



Marketing pro Vivobarefoot

O marketing e-shopu s bosobotami Vivobarefoot se staráme více než 5 let a každý rok pozorujeme nárůst tržeb a konverzí.

Co v rámci marketingu řešíme?



Zadání

S Vivobarefoot spolupracujeme od jejich příchodu na český trh v roce 2012. Marketing jsme stavěli na zelené louce.

- ◆ Podpořit prodej
- ◆ Zvýšit povědomí o značce
- ◆ Informovat uživatele o bosé chůzi a jejích benefitech



Naše řešení

Dnes už pracujeme především na optimalizaci a podpoře sezónních nabídek. Snažíme se především zefektivnit inzerci, aby vydělávala víc za míň.

- ◆ 15 hodin měsíčně na SEO
- ◆ 12 hodin měsíčně správě PPC
- ◆ 7 hodin měsíčně reklamám na Facebooku

Jak řešení plní cíle?

Konverze

Na marketingu pracujeme dlouhodobě. Daří se nám pravidelně navyšovat počet objednávek

+ 19 %

Nárůst konverzního poměru obchodu

+ 26 %

Nárůst tržeb

- 7 %

Pokles hodnoty průměrné objednávky

45 %

objednávek přichází od uživatelů z vyhledávání

3:45

tolik času stráví uživatel na stránce

6,01

stránek si uživatel prohlédne za 1 návštěvu

Náklady

Pro e-shopy je důležité SEO. Kdo by nechtěl objednávky zadarmo. Tyto výsledky máme po 4 letech správy.

Data za rok 2016, porovnáno s rokem 2015.

Jak zaujalo řešení odborníky?

IEA16
INTERNET EFFECTIVENESS AWARDS



1. místo IEA 2016
v kategorii E-shopy



2. místo WebTop100 2016
v kategorii Sociální sítě

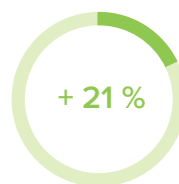
Meziroční výsledky reklam

Výsledky Facebook Ads

Vivobarefoot mají silnou komunitu fanoušků bosé chůze na Facebooku. Přesně na tyhle uživatele cílíme.



Nárůst zobrazení inzerátů



Nárůst tržeb objednávek z Facebooku



Nárůst konverzního poměru

ROI 383%

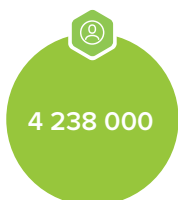
(Return of investments, návratnost investice)

Za **každou investovanou korunu** do Facebook Ads, jsme dosáhli **zisku 3,83 Kč**.



Výsledky PPC

Z bosé chůze se stal trend, díky tomu můžeme volit i obecnější klíčová slova a přivádět nové nadšence.



Celkový počet uživatelů, kteří viděli inzeráty



Nárůst prokliků v Adwords



Nárůst počtu objednávek z PPC

ROI 296%

(Return of investments, návratnost investice)

Za **každou investovanou korunu** do Facebook Ads, jsme dosáhli **zisku 2,96 Kč**.





O bosobotách Vivobarefoot

Základní filozofií barefoot bot je chránit chodidlo a zároveň vnímat povrch, po kterém chodíme.

Na chodidlech máme přes 200 000 nervových zakončení a náš mozek vnímá až 70 % informací o pohybu právě z těchto nervů. Čím přímější kontakt se zemí máme, tím lépe pro naše nohy. Do Čech přichází Vivobarefoot v roce 2012 a rovnou se pouští do spolupráce s AITOMem.

Pro Vivobarefoot jsme vyvíjeli e-shop a dlouhodobě se staráme o veškeré marketingové aktivity online. Historie barefoot bot ale sahá až do roku 2003. Tehdy dva Britové společnými silami vyvinuli nový model bot s extrémně tenkou podrážkou. Za 5 let začali tyto boty vyrábět masově a vznikla značka Vivobarefoot.

Více informací na www.aitom.cz