optymalizacja treści to kolejne filary naszego sukcesu. Do każdego artykułu podchodzimy indywidualnie wierząc, że dobry tekst to nie tylko użycie fraz kluczowych i odpowiednich nagłówków.

To realizacja strategii klastrów tematycznych; rozwój treści o użyteczne rozszerzenia jak tabele, zestawienia czy powiązane boxy produktowe; bieżące monitorowanie skuteczności i regularne audytowanie działań, aby na podstawie danych na bieżąco wprowadzać zmiany w strategii generowania ruchu oraz przychodów.

Jan Wychowalek

Head of SEO w [BudujMase.pl](https://budujmase.pl)





Branża

Sztuka, rozrywka i prezenty

26





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Sztuka, rozrywka i prezenty



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

87 908



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

235



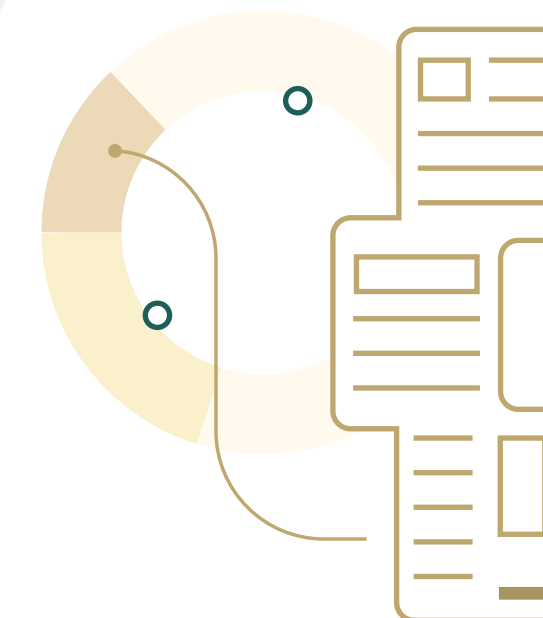
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

30,14%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

9,93%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

374



SZTUKA, ROZRYWKA I PREZENTY

Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych	Liczba artykułów w Google	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
1 prezentmarzen.com	prezentmarzen.com/blog/	293772	482436	60,89%	312	12	3,85%	10,62	3567	8739	prezentmarzen.com/blog/cytaty-o-zyciu-sentencje(...)	34266
2 katalogmarzen.pl	katalogmarzen.pl/pl/artukul/	234887	1154025	20,35%	142	7	4,93%	6,05	1052	2971	katalogmarzen.pl/pl/artukul/zyczenia-swiateczne	111914
3 crazyshop.pl	crazyshop.pl/blog	211955	1189838	17,81%	531	22	4,14%	25,05	2914	5922	crazyshop.pl/blog-692-46-pomyslow-na-wspolny-pr(...)	19119
4 eprezenty.pl	eprezenty.pl/blog/	173723	469850	36,97%	126	6	4,76%	7,25	1236	2747	eprezenty.pl/blog/zyczenia/krotkie-zyczenia-wie(...)	46404
5 murrano.pl	murrano.pl/blog/	146448	240977	60,77%	81	5	6,17%	5,53	1049	2364	murrano.pl/blog/zyczenia-urodzinowe	85871
6 superprezenty.pl	superprezenty.pl/about/blog/	142139	220517	64,46%	97	9	9,28%	6,82	1734	3841	superprezenty.pl/about/blog/krotkie-zyczenia-ur(...)	30951
7 wyjatkowyprezent.pl	wyjatkowyprezent.pl/blog/	130956	903113	14,50%	362	15	4,14%	27,64	2161	5074	wyjatkowyprezent.pl/blog/kto-to-jest-barber-czy(...)	13536
8 prezentokracja.pl	prezentokracja.pl/blog/	93830	173216	54,17%	86	4	4,65%	9,17	1200	2834	prezentokracja.pl/blog/mikolajki-jak-sie-obchod(...)	21993
9 tophifi.pl	tophifi.pl/blog/	70058	261199	26,82%	819	72	8,79%	116,90	2354	5888	tophifi.pl/blog/post/freddie-mercury-zycie-pryw(...)	5530
10 biletyna.pl	biletyna.pl/blog/	46743	414565	11,28%	367	22	5,99%	78,51	828	2498	biletyna.pl/blog/maryla-rodowicz-biografia-zyci(...)	8767
11 muzyczny.pl	muzyczny.pl/portal/	42135	148059	28,46%	346	16	4,62%	82,12	1637	3609	muzyczny.pl/portal/10-rad-pozwalajacych-uniknac(...)	3171
12 netuno.pl	netuno.pl/pl/blog/	30771	44486	69,17%	21	2	9,52%	6,82	119	292	netuno.pl/pl/blog/news/adresowanie-kopert	35824
13 naklejkomania.eu	naklejkomania.eu/blog/	29330	196144	14,95%	174	13	7,47%	59,33	412	1223	naklejkomania.eu/blog/jak-narysowac-krolika	6076
14 tortytorty.pl	tortytorty.pl/blog/	25648	110489	23,21%	14	1	7,14%	5,46	200	376	tortytorty.pl/blog/post/cos.html	11630
15 lazienki-krolewskie.pl	lazienki-krolewskie.pl/pl/edukacja/ lazienki-krolewskie.pl/pl/aktualnosci/ blog.lazienki-krolewskie.pl/pl/	24331	188135	12,93%	811	540	66,58%	333,32	411	1022	lazienki-krolewskie.pl/pl/aktualnosci/jan-matej(...)	5433
16 1001dekoracji.pl	1001dekoracji.pl/blog/	15785	95848	16,47%	68	3	4,41%	43,08	212	1117	1001dekoracji.pl/blog/news/kalendarz-swiat-niet(...)	7919
17 pomelody.com	pomelody.com/blog/	13537	30174	44,86%	64	8	12,50%	47,28	265	732	pomelody.com/blog/nauka-liter-kiedy-zaczac-i-ja(...)	4828
18 costa.pl	costa.pl/blog/	12052	93831	12,84%	43	2	4,65%	35,68	89	246	costa.pl/blog/halloween/jakie-sa-najwazniejsze(...)	6922
19 fotojoker.pl	fotojoker.pl/blog/	10137	107302	9,45%	109	13	11,93%	107,53	362	1049	fotojoker.pl/blog/jak-zrobic-zdjecie-z-efektem(...)	1926
20 empikfoto.pl	empikfoto.pl/blog/	9916	392313	2,53%	122	16	13,11%	123,03	335	819	empikfoto.pl/blog/przenies-swoje-tinstagramowe-z(...)	2107



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★

TOP HI-FI &
VIDEO DESIGN

★ 819

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★

Prezentmarzeń

★ 3 567

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★

netuno®

★ 69,17%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★

Prezentmarzeń

★ 3,85%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★

katalog
marzeń

★ 111 914

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★

TortyTorty.pl
PIECZ Z FANTAZJĄ

★ 5,46

Content-led selling w e-commerce, czyli jak wykorzystać treści do bezpośredniego wpływu na proces zakupowy?

Content-led selling w e-commerce to prowadzenie digitalowego klienta za rękę przez wszystkie etapy zapoznawania się z naszą marką i produktem od pierwszych punktów styku aż po konwersję i działania pozakupowe.

Treści budujące świadomość powinny **odpowiadać na problemy użytkowników** np.: „jak naprawić x”, „jak wybrać y dla osoby z”. Rozwiązaniem w takich tekstach czy postach powinny być nasze produkty/usługi lub całe kategorie produktowe.

Kolejny etap to **wsparcie w decyzji**: którą rzecz wybrać? Dlaczego ta jest tą właściwą? Jak dokładnie działa wybrany przez nas produkt? Chodzi o empatyzowanie z potrzebą i późniejszym zastosowaniem produktu przez klienta.

Jak skutecznie tworzyć takie treści? Pomyśl, co klient chce zrobić z produktem, gdzie i w jakich okolicznościach będzie z niego korzystać:

- 🕒 buty dla biegaczy długodystansowych i maratończyków lub takie, w których będą po prostu codziennie przemieszczać się po mieście;
- 🕒 wkrętarka dla domowych majsterkowiczów, a może dla profesjonalistów przy zaawansowanych pracach budowlanych;
- 🕒 smartwatch, który ma w sobie opcję płatności zbliżeniowych, monitoringu snu czy treningów z wytrzymałą baterią, której nie trzeba ładować codziennie.

Przykłady można mnożyć. Świetnym rozwiązaniem mogą tu być **treści wideo**, wspierające użytkownika w decyzji: verticale (rolki, szorty i tiktoki), vlogi czy animacje, odpowiadające na wszelkie pytania „how to” i „what is”.

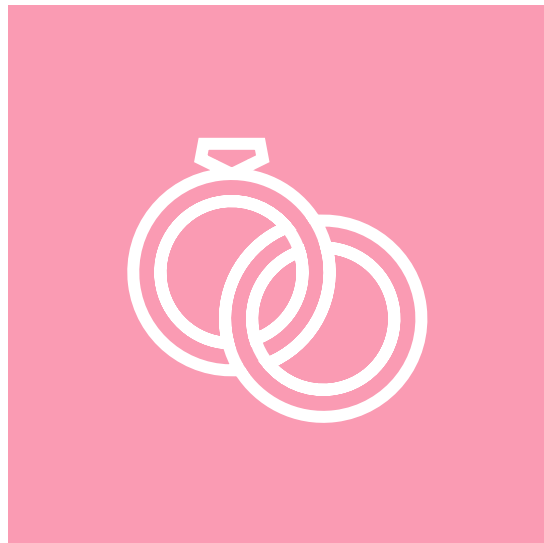
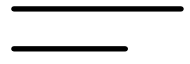
Decydującym momentem w content-led selling jest etap przekształcania zainteresowania w konkretne działanie zakupowe. Skuteczne treści sprzedażowe, takie jak **atrakcyjne oferty**, promocje, jasne i przekonujące **CTA** (z ang. call-to-action, czyli wezwanie do działania), mogą znacząco zwiększyć konwersję. Ważne, by treści te były łatwo dostępne i widoczne w kluczowych punktach customer journey.



Michał Budniak

CEO w Casbeg





Branża

Ślub i wesele

27





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Ślub i wesele



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

72 239



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

240



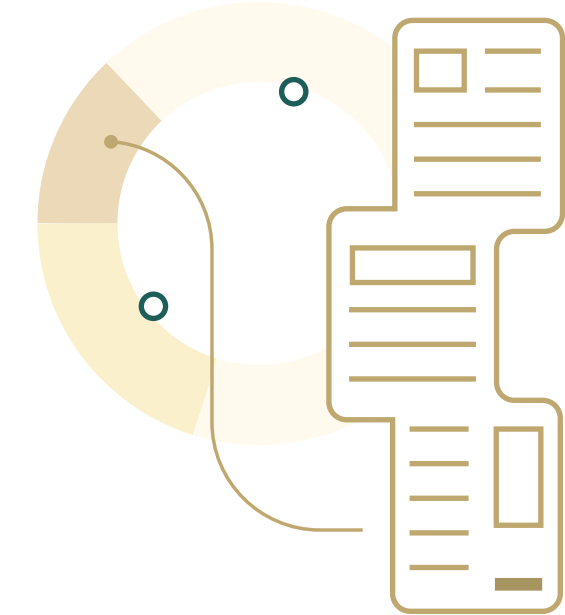
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

44,98%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

5,92%



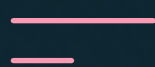
Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

301



ŚLUB I WESELE

Rank	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny									Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
			Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google		
1	janachowska.pl	portal.janachowska.pl/	339721	476728	71.26%	1378	64	4.64%	40.56	4804	16209	portal.janachowska.pl/zyczenia-urodzinowe-dla-k(...)	61471
2	weseleklasa.pl	weseleklasa.pl/poradnik/	227409	371326	61.24%	691	32	4.63%	30.39	5688	15198	weseleklasa.pl/poradnik/najpopularniejsze-imio(...)	12516
3	wedding.pl	wedding.pl/lovestory/	175467	274586	63.90%	169	1	0.59%	9.63	3259	7930	wedding.pl/lovestory/rocznica-slubu-zyczenia/	15552
4	amelia-wedding.pl	amelia-wedding.pl/blog	64319	87463	73.54%	109	11	10.09%	16.95	191	546	amelia-wedding.pl/blog/post/czy-w-zaproszeniu-m(...)	117561
5	sklepslubny.love	sklepslubny.love/smartblog/	14848	107240	13.85%	70	6	8.57%	47.14	407	1047	sklepslubny.love/smartblog/139/Fryzury-%C5%9Blu(...)	2729
6	planujemywesele.pl	planujemywesele.pl/blog	11304	72007	15.70%	177	19	10.73%	156.58	426	1322	planujemywesele.pl/blog/przysiega-malzenska-slo(...)	2023
7	mowieoslubie.pl	mowieoslubie.pl/blog/	11102	12921	85.92%	69	4	5.80%	62.15	463	1033	mowieoslubie.pl/blog/ile-kosztuje-konsultant-sl(...)	2166
8	auronia.pl	auronia.pl/poradnik	7214	12664	56.96%	11	0	0.00%	15.25	127	325	auronia.pl/poradnik/grawer-na-obraczkach	4134
9	royaldekor.pl	royaldekor.pl/blog-slubny	6855	22432	30.56%	75	7	9.33%	109.41	192	603	royaldekor.pl/blog-slubny/porady/piekny-wiersz-...	1856
10	elizabethpassion.com	elizabethpassion.com/aktualnosci	4004	7067	56.66%	8	0	0.00%	19.98	12	101	elizabethpassion.com/aktualnosci/milosne-sploty	3948
11	damacouture.pl	damacouture.pl/blogs/	3596	41406	8.68%	45	2	4.44%	125.15	129	403	damacouture.pl/blogs/journal/slub-koscielny-wsz(...)	516
12	gdziewesele.pl	gdziewesele.pl/blog	1026	70193	1.46%	82	10	12.20%	799.39	45	187	gdziewesele.pl/blog/ranking-najwiekszych-wpadek(...)	266



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



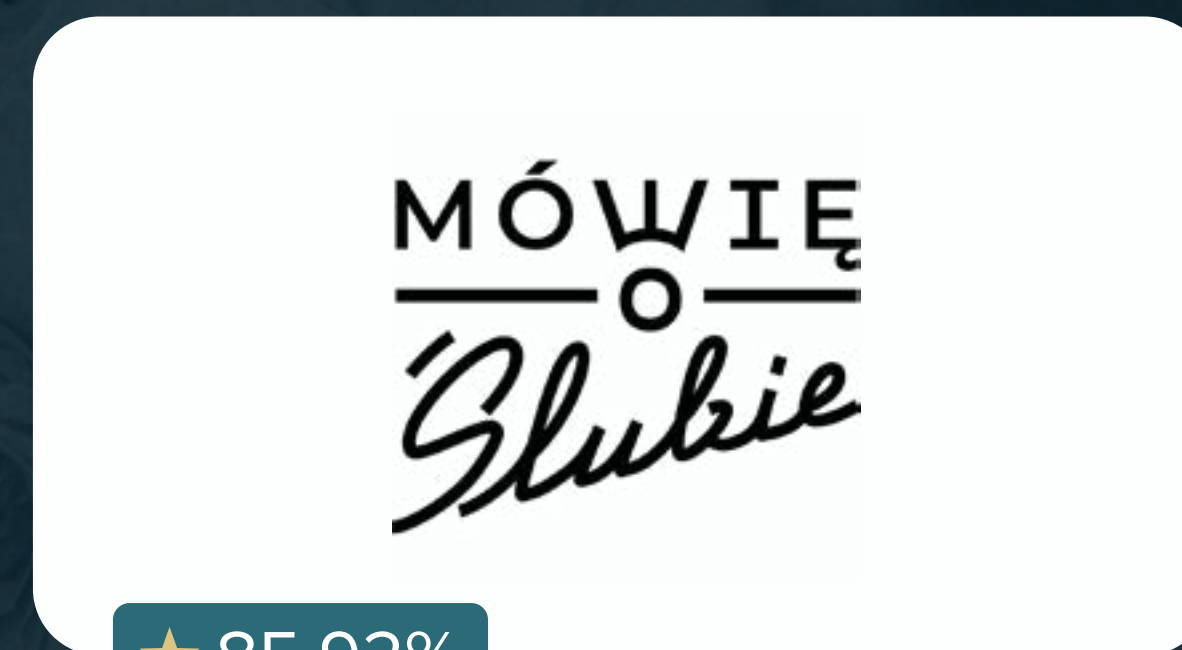
★ 1 378

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



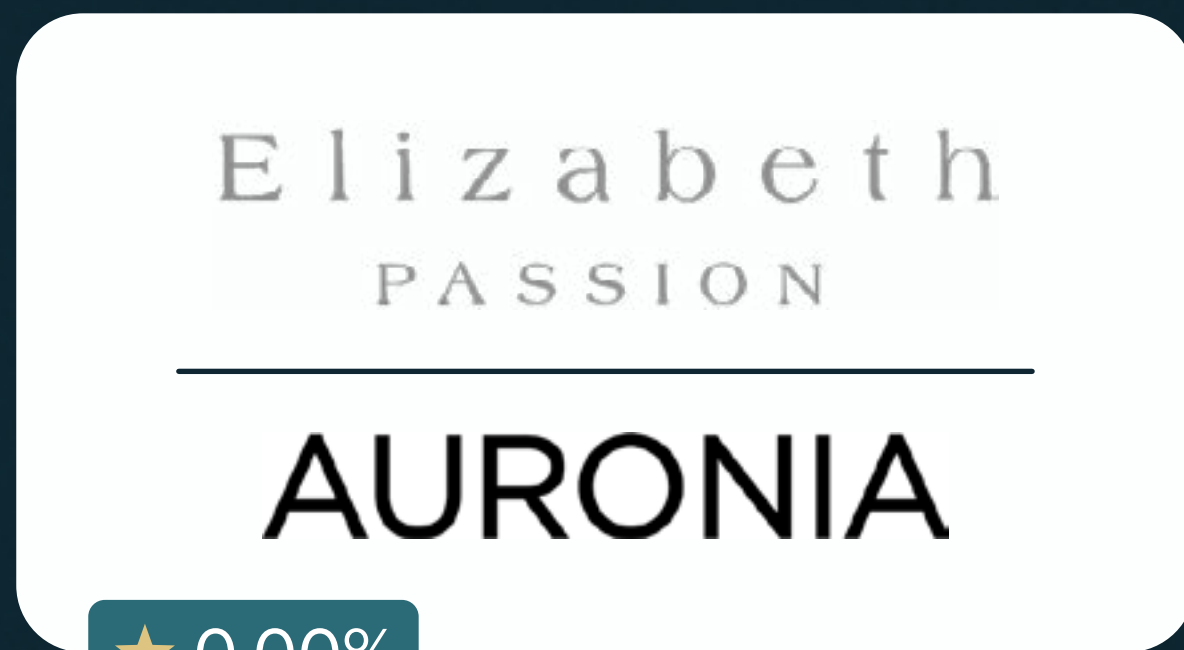
★ 5 688

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 85,92%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



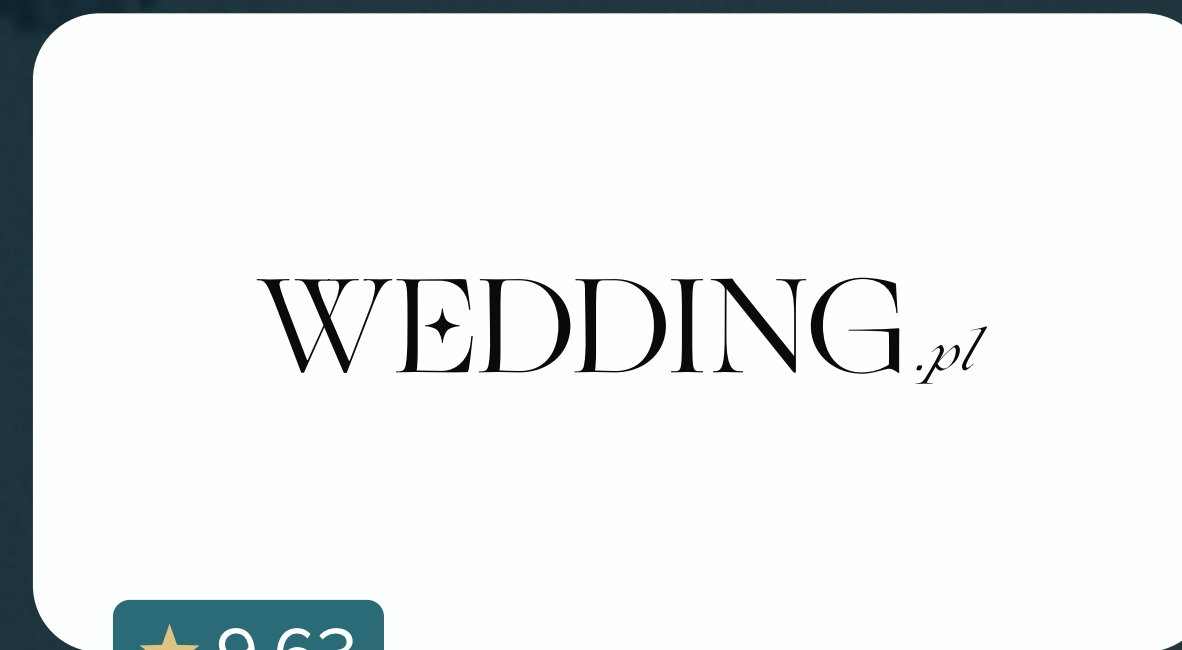
★ 0,00%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 117 561

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 9,63

Czym jest sezonowość sprzedaży w branży e-commerce?

Produktów sprzedających się równomiernie przez cały rok nie ma wbrew pozorom zbyt wielu. Sezonowość sprzedaży w mniejszym lub większym stopniu dotyka niemal każdego właściciela sklepu internetowego. Wahania w zainteresowaniu poszczególnymi towarami i ich grupami oparte są o święta nieruchome, jak np. Boże Narodzenie, Dzień Dziecka oraz zmiany pogodowe. **Daje to możliwość przygotowania e-sklepu na pik sprzedażowy i maksymalizację zysków.**

Odpowiednio wczesne pozycjonowanie wybranego asortymentu pozwala wyprzedzić konkurencję już na starcie. Wysokie pozycje w wyszukiwarkach sprawiają, że znacząca część kupujących trafi do sklepu bez dodatkowego wysiłku. Do pozostałych dotrze reklama w Google, Bing i innych kanałach.

Pozostaje jedynie kwestia tego, kiedy w budżetach reklamowych uwzględnić większe zainteresowanie produktami. Tutaj z pomocą przychodzi bezpłatne narzędzie **Google Trends**, które daje dostęp do danych obrazujących popularność poszczególnych wyszukiwań na przestrzeni miesięcy i lat. Podejmowane decyzje warto oprzeć nie tylko o popularność nazw produktu, ale też całe grupy asortymentowe.

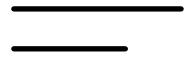
Sezonowość sprzedaży sprawia, że zyski z handlu danym asortymentem nie rozkładają się równomiernie przez cały rok, a są skumulowane w relatywnie krótkim okresie. Dlatego tak ważne jest to, by nie zaspać z działaniami sprzedażowymi.



Kinga Tobała

Senior Marketing
Specialist w **Sky-Shop**





Branża

Wyroby tytoniowe i konopne

28





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Wyroby tytoniowe i konopne



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

5 879



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

51



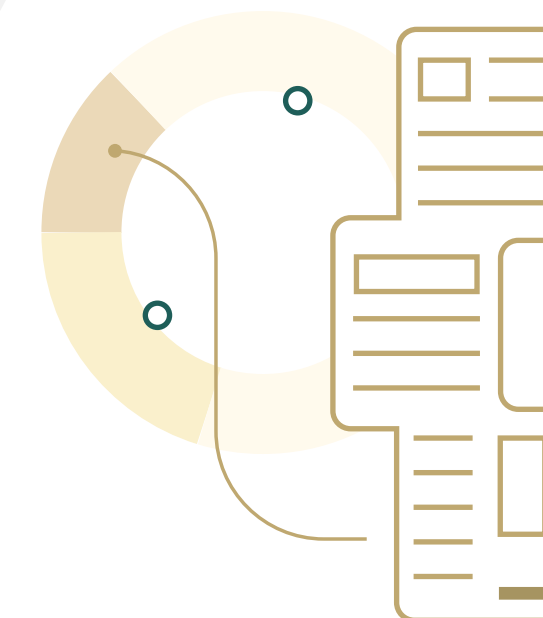
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

36,66%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

7,51%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

116



WYROBY TYTONIOWE I KONOPNE

Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google	Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
1 vaporshop.pl	vaporshop.pl/pl/blog	23682	94626	25.03%	134	5	3.73%	56.58	361	782	vaporshop.pl/pl/blog/ciekawostki-informacje-new(...)	3720
2 jarajto.pl	jarajto.pl/pl/blog	9264	20721	44.71%	100	5	5.00%	107.95	218	520	jarajto.pl/pl/blog/Walic-wiadro-czy-byc-czlowie(...)	2023
3 pl.iqos.com	pl.iqos.com/pl/aktualnosci	6293	25252	24.92%	25	2	8.00%	39.73	69	127	pl.iqos.com/pl/aktualnosci/wlady-tytoniowe-fiit(...)	4536
4 biokonopia.pl	biokonopia.pl/blog	5932	9891	59.97%	41	1	2.44%	69.11	216	419	biokonopia.pl/blog/post/2-wlasciwosci-terapeuty(...)	1045
5 holenderskiskun.pl	holenderskiskun.pl/blog	5722	12212	46.85%	69	4	5.80%	120.60	130	384	holenderskiskun.pl/blog/moon-rock-czym-jest-i-j(...)	1416
6 e-liq.pl	e-liq.pl/blog	4264	98740	4.32%	21	2	9.52%	49.25	96	193	e-liq.pl/blog/ranking-10-najlepszych-liquidow-d(...)	564
7 nordicoil.pl	nordicoil.pl/blogs	5998	6178	97.09%	113	14	12.39%	188.40	115	358	nordicoil.pl/blogs/cbd/konopie-i-5-ziol-ktore-m(...)	591
8 kanaste.pl	kanaste.pl/blog/	2750	3257	84.45%	28	1	3.57%	101.80	73	183	kanaste.pl/blog/chandra-co-to-jest-i-jak-z-nia(...)	870
9 e-papierosy.pl	e-papierosy.pl/pl/news/	1906	52489	3.63%	6	1	16.67%	31.48	54	107	e-papierosy.pl/pl/news/item/przewodnik-po-liqui(...)	818
10 konopiafarmacja.pl	konopiafarmacja.pl/blog/	1773	4573	38.77%	35	6	17.14%	197.44	53	174	konopiafarmacja.pl/blog/przywry-co-to-jest-i-dl(...)	1122
11 bletki.com	bletki.com/pl/blog	1488	34190	4.35%	17	1	5.88%	114.28	65	116	bletki.com/pl/blog/Jointy%2C-blanty-i-splify-co(...)	557
12 jamaicanshop.pl	jamaicanshop.pl/blog/	1477	25125	5.88%	18	0	0.00%	121.90	43	93	jamaicanshop.pl/blog/post/12_na-ile-starcza-e-p(...)	635



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



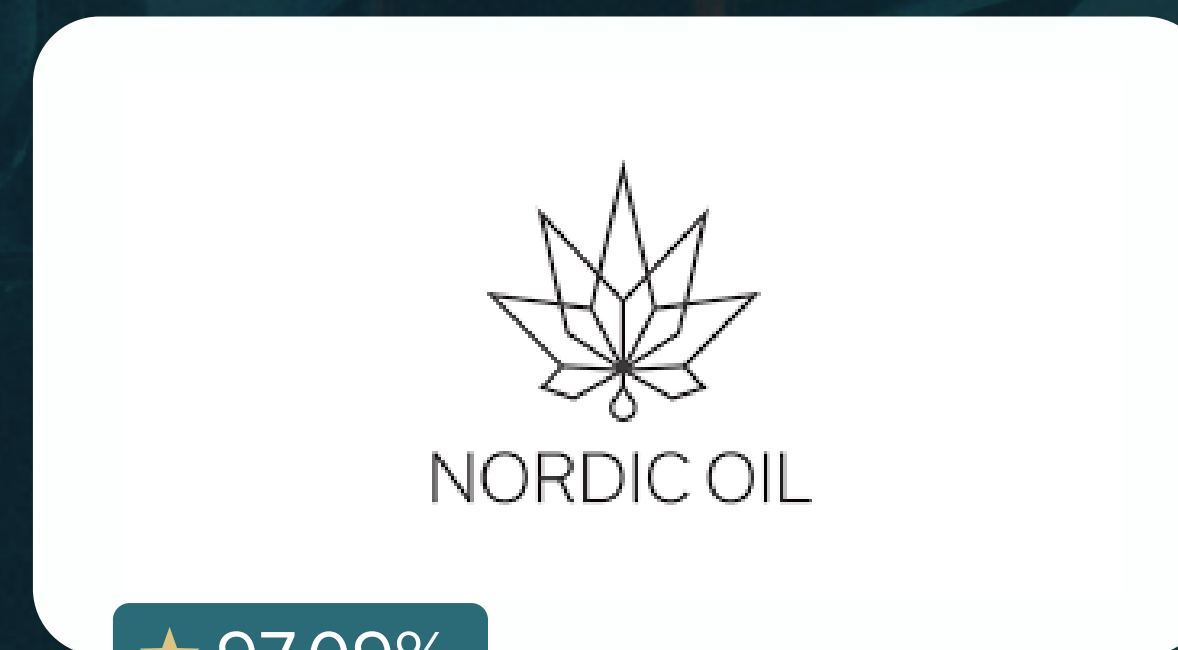
★ 134

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 361

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 97.09%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



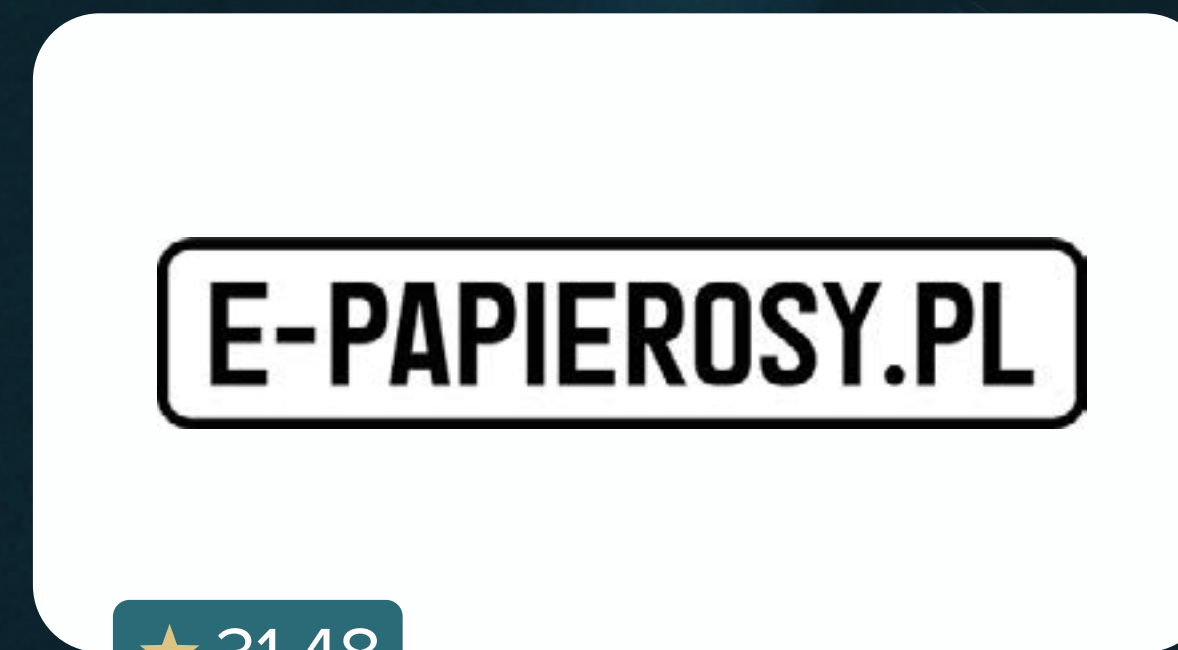
★ 0,00%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 4 536

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 31,48

Jak zaprojektować skuteczny zespół content marketingowy w e-commerce?

Zarządzanie zespołem content marketingowym w e-commerce to kluczowy element planu marketingowego sklepów internetowych. Warto zatem zrozumieć, jak skonstruować skuteczny zespół na bazie strategii marketingowej oraz kiedy warto rozważyć współpracę z agencją contentową.

Zespół contentowy w e-commerce obejmuje różnorodne role i kompetencje. Dyrektor e-commerce lub marketingu jest strategiem, który opracowuje strategię i miejsce contentu w lejkach. Content manager lub marketing manager koordynuje proces tworzenia treści, a copywriterzy zajmują się tworzeniem tekstów. Specjaliści SEO dbają o optymalizację treści pod kątem wyszukiwarek, a graficy tworzą elementy wizualne. Specjaliści ds. Social Media odpowiadają za obecność firmy na platformach społecznościowych. Manager scalający zespół ustala plany, kontroluje i optymalizuje procesy oraz analizuje ich efektywność, odpowiada za codzienną realizację. Kluczowy jest więc solidny manager, który zarządza egzekucją zarówno przez wewnętrznych specjalistów, jak i wykorzystuje zewnętrzne wsparcie.

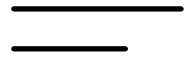
Decyzja o budowie wewnętrznego zespołu lub współpracy z agencją zależy od potrzeb i zasobów firmy. Współpraca z agencją jest efektywna w przypadku posiadania po stronie firmy menedżera marketingu, chęci szybkiego dostępu do specjalistycznych kompetencji oraz uniknięcia kosztów zatrudnienia stałych pracowników. Specjalizacja zewnętrznych ekspertów oraz ich kreatywne podejście mogą przynieść wartość dodaną. Automatyzacja procesów i kreatywne podejście agencji wspierają rozwój kompetencji marketingowych i ambitne cele sprzedażowe.



Paweł Szymoniak

CEO w *Strategic Mind*,
eCommerce Growth
Consultant

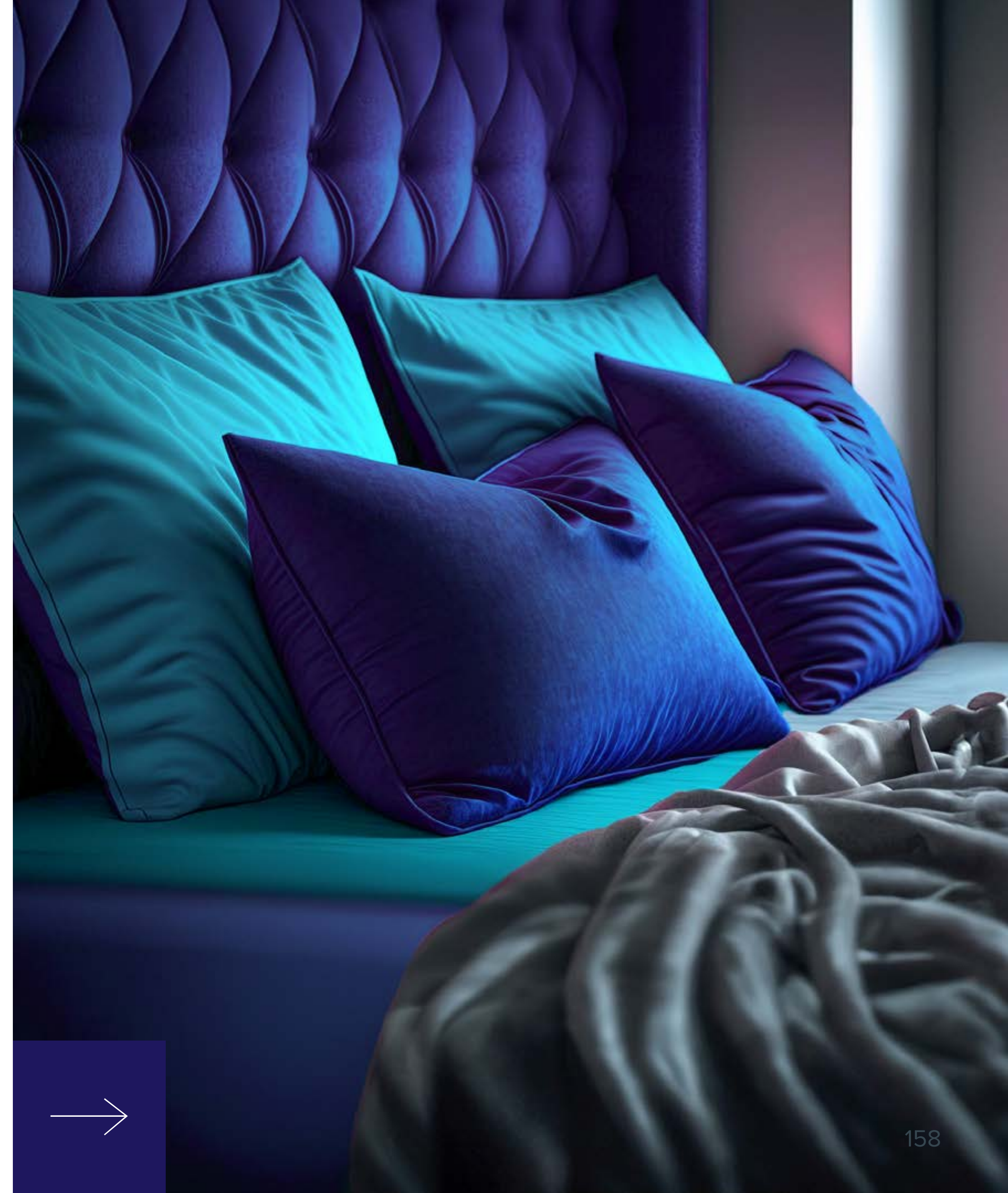




Branża

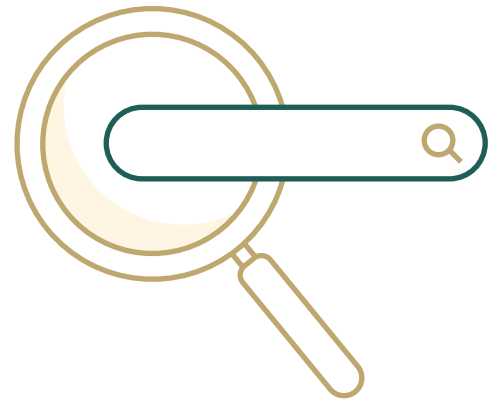
Wystój wnętrz i dekoracje

29





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Wystój wnętrz i dekoracje



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

28 320



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

245



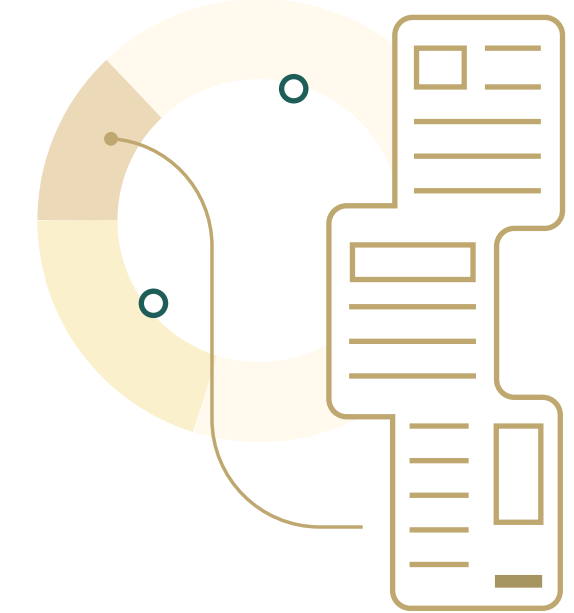
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

27,76%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

6,97%



Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

116



WYSTRÓJ WNĘTRZ I DEKORACJE

Rank	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Wykres liniowy: Ruch organiczny bloga, Ruch organiczny całkowity, Udział bloga w całości ruchu organicznego, Liczba artykułów zindeksowanych w Google, Liczba artykułów bez ruchu organicznego, Odeśtek artykułów bez ruchu organicznego, Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. frazy bloga w TOP3 Google, Frazy bloga w TOP10 Google											Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
			Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odeśtek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google					
1	komfort.pl	komfort.pl/blog/	86444	642117	13.46%	471	15	3.18%	54.49	3636	7578	komfort.pl/blog/ile-kosztuje-montaz-drzwi-cenni(...)	5090		
2	eurofirany.com.pl	eurofirany.com.pl/blog/	65868	478069	13.78%	560	27	4.82%	85.02	2981	6638	eurofirany.com.pl/blog/jak-usunac-plamy-z-krwi-(...)	3227		
3	ardant.pl	ardant.pl/blog/ ardant.pl/trendy/	57322	105547	54.31%	171	4	2.34%	29.83	2145	4481	ardant.pl/blog/wylacznik-schodowy-schemat-insta(...)	11733		
4	domni.pl	domni.pl/magazyn/ domni.pl/aktualnosci/	55099	113557	48.52%	439	34	7.74%	79.67	1519	4879	domni.pl/magazyn/pomysly-na-aranzacje-malej-kuc(...)	3011		
5	smd-led.pl	smd-led.pl/blog/ smd-led.pl/inspiracje/	43912	64616	67.96%	260	9	3.46%	59.21	2052	4443	smd-led.pl/blog/jak-odczytywac-licznik-pradu/	9060		
6	viverto.pl	viverto.pl/blog/	37823	92167	41.04%	143	5	3.50%	37.81	1535	3153	viverto.pl/blog/ile-kosztuje-ocieplenie-domu-w-(...)	10940		
7	klink.pl	klink.pl/blog/	33613	94522	35.56%	254	22	8.66%	75.57	1268	3227	klink.pl/blog/konglomerat-wady-zalety-opinie.html	5140		
8	blu.com.pl	blu.com.pl/blog/	33430	63435	52.70%	782	91	11.64%	233.92	1193	3667	blu.com.pl/blog/post/aranzacja-malej-lazienki-z(...)	1306		
9	fabrykaform.pl	fabrykaform.pl/magazyn/ fabrykaform.pl/inspiracje/	25483	175598	14.51%	230	22	9.57%	90.26	904	2477	fabrykaform.pl/magazyn/jak-usmazyc-stek-poradni(...)	2007		
10	emako.pl	emako.pl/blogs/	18765	110375	17.00%	193	19	9.84%	102.85	420	1164	emako.pl/blogs/news/jak-zlozyc-serwetki-4-sposo(...)	7870		
11	maxfliz.pl	maxfliz.pl/blog/	18281	127151	14.38%	355	12	3.38%	194.19	276	728	maxfliz.pl/blog/styl-japandi-czym-jest-jak-urza(...)	2862		
12	homla.com.pl	homla.com.pl/blog/	15020	618932	2.43%	81	7	8.64%	53.93	310	903	homla.com.pl/blog/inspiracje/zrob-to-sam-a-5-na(...)	7377		
13	domondo.pl	domondo.pl/poradniki/	11940	123154	9.70%	77	1	1.30%	64.49	424	873	domondo.pl/poradniki/markiza-na-balkonie-w-blok(...)	2315		
14	eptytki.pl	eptytki.pl/blog/	11836	51331	23.06%	33	6	18.18%	27.88	106	198	eptytki.pl/blog/showroomy-nowy-pomysl-na-twoje-(...)	9652		
15	dekoriam.pl	dekoriam.pl/blog/	11509	119877	9.60%	277	28	10.11%	240.68	535	1487	dekoriam.pl/blog/pomysl-na-pusta-sciane-w-saloni(...)	1275		
16	familyrollo.pl	familyrollo.pl/blog	10859	23238	46.73%	148	5	3.38%	136.29	573	1393	familyrollo.pl/blog/zaslony-rzymskie-odmienia-t(...)	1688		
17	artdecor24.pl	artdecor24.pl/blog/	9083	20791	43.69%	86	3	3.49%	94.68	153	467	artdecor24.pl/blog/sztuka-baroku-charakterystyk(...)	1189		
18	alena-firany.pl	alena-firany.pl/blog	7241	202729	3.57%	73	6	8.22%	100.81	290	648	alena-firany.pl/blog/jak-prac-i-wybielac-firany	3745		
19	milohome.pl	milohome.pl/blog	6899	34958	19.74%	113	7	6.19%	163.78	128	507	milohome.pl/blog/jak-ubrac-choinke-nowoczesnie(...)	1653		
20	rolety24.net	rolety24.net/blog-o-roletach	5979	25555	23.40%	153	18	11.76%	255.88	368	908	rolety24.net/blog-o-roletach/skraplanie-wody-na(...)	915		



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



Jak reagować na negatywne opinie w e-commerce i jaki mają one wpływ na pozycjonowanie?

Negatywne opinie zdarzają się w każdym sklepie. To jednak nic złego! Jeżeli odpowiednio nimi zarządzamy, paradoksalnie, działają na naszą korzyść. Wystarczy pamiętać o kilku zasadach.

Przede wszystkim, każdy „negatyw” powinien posiadać **komentarz sprzedawcy**. Pozwala to łatwo kontrolować narrację i uzupełnić obraz przedstawiony przez opiniującego.

Receptę na idealną odpowiedź można opisać w 6 krokach:

- 1 Odpowiedz szybko.
- 2 Zachowaj profesjonalizm i pokaż chęć pomocy.
- 3 Nie wchodź w kłótnię i kontroluj narrację.
- 4 Okaż zrozumienie.
- 5 Zaproponuj dialog i wskaż sposób kontaktu.
- 6 Pokaż ludzką twarz. Pamiętaj, że odpowiada człowiek, nie firma.

Warto też przenieść rozmowę poza forum publiczne, na przykład rozpoczynając mediację w systemie TrustMate. Bardzo często całkowicie zmienia to dynamikę dialogu z autorem opinii i pozwala łatwiej wypracować kompromis.

Bardzo ważne jest też wyciąganie wniosków. Każda recenzja może być źródłem cennego feedbacku i inspiracją do zmian biznesu na lepsze.

Odpowiednie zarządzanie opiniami, nawet tymi niepochlebnyymi, pozwala na budowanie zaufania do marki, ponieważ stanowi dowód transparentności, uczciwości i troski o zadowolenie klientów.

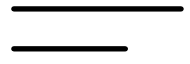
Co ważne, wielu konsumentów rozpoczyna przeglądanie ocen właśnie od tych negatywnych. Jeżeli posiadają one komentarz sprzedawcy, zatrzymują kupujących na stronie sklepu. Prowadzi to do **wydłużenia czasu trwania sesji**, a w efekcie pozytywnie wpływa na pozycjonowanie. To dowód na to, że #opiniemajamoc!



Dawid Cekiera

Content Manager
w TrustMate





Branża

Zakupy, ogłoszenia i marketplace

30





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Zakupy, ogłoszenia i marketplace



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

499 737



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

2 729



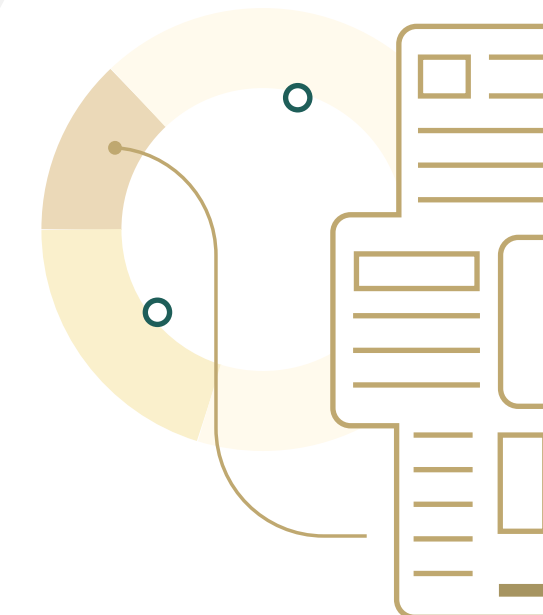
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

13,98%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

9,88%



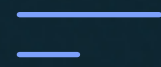
Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

183



ZAKUPY, OGŁOSZENIA I MARKETPLACE

Rank	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny bloga			Ruch organiczny całkowity			Udział bloga w całości ruchu organicznego			Liczba artykułów zindeksowanych w Google			Liczba artykułów bez ruchu organicznego			Odsetek artykułów bez ruchu organicznego			Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych			Frazy bloga w TOP3 Google			Frazy bloga w TOP10 Google			Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
			Wzrost	Strata	Udział	Wzrost	Strata	Udział	Wzrost	Strata	Udział	Wzrost	Strata	Udział	Wzrost	Strata	Udział	Wzrost	Strata	Udział	Wzrost	Strata	Udział	Wzrost	Strata	Udział					
1	morele.net	morele.net/wiadomosc/ scroll.morele.net home.morele.net	4385773	5184574	84.59%	8878	811	9.13%	20.24	120472	310017	scroll.morele.net/technologia/librus-co-to-jest/	33219																		
2	allegro.pl	allegro.pl/premiery/ allegro.pl/artykuly/ allegro.pl/inspiracje/	746142	144286931	0.52%	11174	1256	11.24%	149.76	24678	61204	allegro.pl/artykul/wyberamy-10-trafionych-prez(...)	28913																		
3	empik.com	empik.com/pasje/	578374	11677348	4.95%	3186	298	9.35%	55.09	9319	29218	empik.com/pasje/rodzina-monet-wszystko-co-musis(...)	30589																		
4	lidl.pl	lidl.pl/c/	420727	3512514	11.98%	427	21	4.92%	10.15	3387	7053	lidl.pl/c/styl-boho-czym-sie-charakteryzuje-por(...)	9233																		
5	carrefour.pl	carrefour.pl/inspiracje/	329141	1448772	22.72%	326	13	3.99%	9.90	2872	6420	carrefour.pl/inspiracje/inspiracje-zakupowe/nie(...)	65325																		
6	ceneo.pl	ceneo.pl/poradniki/%tytuł-wpisu% info.ceneo.pl/blog magazyn.ceneo.pl/ biznes.ceneo.pl/blog ekspert.ceneo.pl/	283320	21448074	1.32%	7231	585	8.09%	255.22	7211	24673	ekspert.ceneo.pl/gry-po-polsku	6722																		
7	skapiec.pl	skapiec.pl/radzi/	174441	855077	20.40%	657	27	4.11%	37.66	5740	18167	skapiec.pl/radzi/poradniki/prezent-na-parapetow(...)	10903																		
8	auchan.pl	auchan.pl/pl/blog	138959	774603	17.94%	967	86	8.89%	69.59	2144	6962	auchan.pl/pl/blog/kulinaria/topinambur-co-to-jest	5647																		
9	olx.pl	blog.olx.pl/ zawodowo.olx.pl/ biznes.olx.pl/blog/	20495	24916	82.25%	61	1	1.64%	29.76	313	1110	zawodowo.olx.pl/kalkulator-wynagrodzen/23-brutt(...)	3848																		
10	oferteo.pl	oferteo.pl/porady	125187	1865280	6.71%	919	39	4.24%	73.41	4273	12221	oferteo.pl/artykuly/malowanie-scian-cena	7819																		
11	morizon.pl	morizon.pl/blog/	112264	465190	24.13%	3421	1222	35.72%	304.73	1523	4271	morizon.pl/blog/robaki-w-domu-jak-wykryc-i-jak(...)	6305																		
12	fixly.pl	fixly.pl/blog/	28423	283414	10.03%	498	22	4.42%	175.21	945	2779	fixly.pl/blog/pozostale/jak-zrobic-dynie-na-hal(...)	3635																		
13	gratka.pl	gratka.pl/blog/	20393	1010612	2.02%	711	120	16.88%	348.65	942	3770	gratka.pl/blog/dom-ogrod/gumtree-konczy-dzialal(...)	3058																		
14	sprzedajemy.pl	sprzedajemy.pl/poradnik/	13142	2999108	0.44%	479	69	14.41%	364.48	571	2626	sprzedajemy.pl/poradnik/styl-grunge-co-to-jest(...)	1938																		
15	groupon.pl	groupon.pl/artykuly/	13029	935637	1.39%	68	5	7.35%	52.19	174	355	groupon.pl/artykuly/11-rodzajow-masazu-kompletn(...)	5174																		



Największa liczba zindeksowanych artykułów

allegro

★ 11 174

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej

morele

★ 120 472

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego

morele

★ 84,59%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym

Carrefour

★ 3,99%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie)

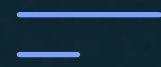
Carrefour

★ 65 325

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon

Carrefour

★ 9,90



Sekcje contentowe Morele mają za zadanie zbierać ruch użytkowników na różnym etapie ścieżki zakupowej. To dlatego poruszane zagadnienia obejmują tak szerokie spektrum tematów.

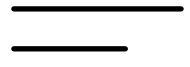
Blog Scroll dotyczy przede wszystkim technologii, a Home – jak sama nazwa wskazuje – domu oraz ogrodu. Artykuły z tych kategorii tematycznych cieszą się bardzo dużym zainteresowaniem użytkowników, a jednocześnie teksty często nawiązują do asortymentu dostępnego na Morele.net, gdzie sprzęt elektroniczny oraz z kategorii dom i ogród stanowią większość wszystkich dostępnych produktów.

Nasze sekcje contentowe realizują kilka celów. To nie tylko źródło ruchu organicznego, ale także budowanie rozpoznawalności i świadomości wśród odbiorców. Już od kilku lat nie jesteśmy standardowym sklepem internetowym, ale serwisem marketplace, gdzie dostępne są produkty z wielu zróżnicowanych kategorii.

Albert Tomasiak

Head of Growth Marketing w morele.net

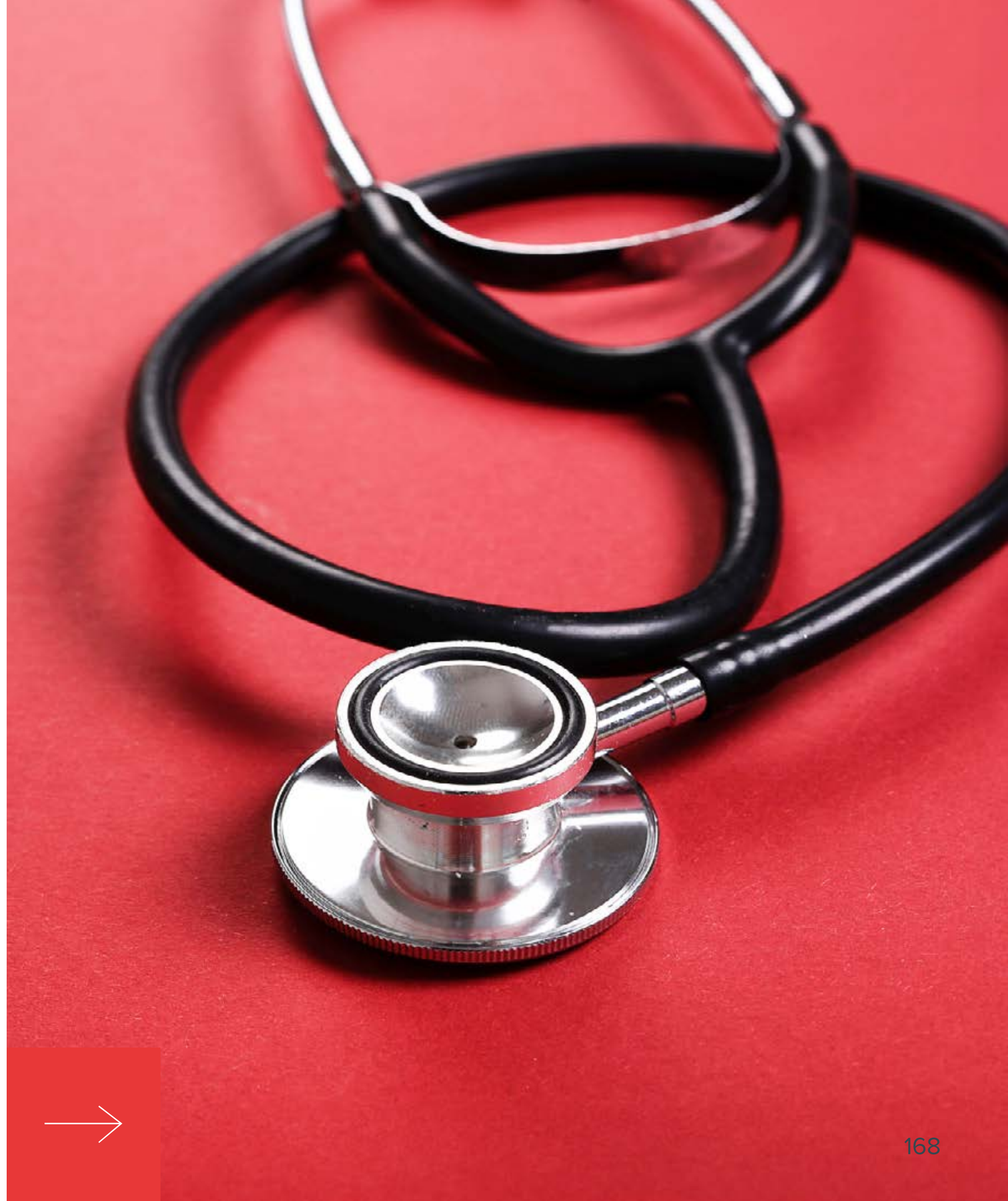




Branża

Zdrowie

31





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży:

Zdrowie



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

1 715 007



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

1 100



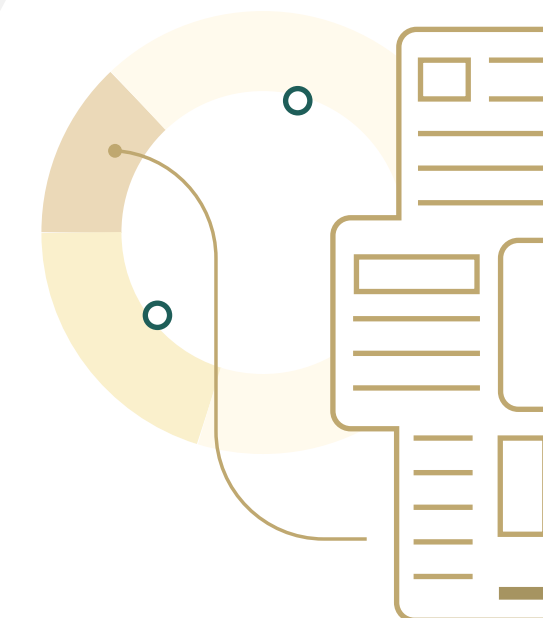
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

58,6%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

2,9%



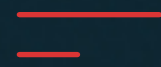
Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

1 559



ZDROWIE

Ranking	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny										Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
			Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych	Liczba artykułów w Google	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google			
1	doz.pl	doz.pl/czytelnia/	7436673	17566329	42.33%	4373	68	1.55%	5.88	111816	223217	doz.pl/czytelnia/a12919-Szkarlatyna_plonica__pr(...)	237487	
2	wapteka.pl	wapteka.pl/blog/	5243936	5690570	92.15%	1270	11	0.87%	2.42	53706	109944	wapteka.pl/blog/artykul/dieta-ketogeniczna-keto(...)	72731	
3	gemini.pl	gemini.pl/poradnik/	4154501	6166399	67.37%	4011	527	13.14%	9.65	62721	149498	gemini.pl/poradnik/artykul/jakie-objawy-(...)	42796	
4	aptekaolmed.pl	aptekaolmed.pl/blog/	2490313	3290015	75.69%	597	5	0.84%	2.40	19841	51694	aptekaolmed.pl/blog/artykul/norma-cukru-we-krwi(...)	57045	
5	cefarm24.pl	cefarm24.pl/czytelnia/	2015214	2691849	74.86%	793	21	2.65%	3.94	27624	61461	cefarm24.pl/czytelnia/porady-okolozdrowotne/jak(...)	57188	
6	apteka-melissa.pl	apteka-melissa.pl/blog/	1884230	4005940	47.04%	1188	21	1.77%	6.30	19571	48055	apteka-melissa.pl/blog/artykul/grzybica-paznokc(...)	41624	
7	allecco.pl	allecco.pl/artykuly.htmlallecco.pl/czytelnia/	1846676	4256581	43.38%	459	6	1.31%	2.49	17680	43643	allecco.pl/artykuly/ashwagandha-czym-jest-i-jak(...)	77232	
8	drmax.pl	drmax.pl/blog-porady/stowarzyszenie.drmax.pl	1617054	2261690	71.50%	2487	53	2.13%	15.38	43818	113537	drmax.pl/blog-porady/5-sposobow-jak-zbic-goracz(...)	17917	
9	e-zikoapteka.pl	e-zikoapteka.pl/artykuly/	1459966	3274595	44.58%	575	16	2.78%	3.94	14998	34259	e-zikoapteka.pl/artykuly/na-czym-polega-dieta-k(...)	63917	
10	nowafarmacja.pl	nowafarmacja.pl/blog/	1360735	2075339	65.57%	858	18	2.10%	6.31	20634	45721	nowafarmacja.pl/blog/swierzb-przyczyny-wyglad-o(...)	25450	
11	apteline.pl	apteline.pl/artykuly/	1179750	2652216	44.48%	1687	46	2.73%	14.30	23368	62285	apteline.pl/artykuly/prawidlowy-puls-za-niski-p(...)	42944	
12	aptelia.pl	aptelia.pl/czytelnia/	1071462	1122011	95.49%	822	10	1.22%	7.67	18292	48908	aptelia.pl/czytelnia/a38-Czym_grozi_torbiel_na_...	19869	
13	izielnik.pl	izielnik.pl/blog/	547129	605531	90.36%	605	11	1.82%	11.06	11134	22049	izielnik.pl/blog/krwawnik-pospolity-jakie-ma-wl(...)	22478	
14	aptekarsa.pl	aptekarsa.pl/blog/	493196	1031002	47.84%	270	6	2.22%	5.47	5827	16097	aptekarsa.pl/blog/article/301-dlaczego-warto-p(...)	19279	
15	e-medest.pl	e-medest.pl/artykuly/	415394	1060366	39.17%	152	1	0.66%	3.66	4811	13799	e-medest.pl/artykuly/wirus-rsv-objawy-i-przyczy(...)	32925	
16	apteka.superpharm.pl	apteka.superpharm.pl/poradnik/	306295	442272	69.25%	253	2	0.79%	8.26	3834	10625	apteka.superpharm.pl/poradnik/zapalenie-spojowe(...)	28051	
17	aptekazawiszy.pl	aptekazawiszy.pl/artykuly/	275266	800269	34.40%	344	19	5.52%	12.5	5180	14475	aptekazawiszy.pl/artykuly/15-najlepszych-domowy(...)	17700	
18	swiatleku.pl	swiatleku.pl/artykuly.html	239777	1141558	21.00%	340	11	3.24%	14.18	4092	12023	swiatleku.pl/artykuly/15-korzysci-zdrowotnych-z(...)	12895	
19	apo-discounter.pl	apo-discounter.pl/blog/	144884	240064	60.35%	654	32	4.89%	45.14	3828	12038	apo-discounter.pl/blog/zdrowie/masc-majerankowa(...)	3721	
20	aptekapuls.pl	aptekapuls.pl/porady	117687	255553	46.05%	263	13	4.94%	22.35	2677	6865	aptekapuls.pl/blogs/290_najlepsze-tabletki-na-p(...)	15230	



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



★ 4 373

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



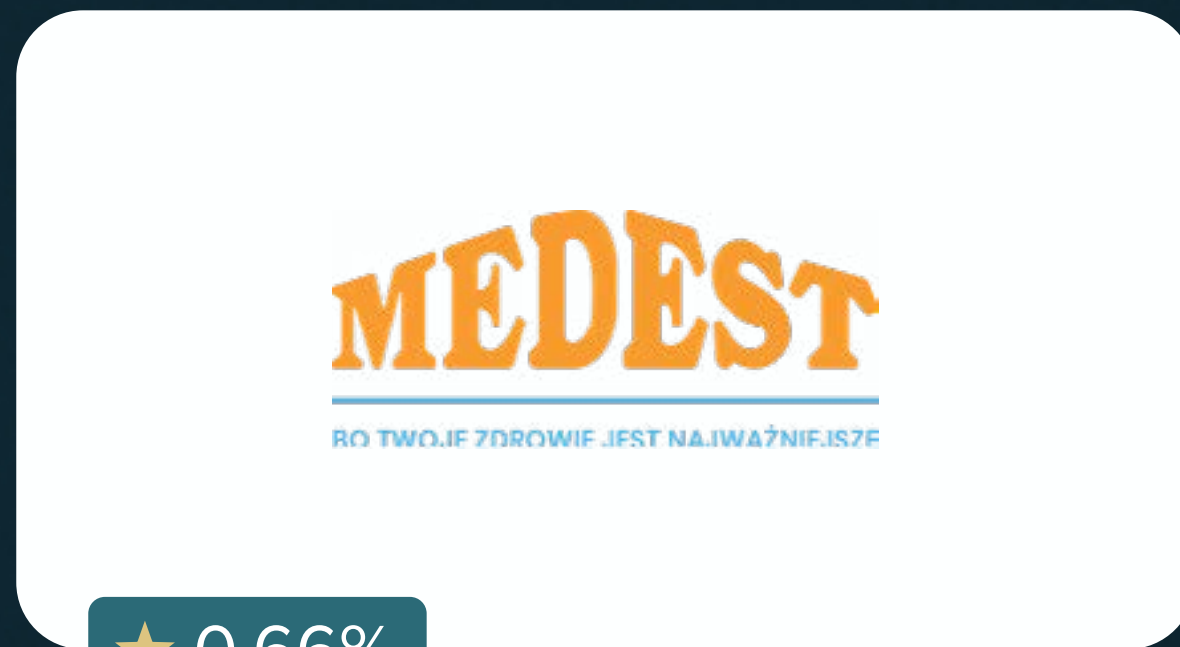
★ 111 816

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 95,49%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



★ 0,66%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★

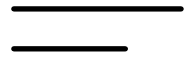


★ 237 487

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 2,42



Branża

Zwierzęta

32





Statystyki blogów w sklepach internetowych z branży: Zwierzęta



Przeciętny ruch organiczny sekcji contentowych

445 701



Średnia liczba zindeksowanych artykułów

510



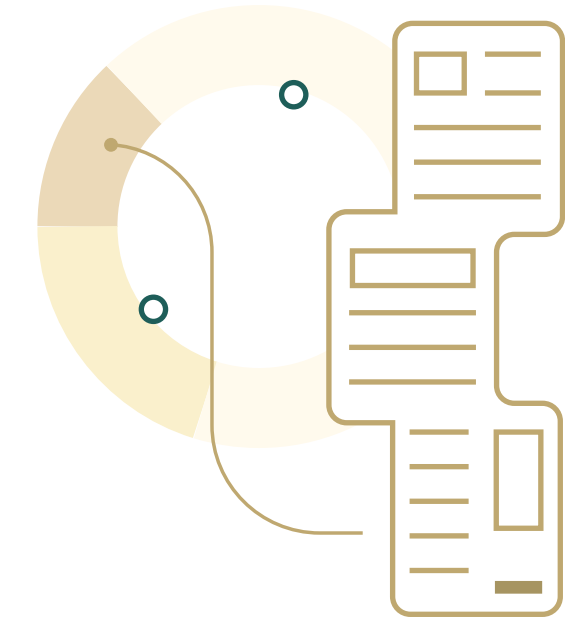
Przeciętny udział contentu w całości ruchu organicznego

77,38%



Przeciętny udział artykułów bez ruchu organicznego w sekcjach contentowych

3,49%



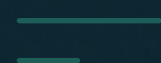
Przeciętny ruch organiczny pojedynczego artykułu

873



ZWIERZĘTA

Rank	Serwis e-commerce	Sekcja contentowa	Ruch organiczny										Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym	Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu
			Ruch organiczny bloga	Ruch organiczny całkowity	Udział bloga w całości ruchu organicznego	Liczba artykułów zindeksowanych w Google	Liczba artykułów bez ruchu organicznego	Odsetek artykułów bez ruchu organicznego	Średnia liczba artykułów potrzebnych do zdobycia 10 tys. odsłon organicznych	Frazy bloga w TOP3 Google	Frazy bloga w TOP10 Google			
1	zooart.com.pl	zooart.com.pl/blog/	1407000	1591221	88.42%	1076	13	1.21%	7.65	15906	32822	zooart.com.pl/blog/cavalier-king-charles-spanie(...)	80993	
2	fera.pl	fera.pl/blog.html	1324513	2246076	58.97%	872	27	3.10%	6.58	5766	12103	fera.pl/chomik-w-jaki-sposob-opiekowac-sie-chom(...)	108243	
3	zooplus.pl	zooplus.pl/magazyn/	1163878	1982620	58.70%	1227	21	1.71%	10.54	9430	23308	zooplus.pl/magazyn/psy/rasy-psow/bulldog-francuski	45853	
4	johndog.pl	johndog.pl/blog/	542585	628704	86.30%	582	16	2.75%	10.73	6602	15846	johndog.pl/blog/rasy/golden-retriever/	58308	
5	tuzwierzaki.pl	tuzwierzaki.pl/pl/blog/	501595	541425	92.64%	138	3	2.17%	2.75	1442	4701	tuzwierzaki.pl/pl/blog/bernenski-pies-pasterski(...)	45052	
6	maxizoo.pl	maxizoo.pl/magazyn/	391448	580053	67.48%	784	29	3.70%	20.03	2476	8665	maxizoo.pl/magazyn/pies/rasy/male-psy/	30726	
7	hubun.pl	hubun.pl/blog/	244798	252165	97.08%	138	3	2.17%	5.64	1574	4495	hubun.pl/blog/cocker-spaniel-angielski-n57	39411	
8	apetete.pl	apetete.pl/blog/	227998	248022	91.93%	994	35	3.52%	43.60	6657	16560	apetete.pl/blog/cavapoo-wszystko-co-musisz-wied(...)	11138	
9	josera.pl	josera.pl/poradnik/	214153	234464	91.34%	175	1	0.57%	8.17	3530	8464	josera.pl/poradnik/wiedza-o-psach/cocker-spanie(...)	21367	
10	rikoland.pl	rikoland.pl/pl/blog/	189457	195143	97.09%	279	12	4.30%	14.73	2487	6841	rikoland.pl/pl/blog/jak-wybrac-imie-dla-kota-ma(...)	24757	
11	telekarma.pl	telekarma.pl/aktualnosci/	182882	202338	90.38%	541	22	4.07%	29.58	3709	7739	telekarma.pl/n1499/kapibara.sprawdz.jaki.jest.n(...)	33019	
12	krakvet.pl	krakvet.pl/artykuly/	126892	196892	64.45%	545	40	7.34%	42.95	1810	7125	krakvet.pl/artykuly/szynszyla-najwazniejsze-inf(...)	7108	
13	plantica.pl	plantica.pl/blog/	63142	103540	60.98%	166	9	5.42%	26.29	1741	3439	plantica.pl/blog/artykul/przewodnik-po-gatunkac(...)	3728	
14	gadzisklep.pl	gadzisklep.pl/blog/	60580	86499	70.04%	26	2	7.69%	4.29	333	754	gadzisklep.pl/blog/gekony-lamparcie/gekon-lampa(...)	40205	
15	zoo24.pl	zoo24.pl/blog/	44596	99349	44.89%	114	3	2.63%	25.56	735	2336	zoo24.pl/blog/maltanczyk-n77	8387	



Największa liczba zindeksowanych artykułów ★



★ 1 227

Najwięcej fraz kluczowych w TOP3 sekcji contentowej ★



★ 15 906

Największy udział blogów w całości ruchu organicznego ★



★ 97,09%

Najmniejszy udział artykułów z zerowym ruchem organicznym ★



★ 0,57%

Artykuł generujący największy ruch organiczny (miesięcznie) ★



★ 108 243

Najmniejsza średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 tys. organicznych odsłon ★



★ 2,75



Blog jest dla nas bardzo często pierwszym kontaktem z klientami, a także miejscem, gdzie możemy szerzyć wiedzę o zwierzętach i propagować dobre praktyki w opiece nad nimi. Tym bardziej cieszą nas zwiększające się zasięgi, bo możemy pomóc jeszcze większej liczbie opiekunów i ich zwierzątkom.

W pracy nad blogiem stawiamy na teksty pełne rzetelnych informacji, ale z domieszką ciekawostek i newsów. Naszym celem jest tworzenie całkowicie własnych treści o wysokiej jakości, przydatności i przystępności, a efekt końcowy to połączenie wiedzy ze świata zwierząt, SEO oraz contentu. Tematy dobieramy pod kątem zmieniających się trendów i potrzeb czytelników oraz nowości pojawiających się w sklepie Fera.

Karolina Łuszczuk

SEO & Content specialist w [Fera.pl](https://ferapl.com)





Treść odgrywa kluczową rolę we wsparciu serwisów e-commerce. Nasz blog oferuje wartościowe porady dotyczące zwierząt, umożliwiając użytkownikom zadawanie pytań, na które odpowiadają nasi wykwalifikowani eksperci. To sprawia, że klient czuje się otoczony opieką, wiedząc, że po drugiej stronie są ludzie gotowi mu pomóc. Mamy również wyszukiwarkę weterynarzy, dzięki której nasi użytkownicy mogą łatwo znaleźć odpowiedniego specjalistę dla swojego pupila. Te wszystkie elementy powodują, że nasza strona jest kompleksowa – w jednym miejscu klient może zrobić zakupy, poszukać odpowiedzi na nurtujące go problemy i znaleźć odpowiedniego weterynarza dla swojego pupila.

Kładziemy duży nacisk na jakość treści na naszym blogu. Stawiając na SEO, nie tylko poprawiamy widoczność naszego sklepu w wynikach wyszukiwania, ale także przyciągamy większą liczbę odwiedzających. Atrakcyjne artykuły skłaniają odwiedzających do spędzenia więcej czasu na naszej stronie, co bezpośrednio przekłada się na wzrost konwersji. Interaktywność bloga, jak np. możliwość komentowania, pozwala nam na nawiązanie głębszych relacji z naszymi klientami i budowanie ich lojalności. Co więcej, umiejętne włączanie produktów do treści artykułów umożliwia płynne przejście klienta od czytania do zakupów, tworząc spójne doświadczenie użytkownika.

Eryk Jakubik

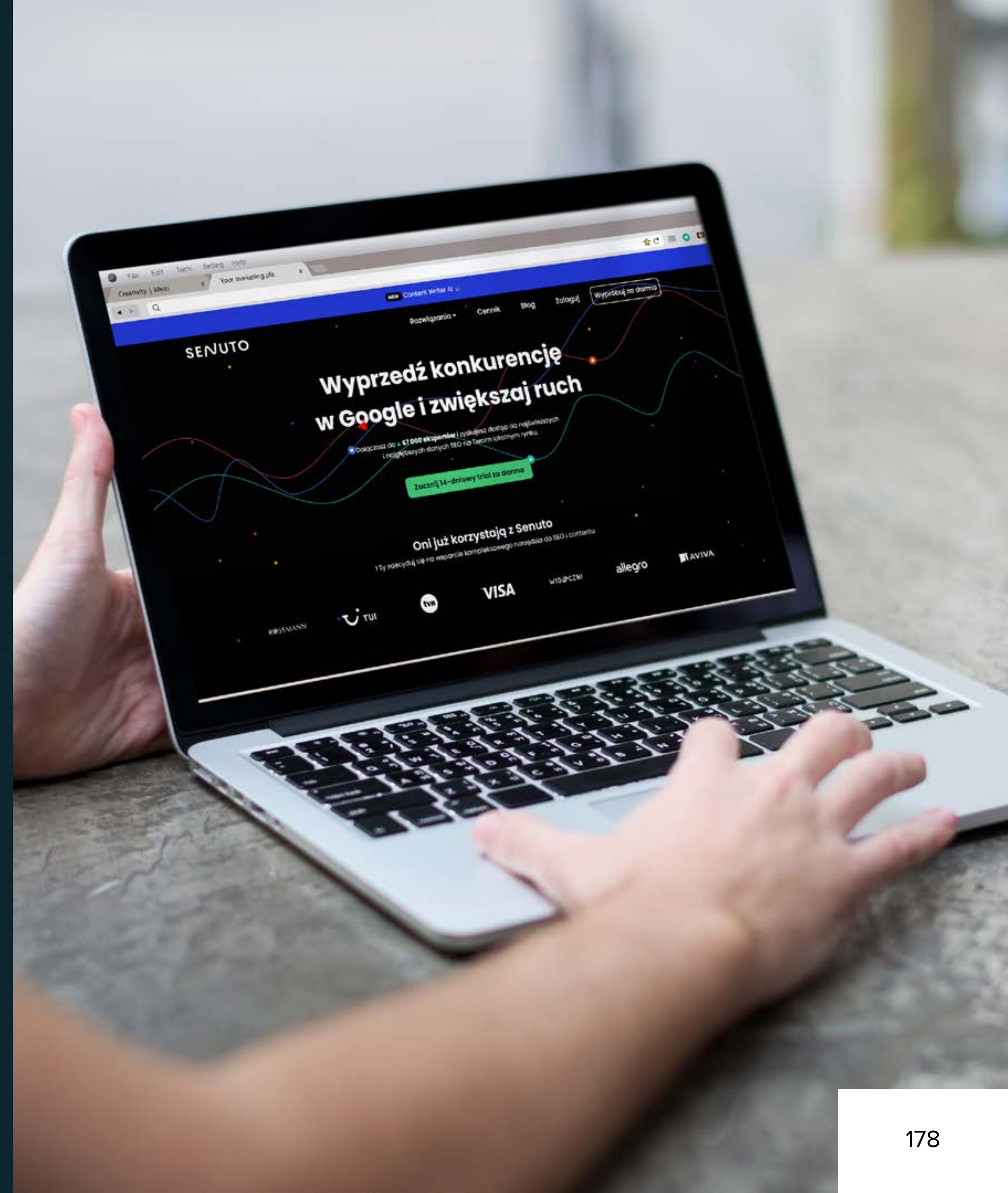
ZooArt





Metodologia badania

Dane eksportowano przy pomocy narzędzia Senuto. Odnoszą się do wyszukiwarki Google. Statystyki pochodzą z 01.03.2024 r. – dotyczą sekcji contentowych umieszczonych w serwisie: na domenie głównej i subdomenach.



Eksport i analityka danych

Warunek na sekcję contentową to obecność w strukturze adresu URL przynajmniej jednego identyfikatora z następującej listy:

%blog%	%magazyn%	%wpis%	%trendy%
%magazine%	%ideas%	%wpisy%	%-n-%
%poradnik%	%dlaczego%	%aktualnosci%	%post%
%artykul%	%inspiracje%	%/pl/n/%	%posts%
%news%	%inspiracja%	%wiadomosci%	%new%
%porady%	%wiedza%	%poradniki%	%news%
%czytelnia%	%baza-wiedzy%	%artykuly%	%blogs%
%wiadomosc%	%informacje%	%trend%	%info%

Przykłady sekcji contentowych, spełniających powyższy warunek:

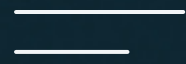
domena.pl/blog/tytuł-artykułu;	domena.pl/wiedza/tytuł-artykułu;
domena.pl/inspiracje/tytuł-artykułu;	domena.pl/pl/aktualnosci/tytuł-artykułu;
domena.pl/tytuł-artykułu-blog-pol;	subdomena.domena.pl/wiadomosci/tytuł-artykułu;
domena.pl/wpisy/wiedza/tytuł-artykułu;	subdomena.domena.pl/tytuł-artykułu.
domena.pl/wpisy/tytuł-artykułu;	

Wykluczono identyfikator %artykuly% dla domen, w których hasło to mogło dotyczyć produktów (np. http://ceneo.pl/Artykuly_% czyli ścieżka odnosząca się do artykułów papierniczych, szkolnych i innych).

Statystyki dotyczą podstron zindeksowanych w wyszukiwarce Google, które są widoczne na przynajmniej jedno słowo kluczowe z wolumenem wyszukiwania wynoszącym 10 (miesięcznie) lub więcej.

Eksport danych dotyczył 32 kategorii e-commerce, dla których wybrano sklepy internetowe z największym ruchem organicznym generowanym przez sekcje contentowe.

Dane opisujące ruch organiczny dotyczą wartości miesięcznych.



Analizowane dane

- > **Ruch organiczny bloga** – estymowana liczba organicznych użytkowników odwiedzających artykuły na sekcjach contentowych (miesięcznie).
- > **Ruch organiczny całkowity** – estymowana liczba organicznych użytkowników odwiedzających serwis e-commerce oraz subdomeny będące sekcjami contentowymi, jeżeli istnieją (miesięcznie).
- > **Udział bloga w całości ruchu organicznego** – procentowa wartość estymowanego organicznego ruchu generowanego przez content względem całego ruchu organicznego w serwisie.
- > **Liczba artykułów zindeksowanych w Google** – adresy URL zindeksowane w Google i widoczne na przynajmniej jedno słowo kluczowe z wolumenem wyszukiwania 10 lub większym znajdujące się w bazie Senuto.
- > **Liczba artykułów bez ruchu organicznego** – adresy URL zindeksowane w Google, które nie generują estymowanego ruchu organicznego.
- > **Odsetek artykułów bez ruchu organicznego** – procentowa wartość artykułów bez estymowanego ruchu organicznego względem wszystkich publikacji.
- > **Średnia liczba artykułów potrzebnych do osiągnięcia 10 000 organicznych odsłon** – to liczba zindeksowanych artykułów podzielona przez organiczny ruch sekcji contentowych, następnie wynik pomnożony przez liczbę 10000.
- > **Frazy bloga w TOP3 Google** – liczba fraz kluczowych z bazy Senuto, na które widoczne są sekcje contentowe serwisu e-commerce na pozycji 3 lub wyższej.
- > **Frazy bloga w TOP10 Google** – liczba fraz kluczowych z bazy Senuto, na które widoczne są sekcje contentowe serwisu e-commerce na pozycji 10 lub wyższej.
- > **Artykuł z największym estymowanym ruchem organicznym** – publikacja ciesząca się największą liczbą estymowanych odwiedzin z organicznych wyników wyszukiwania (miesięcznie).
- > **Ruch organiczny najpopularniejszego artykułu** – estymowany ruch organiczny najczęściej odwiedzanego artykułu (miesięcznie).

Definicje e-commerce

- 1 **Handel elektroniczny, e-handel (ang. e-commerce)** – rodzaj handlu, prowadzony w internecie. Towary i usługi są zamawiane przy pomocy sieci, ale płatność i ostateczna dostawa zamówionego towaru lub usługi może być dokonana w sieci lub poza siecią. Transakcje mogą być dokonywane pomiędzy przedsiębiorstwami, z osobami indywidualnymi, instytucjami rządowymi lub innymi organizacjami prywatnymi i publicznymi. Zamówienia otrzymane przez telefon, telefaks lub e-mail nie są elementem e-handlu (źródło: GUS).
 - 2 **E-commerce** – handel za pośrednictwem Internetu (źródło: PWN).
 - 3 **E-commerce** – działalność polegająca na kupowaniu i sprzedawaniu towarów i usług w Internecie (źródło: Cambridge Dictionary).
 - 4 **E-commerce** – działalność prowadzona w Internecie (źródło: Oxford Learner's Dictionaries).
- i Definicja e-commerce jest na tyle szeroka i płynna, że w ramach badania zdecydowano również na przeprowadzenie analizy serwisów takich jak portale ogłoszeniowe oraz marketplace.

Dlaczego stworzyliśmy ten raport?

Aby sprawdzić, jak różne marki realizują strategie content marketingowe i kto w danej branży jest w tym najlepszy.

Cele content marketingu:

- 1 Zwiększanie świadomości marki** – jednym z głównych celów content marketingu jest zwiększenie rozpoznawalności marki poprzez dostarczanie wartościowych treści, które przyciągają uwagę potencjalnych klientów. Poprzez regularne publikowanie treści związanych z branżą i problemami klientów, firma może stać się bardziej rozpoznawalna i budować reputację.
- 2 Generowanie ruchu na stronie internetowej** – content marketing może pomóc w przyciągnięciu większej liczby odwiedzających na stronę internetową firmy. Publikowanie treści o wysokiej jakości, które odpowiadają na pytania i potrzeby klientów, może przyciągać organiczny ruch z wyszukiwarek internetowych.
- 3 Pozyskiwanie klientów i zwiększenie sprzedaży** – tworzenie treści, które są atrakcyjne dla grupy docelowej, może pomóc w pozyskiwaniu potencjalnych klientów. Celem content marketingu jest również zwiększenie sprzedaży, poprzez dostarczanie treści, które przekonują potencjalnych klientów do zakupu produktów.
- 4 Wzmacnianie zaangażowania klientów** – content marketing może być również używany do utrzymywania zaangażowania istniejących klientów. Publikowanie regularnych aktualizacji, porad i treści edukacyjnych może pomóc w utrzymaniu lojalności klientów i zachęcaniu ich do ponownych zakupów.
- 5 Budowanie autorytetu i zaufania** – regularna publikacja treści o wysokiej jakości, które dostarczają wartościową wiedzę i rozwiązują problemy klientów, może pomóc w budowaniu autorytetu w danej branży. Klienci bardziej ufają markom, które udostępniają wartościową wiedzę.



Nasze kompleksowe podejście to połączenie content marketingu, SEO i PR

Wojtek Mazur, Elephate Founder

Chcesz zwiększyć potencjał swojego biznesu przy pomocy skutecznego content marketingu oraz SEO? Chętnie porozmawiamy o Twoich możliwościach!

A może interesuje Cię podobny raport marketingowy? Przygotujemy ciekawy materiał branżowy, a następnie go wypromujemy!

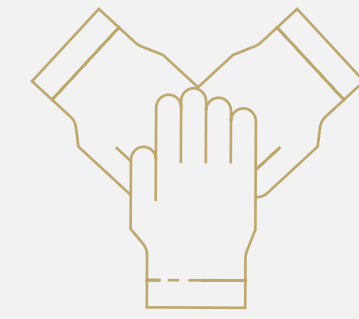
Pomożemy Ci zwiększyć widoczność online, przyciągnąć klientów i stworzyć spójną opowieść o Twojej marce.

Jesteśmy Elephate, Twoim partnerem w rozwoju.


Umów się na bezpłatną konsultację


Partner główny



SENUTO






Partnerzy raportu

IdoSell. **Satisfly** **TrustMate**  **cyber_Folks™** **spyrosoft**
| ECOMMERCE

BRAND24  **GetResponse** **SkyShop** **sembot** **shoper**

conVersion **Fast White Cat**  **PACKETA** **CASBEG**  **strategic mind** **erbeo**

CONTADU  **whitepress®**  **edrone** **'merce**  **HOSTERSI**

Partnerzy medialni

MARKETER+  **E-COMMERCE W PRAKTYCE**  **MARKETING przy kawie** **TEORIA BIZNESU.PL** **sprawny.marketing**

qo///obi.pl **portalmedialny|pl**  **CONTENT MARKETING POLSKA**  **eGospodarka.pl** **Poradnik Internetu dla Twojej Firmy**  **PR**
PUBLICRELATIONS.PL