

# Případová studie

# Lékárna.cz



## Cíl: Navýšit počet objednávek přicházejících ze Zboží.cz

Případová studie popisuje, jaký přínos měl automatický bidding na Zboží.cz pro e-shop Lékárna.cz. Porovnávali jsme vybrané metriky v obdobích 1.–31. 1. 2018 a 1.–31. 1. 2019, tedy před a po nasazení nástroje Marketing tools, díky kterému bylo možné automatický bidding nastavit.

Cíl se povedlo splnit. Celkový objem objednávek přicházejících ze Zboží.cz se navýšil a současně se kampaň zefektivnila – cena za konverzi i PNO klesly.

## Jak se postupovalo

Předností e-shopu Lékárna.cz je vedle důvěryhodné pověsti také velmi široká nabídka. Prvním zásadním krokem proto bylo zajistit napárování jeho téměř 26 tisíc produktů na produktové karty na Zboží.cz.

Nejprve došlo k úpravě XML feedu. Následně Zboží.cz založilo nové produktové skupiny tak, aby struktura nabídky odpovídala vývoji preferencí spotřebitelů. Pokud jde o nastavení cen prokliků, byl pomocí nástroje Marketing tools nastaven automatický bidding prostřednictvím API Zboží.cz.

Při správě produktového portfolia se osvědčila orientace na celou nabídku, nejen na top produkty. Znovu se také potvrdilo, že nastavení dáreků k produktům nebo speciálních cenových akcí má svůj význam – čeští zákazníci na takové bonusy k nákupu zkrátka slyší.

Vynikajících výsledků bylo dosaženo díky úzké spolupráci mezi internetovým obchodem Lékárna.cz, srovnávačem Zboží.cz a agenturou Webeto, která e-shopu pomáhá s optimalizací výkonnostního marketingu.



**Zboží.cz**

## Jaký byl výsledek

Klientovi se díky Marketing tools podařilo (ve stále stoupající konkurenci) o 21 % navýšit počet lidí, kteří ze Zboží.cz přešli na stránky e-shopu. Celková hodnota objednávek přicházejících ze Zboží.cz se potom dokonce zvýšila o 140 %.

Zboží.cz současně přivádí do e-shopu relevantnější návštěvníky. Nárůst konverzí o 111 % je toho důkazem. Dalším přínosem automatizace biddingu je pak zvýšení efektivity kampaně – cena za konverzi klesla o 12 % a PNO se snížilo o 23 %.

Cena konverze klesla

▼ 12 %

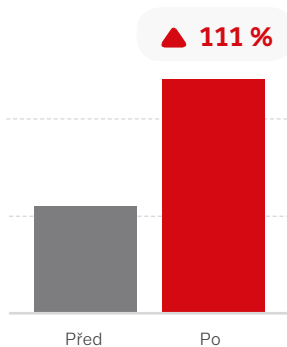
Návštěvnost  
vzrostla



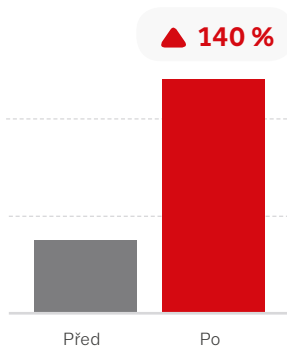
PNO kleslo

▼ 23 %

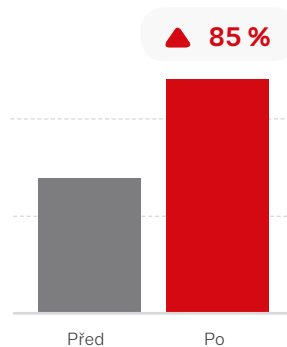
Konverze



Hodnota konverzí



Investice



1. 1. 2018–31. 1. 2018

1. 1. 2019–31. 1. 2019

**Zboží.cz**

## O společnosti

### Lékárna.cz

Původně informační portál o lécích založil v roce 1999 PharmDr. Vladimír Finsterle, MBA. V roce 2003 se web přeměnil do podoby e-shopu, a stal se tak vůbec první lékárnou na českém internetu. Její široký sortiment sahá od léků a doplňků stravy přes zdravé potraviny a kvalitní kosmetiku až po sportovní výživu. Díky širší své nabídce, kvalitním popisům zboží, radám lékárníků a vzdělávání spotřebitelů tak dává [Lékárna.cz](http://Lékárna.cz) lidem velkou možnost volby pokud jde o jejich zdraví – letos už dvacátým rokem.

The screenshot shows the Lékárna.cz website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo, contact information (Doprava a platba, Kontakty, 466 444 233, Po-Pá: 7-17), and user options (Přihlášení / Registrace). Below this is a search bar with the text "Hledejte název, kategorii, značku, příznak..." and a "Hledat" button. To the right of the search bar are links for "Obíbené položky" and "Prázdný košík".

The main content area features a green navigation menu with categories: Trápi mě, Zdraví a léky, Krása a hygiena, Děti a maminky, Výživa a hubnutí, Domácnost a zvířata, Akční nabídky, and Výprodej. The central product listing is for "NUROFEN Pro děti", with a description: "Rychlá pomoc ke snížení horečky a zmírnění až středně těžkých bolestí různého původu. Léčivý přípravek k vnitřnímu užití. Obsahuje Ibuprofen." It includes a 5-star rating (31 reviews), a price of 166 Kč, and a "Detail produktu >" button. An image of the product box is shown to the right.

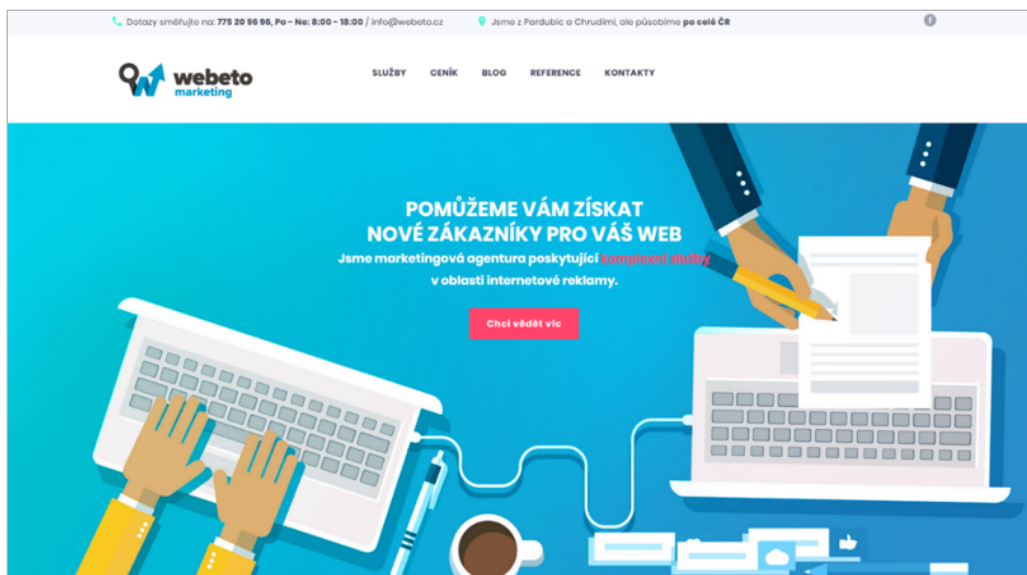
On the right side of the product listing, there is a vertical list of promotional items: "Účinná léčba vypadávání vlasů", "Terezia s DOPRAVOU ZDARMA", "Novinka: Weleda Skin Food", "HURÁ NA HORY!", and "NUROFEN Pro děti".

Below the product listing, there are four circular icons with text: "Vše pro zdraví a krásu na jednom místě", "Doprava už od 39 Kč", "Více než 1400 odběrných míst po celé ČR", and "Jednička v důvěryhodnosti mezi internetovými lékárnami".

At the bottom, there is a promotional banner for "Akční nabídka na tento týden" with a "Podívám se" link, and another banner for "... a každý týden do vaší schránky" with an email input field (vas@email.cz) and a "Přihlásit odběr" button.

## Webeto.cz

Lidé v agentuře Webeto se správou zbožových srovnávačů i PPC systémů v ČR i zahraničí zabývají téměř 10 let. Zajistí audit, úpravu XML feedu, spárování produktů a nastaví bidding. Pomocí jejich automatického bidovacího nástroje [Marketing tools](#) dokáží navýšit obrat e-shopu a současně snížit náklady.



### Kontakt

[Stanislav.Rulc@firma.seznam.cz](mailto:Stanislav.Rulc@firma.seznam.cz)

**Zboží.cz**