

# Redesign stránek pro dřevostavby ATRIUM

Vyřešte na webu problémy a obavy zákazníků.  
Jim pomůžete a vám se zvýší obraty.

## Jaké problémy náš klient řešil?



### Zadání

Webové stránky Atrium potřebovaly nutně moderní podobu. Zákazníci na stránkách trochu tápali, marně hledali cenu a grafické zpracování domů jim nepřipadalo zajímavé.

- ◆ Zvýšit počet relevantních poptávek rodinných domů
- ◆ Zpřehlednit nabídku domů
- ◆ Odbourat obavy potenciálních zákazníků

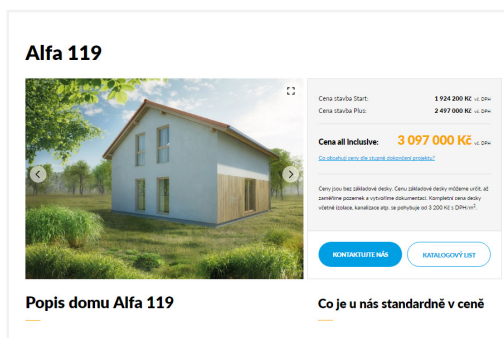
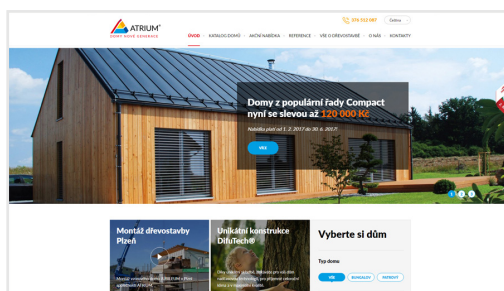


### Naše řešení

Začínali jsme detailní vstupní studií. Základním cílem bylo budovat během nákupního procesu důvěru u potenciálních zákazníků.

- ◆ Uživatelské testování, které odhalilo základní nedostatky
- ◆ Redesign, který prezentuje domy a koncept stavby all inclusive
- ◆ Zpřehlednění obsahu. Optimalizace konverzních cest

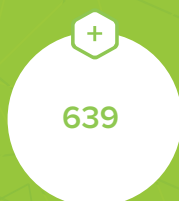
## Design stránek před a po



## Jak řešení plní cíle?

### Konverze

Cílem bylo především zvýšit relevantní poptávky. Díky zjednodušení konverzních tras pro uživatele se navýšily konverze.



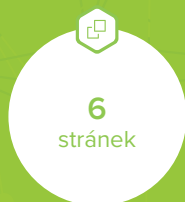
Konverzí celkem  
(to je 3,8 každý den)



Počet konverzí  
z neplacené návštěvnosti



Nárůst konverzí  
ze sociálních sítí



Počet stránek, které si  
uživatel přečte během  
jedné návštěvy



Průměrná doba  
návštěvy



Návštěvnost  
z přirozeného vyhledávání

### Neplacená návštěvnost

Zpřehlednit obsah se vždy vyplatí. Neplacená návštěvnost nyní tvoří třetinu celkové návštěvnosti a lidé skutečně obsah čtou.

*Uvedená data jsou za období 1. 1. až 30. 6. 2016. Porovnání se stejným obdobím v roce 2015.*

## Jak zaujalo řešení odborníky?



**1. místo IEA 2016**  
v kategorii Stavebnictví  
a nemovitosti

**IEA16**  
INTERNET EFFECTIVENESS AWARDS

**WEBTOP100**



**2. místo WebTop100 2016**  
v oboru Obchod a služby  
B2C pro web

## Co jsme zjistili díky vstupní studii?



### Obsah vstupní studie

Na vstupní studii se podílel takřka celý náš tým. Právě dostatek informací nám pomohl vybudovat konverzní web.

- ◆ Analýza konkurence
- ◆ Uživatelské testování
- ◆ Strategie a koncept webu
- ◆ Model webu
- ◆ Marketingová strategie



### Nejzásadnější zjištění

Během testování jsme narazili na celou řadu problémů, se kterými se uživatelé museli potýkat. Nejčastěji uživatelům vadilo, že nevidí ceny a nerozumí některým termínům.

- ◆ U domů chyběla cena
- ◆ Příliš formální a technický tón komunikace
- ◆ Všude přítomná nabídka katalogu
- ◆ Chybějící záruky kvality stavby
- ◆ Nepřehledný katalog bez cen
- ◆ Nepřehledná struktura webu

# Marketingová podpora projektu

## Jaké nástroje jsme použili?

Nabídli jsme uživatelům užitečné informace pomocí zkvalitnění obsahu a tvorby landing page, které odpovídaly na konkrétní problémy při výběru rodinného domu.



PPC



Remarketing



Obsahová  
strategie



Reklama na  
Facebooku



SEO



Linkbuilding

ROI 1705%

(Return of investments, návratnost investice)

Za každou investovanou korunu do PPC, jsme dosáhli zisku 17 Kč.



## Výsledky PPC

Těchto výsledků jsme dosáhli za **20 000 Kč měsíčně.**



30 odeslaných  
formulářů



104 žádostí  
o tištěný katalog



7 telefonátů

*Uvedená data jsou za období 1. 1. až 30. 6. 2016.*



## Jak hodnotí naši práci klient?

*Přípravu nových stránek Atrium.cz jsme svěřili agentuře AITOM. V průběhu zpracování vstupní studie se nám líbil jejich přístup. Snažili se zjistit maximum informací o nás, našich klientech i službách. V poslední řadě zapojili reálné uživatele do otestování našeho webu a webů konkurence.*

*Výsledná data a způsob, jakým je zapracovali do návrhu nových stránek a marketingové strategie, nás přesvědčil o jejich profesionalitě. Testeři nás upozornili na několik nedostatků, o kterých jsme do té doby nevěděli. Díky vstupní studii jsme získali podrobné zadání webu, které je orientované na naše zákazníky a hlavně plnění konkrétních cílů.*

**Vlastimil Makovec**  
jednatel A T R I U M, s.r.o

## O firmě ATRIUM

Firma ATRIUM působí na českém trhu od roku 1993, zaměřuje se na výstavbu dřevěných rodinných domů i komerčních objektů. Dnes patří mezi přední dodavatele montovaných nízkoenergetických a pasivních dřevostaveb v České republice. Působí také na Slovensku a v Rakousku. Ročně postaví více než 80 dřevostaveb.

Specifikem ATRIUM je stavba All inclusive. Cena All inclusive zahrnuje vše, co by mělo být součástí každé výstavby rodinného domu – například veškerou dokumentaci a povolení, základovou desku, stavbu, ale třeba také úklid před odchodem dělníků. Tento koncept vznikl jako přesnější a jasně definovaná varianta domu na klíč.

Mimo to se ATRIUM pyšní špičkovou kvalitou a technologiemi. Používá například patentovaný konstrukční systém Difutech, který izoluje i větrá stěny.

Více informací na [www.aitom.cz](http://www.aitom.cz)