

# PŘÍPADOVÁ STUDIE

## OBSAHOVÝ MARKETING PRO RYBÁŘSKÝ E-SHOP



Jak obsahový marketing přinesl rybářskému e-shopu Chytř a pustř za 9 měsíců více než 1 160 000 Kč v objednávkách.



#### O Včelišti:

Včeliště.cz je českou marketingovou agenturou specializující se na obsahový a inbound marketing. Pro naše klienty děláme marketing, který neobtěžuje, naopak je vyhledávaný a sdílený návštěvníky. Ti ho ani často nepovažují za reklamu, protože jim zajímavý obsah pomáhá vyřešit jejich problémy, baví je, či vzdělává.

I přes svoji nenucenost jsme si na desítkách projektů ověřili, jak skvěle tento způsob plní obchodní cíle a každý den dokáže přinést nové zákazníky pro vaše podnikání.



#### O Chyť a pusť:

Internetový obchod Chyť a pusť je jedním z největších českých prodejců rybářských potřeb s tisíci produkty na skladě. Vedení společnosti si ovšem uvědomilo, že jejich skvělý servis a kvalitní produkty potřebují marketingovou podporu, která povede ke zvýšení tržeb na internetu.

Rozhodlo se proto vyzkoušet sílu obsahového marketingu. I když se tento druh marketingu řadí mezi ty s dlouhodobější návratností, investice do jeho správného uchopení se firmě za pár měsíců mnohonásobně vrátila.



**1 160 000 Kč**

---

**DÍKY OBSAHOVÉMU MARKETINGU**

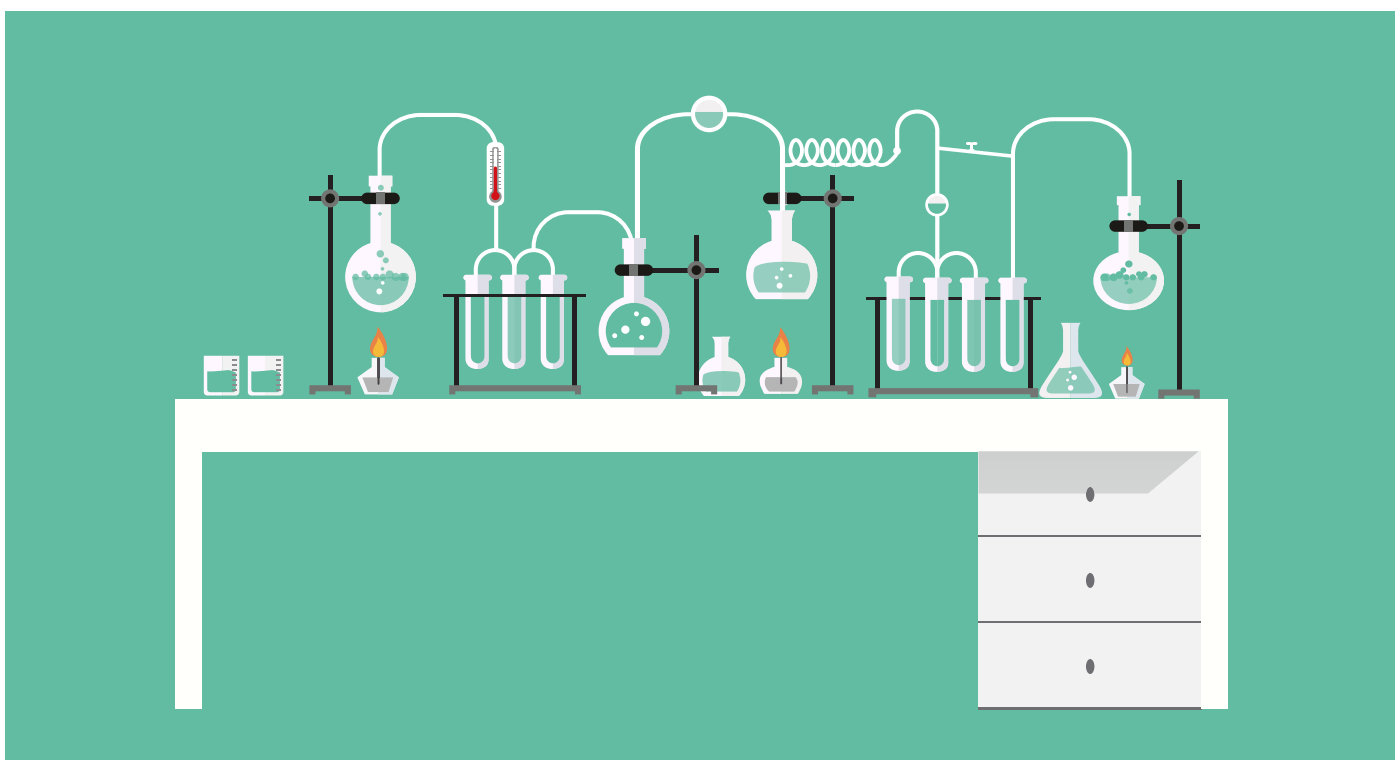
Jak firmě přivést obrat ve výši 1 160 000 Kč díky propracovanému obsahovému marketingu? To ví tým Včeliště.cz! Odhalíme vám tajemství našich technik i jednotlivých postupů a zároveň prozradíme, jak probíhala samotná spolupráce s klientem, včetně nastínění finální vize i dosažených cílů. Sami pak můžete subjektivně porovnat, zda jsme byli v našem snažení úspěšní, či nikoli.

### Počátek spolupráce v řeči čísel:

- 9 měsíců budování obsahu
- 100 % zapojení obsahového a e-mail marketingu
- Vytvoření specifické obsahové strategie
- 76 372 unikátních zobrazení obsahu
- Více než 1 160 000 Kč přivedeného obratu díky obsahu

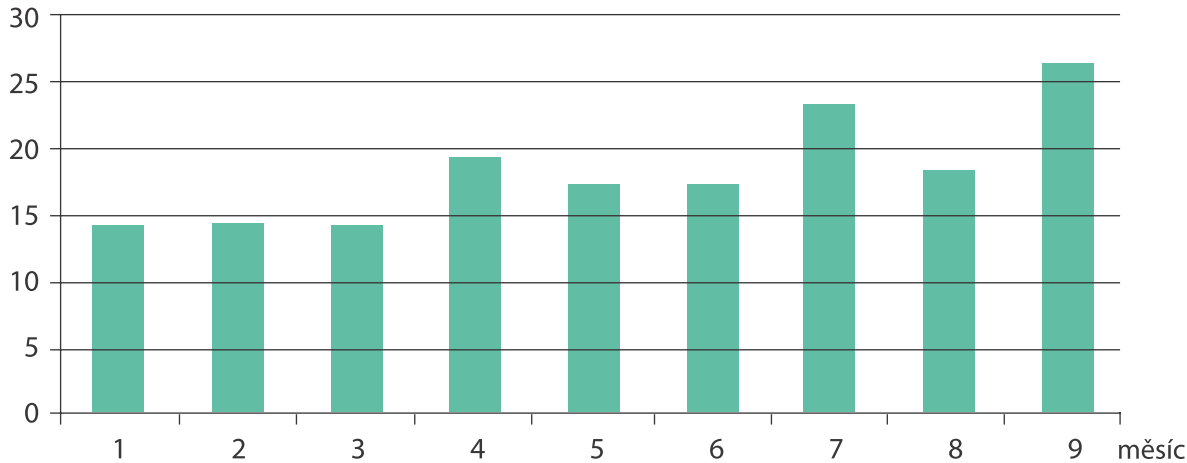
## Vytvoření obsahové strategie

Na začátku spolupráce jsme pro Chyť a puť vytvořili unikátní obsahovou strategii, následně definovali jednotlivé osoby, jejich chování v nákupním cyklu, stanovili cíle a způsoby jejich měření a nakonec určili tón a způsob komunikace. V rámci vytvořené strategie jsme dále také navrhli vhodné formáty obsahu a jejich propagaci, vymysleli originální témata, vyřešili propojení s e-mail marketingem a rozplánovali vše do obsáhlého publikačního plánu.



## Množství publikovaného obsahu

množství obsahu



Za 9 měsíců bylo v rámci obsahového marketingu publikováno 162 článků, infografik, vizuálního obsahu a 1 e-book. Do toho byly průběžně rozesílány poutavé e-mailové kampaně, které podporovaly již vytvořený obsah.

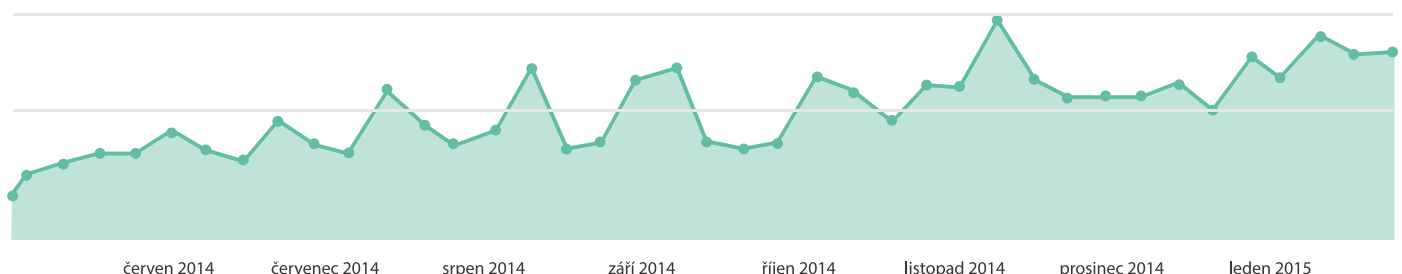
Zaměření jednotlivých článků bylo různorodé. Tým copywriterů pravidelně zpracovával aktuální témata a podklady o lovných technikách, rybářských revírech, ale i jednotlivých produktech z nabídky e-shopu Chyť a pusť.

Součástí obsahu byly také pravidelné rubriky s nejrůznějšími radami a praktickými tipy pro začínající i zkušené rybáře. Jelikož byl obsah magazínu vskutku různorodý, na své si zde přišel každý bez rozdílu.

## Počet zhlédnutí obsahu

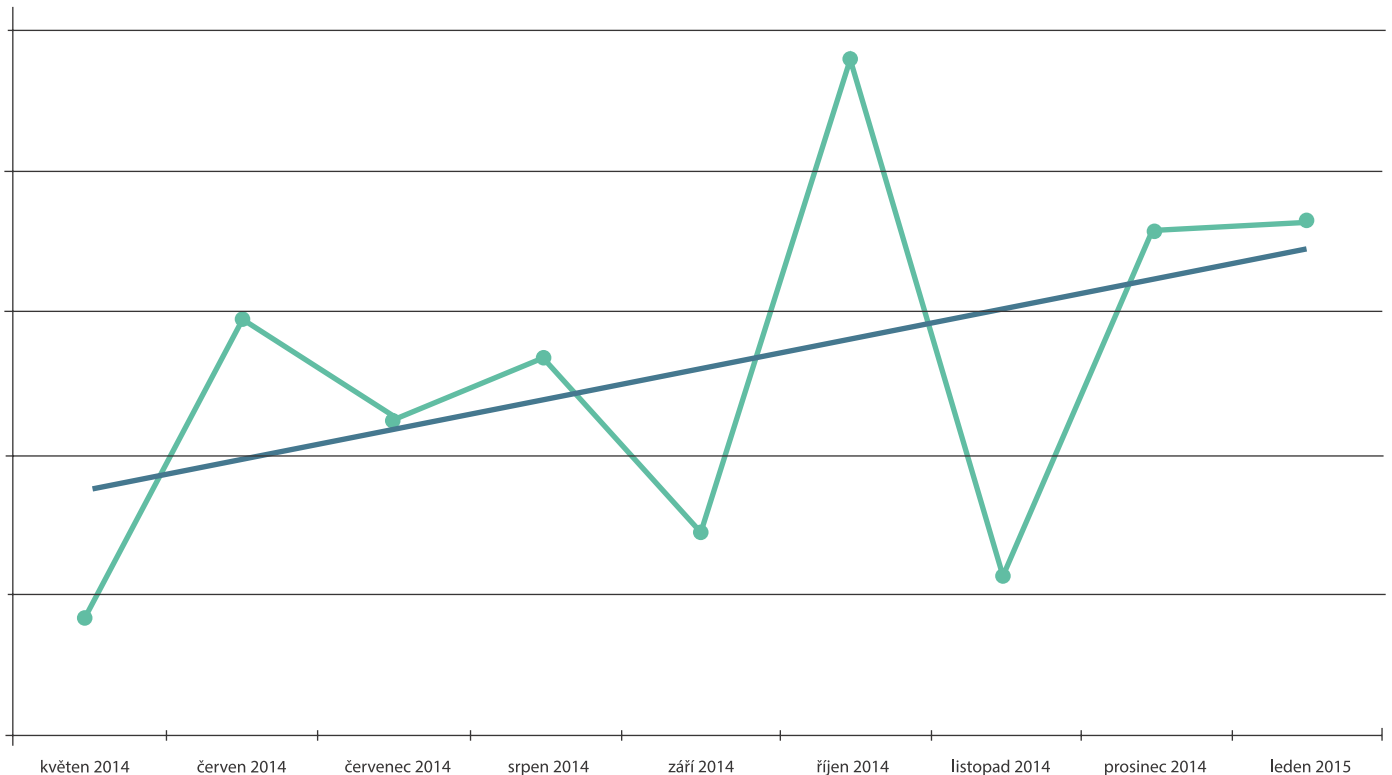
Po 9 měsících se nám podařilo zvýšit počet zhlédnutí obsahu o 397 %. Oproti prvnímu měsíci

● Unikátní zobrazení stránek



se tedy jednalo o více než 14 000 unikátních zobrazení obsahu za měsíc.

## Přivedený obrat e-shopu díky obsahu



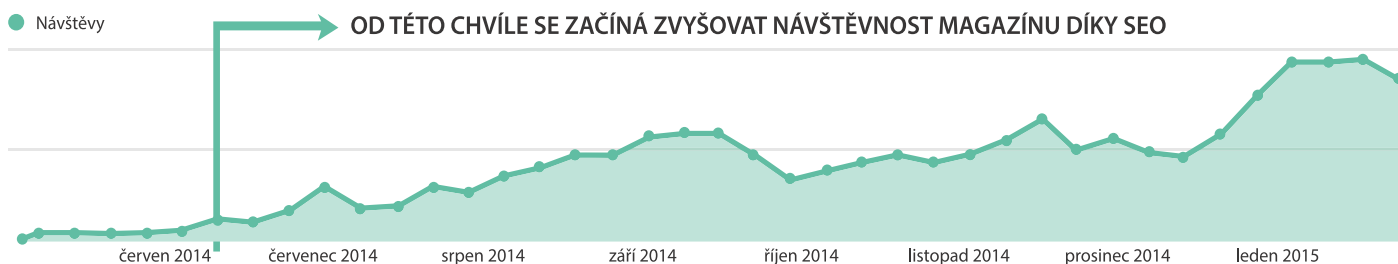
Přivedený obrat e-shopu díky námi vytvořenému obsahu stále stoupal. A to i přesto, že v oboru rybářství je obvykle září až listopad obdobím mimo rybářskou sezónu.

Díky perfektně propracovanému a cílenému obsahovému marketingu však internetový obchod Chytř a pušť získal za 9 měsíců obrat více než 1 160 000 Kč. A to je rozhodně částka, která stojí za povšimnutí!

Na celém procesu budování obsahového marketingu je však nejlepší to, že obsah e-shopu zůstává a bude ještě po dlouhou dobu přinášet nové zákazníky, čímž obrat společnosti i nadále poroste.

## Pozitivní dopad na SEO

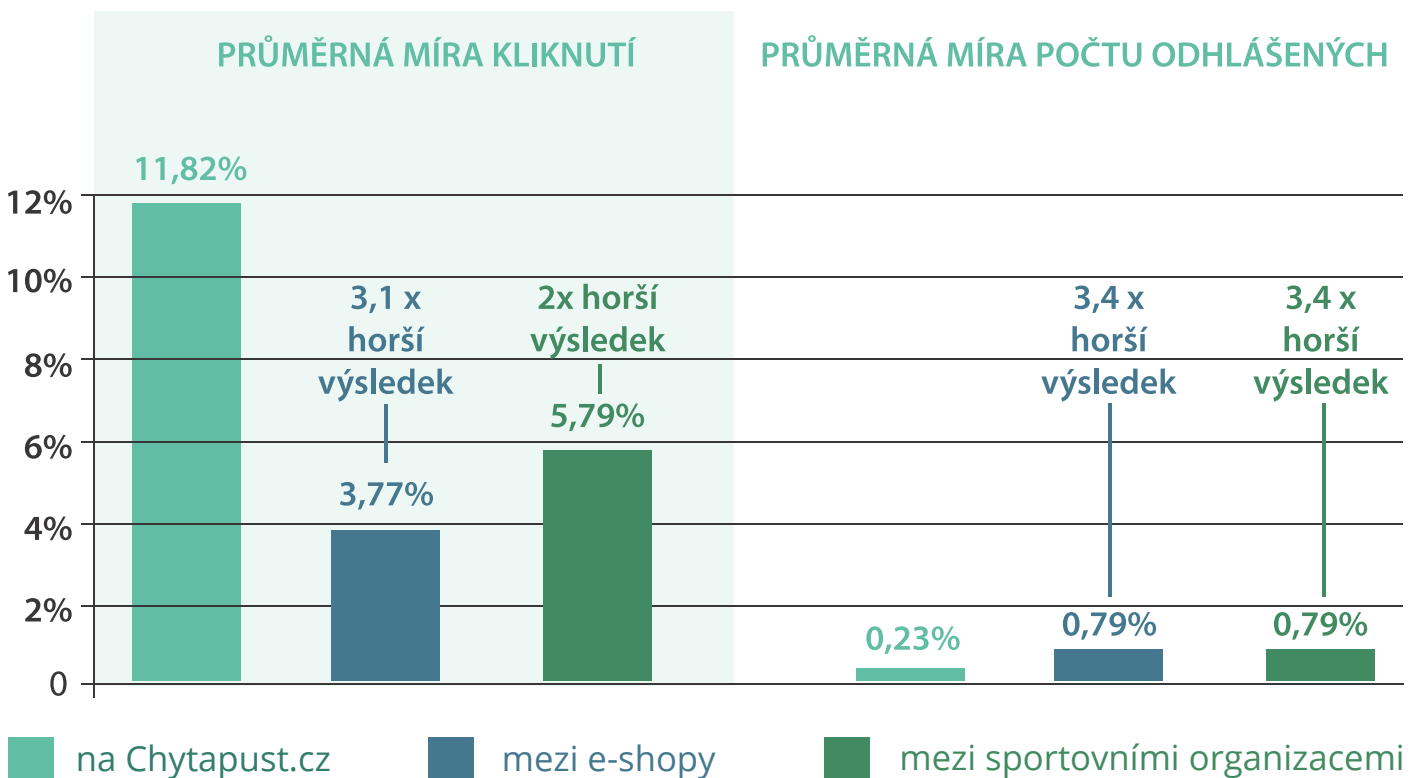
Díky unikátnímu obsahu a jeho propagaci začalo magazín navštěvovat mnoho lidí z internetových vyhledávačů. Toto zvýšení jsme mohli měřit již po 2 měsících od začátku prací na obsahovém marketingu.



## Efektivní e-mail marketing: závěrečné shrnutí

Pro podporu obchodních cílů a obsahu jsme v rámci obsahového marketingu vytvořili několik automatizovaných kampaní a každý měsíc se zaměřili na rozesílání pravidelných tematických newsletterů. Ty byly adresáty skvěle přijímány.

Podívejte se společně s námi na průměrné statistiky a jejich finální vyhodnocení:



## Svěřte obsahový marketing do rukou odborníků

Zajímá vás, jak spolupráce s námi na obsahovém marketingu funguje? Přečtěte si, jak můžeme i vašemu projektu pomoci se získáním více zákazníků pomocí obsahu.

JAK DĚLÁME MARKETING MY

Kontaktujte nás s nezávaznou poptávkou po obsahovém marketingu. Ukážeme vám, jak uděláme magnet na zákazníky díky obsahu i z vašeho webu.

ZÍSKAT KONZULTACI ZDARMA

Sledujte nás na sociálních sítích:

