15. DEŇ

Úloha:

Naučte sa čítať analytické údaje aj štatistiky a potom ich použite pri vylepšení svojho obchodu.

Vysvetlenie:

Získavať údaje a pracovať s číslami znie možno technicky a nudne. Ale práve v číslach sa často skrýva odpoveď, prečo niečo nefunguje. Alebo naopak, prečo sa niečo výborne predáva.

Naučte sa čítať a vyhodnocovať základné štatistiky, ktoré vám Etsy ponúka v Shop Manageri. A potom ich premeňte na konkrétne zmeny vo svojom obchode.

Kde nájdete údaje?

Shop Manager → Stats (Štatistiky)

Tu nájdete:

- Visits (návštevy) - koľko ľudí si pozrelo váš obchod.
- Orders (objednávky) - koľko ich reálne nakúpilo
- Conversion Rate (konverzný pomer) - pomer návštev vs. objednávky.
- Search Terms (vyhľadávacie výrazy) - aké slová zákazníci zadali, keď našli váš produkt.

Ako čítať štatistiky:

1. Zamerajte sa na obdobie posledných 30 dní.
2. Porovnajte, ktoré produkty mali:
   - najviac zobrazení (views),
   - najvyššiu mieru prekliku (click-through rate),
   - najlepší konverzný pomer (objednávky z návštev).

15. DEŇ

3. Vyberte 2-3 vyhľadávacie frázy (search terms), ktoré priniesli najviac návštev.

4. Skontrolujte tieto frázy v Erank alebo Etsy vyhľadávaní:
- Sú stále aktuálne?
- Používate ich v titulkoch, popisoch a tagoch?
- Máte podľa týchto fráz aj ďalšie produkty?
- Vyberte 1 produkt, ktorého titulok alebo popis upravíte na základe získaných dát.

Príklad:

V štatistikách nájdete, že fráza „pink ceramic mug“ vám priniesla najviac návštev.
Ale produkt má v titulku iba: „ceramic mug“.

Zmena: upravte titulok na:
„Pink ceramic mug - Gift for friend - Handmade mug 300 ml”

Pridajte tieto slová aj do tagov a popisu.

Vaša úloha:
1. Otvorte si štatistiky svojho obchodu na Etsy (Shop Manager → Stats).
2. Zapíšte si aspoň 3 najčastejšie vyhľadávané frázy, cez ktoré vás našli.
3. Vyberte 1 produkt a vykonajte úpravu:
- titulku,
- popisu,
- alebo tagov.
4. Zapíšte si, čo ste zmenili, aby ste o 2–4 týždne mohli porovnať výsledky.

15. DEŇ

- Neprispôsobujte celý obchod naraz, **začnite po častiach**.
- Všimnite si, ktoré frázy prinášajú najviac návštev, ale málo objednávok → Možno ľudia hľadajú niečo iné, než ponúkate.
- A naopak, ktorá fráza má málo kliknutí, ale vedie k nákupu? → Možno by stálo za to ju viac zviditeľniť.
- Získané dáta sa **nehodnotia podľa emócií** (Ja mám tento produkt rada a myslím si, že takto ho zákazník hľadá...), ale podľa výkonu.
- **Opakujte túto úlohu raz mesačne**. Čím viac budete s dátami pracovať, tým viac budete rozumieť, čo funguje práve vo vašom obchode.

Niekedy stačí malá úprava v názve alebo popise, a produkt sa zrazu objaví vyššie vo vyhľadávaní. A to môže znamenať vyššie predaje.

15. DEŇ

Poznámky: