

Тенденции в разработката на онлайн магазини

(Trends in the development of E-commerce web sites)

Как да печелим повече от своя онлайн магазин?

Или да вдигнем нивото на Българските онлайн магазини.
(Включително и на Емаг)



20 Април 2017, Варна
Автор: Едуард Димитров
(3D Web Design)

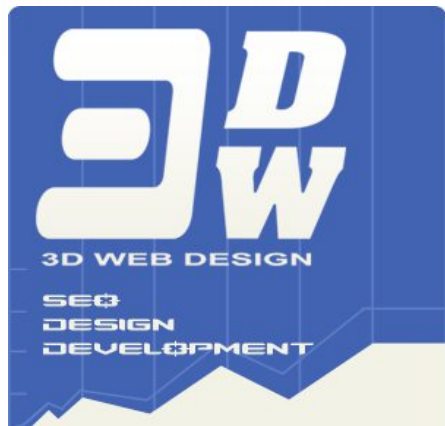
IT EXPO
Bulgaria



SEO AND DIGITAL
MARKETING 20th April 2017

3dwebdesign.org

Кой съм аз и какъв е моят опит?



Управител съм на 3D Web Design

Малка, но продуктивна фирма в София.
Една от първите 5 фирми предлагащи SEO услуги в България.
Имаме изработени над 450 онлайн магазина, повечето ниско-бюджетни.
Повечето от тях са базирани на OpenCart и OsCommerce, по-малко са базирани на WordPress & Joomla.

Разработени приложения за популярни CMS:

- Над 50 приложения за Joomla, около 20 от тях са свързани с продажби.
- Няколко приложения за OsCommerce.
- 2 приложения за ZenCart.
- 3 приложения за Wordpress.



Show me the money

Защо всички се натискат да правят онлайн магазини или откъде идват парите?

- Достъп на домакинствата до интернет:

<http://www.nsi.bg/bg/content/2808/достъп-на-домакинствата-до-интернет>

- Лица, които са поръчвали/купували стоки и услуги по интернет за лични цели - 18.5% от населението за 2015 година - почти една трета от Българите вече са пазарували онлайн:

<http://www.nsi.bg/bg/content/2831/лица-които-са-поръчваликупували-стоки-и-услуги-по-интернет-за-лични-цели>

- Цели 87.3% от тези Българи са пазарували от Български онлайн магазини и само 12.7% от продажбите са извършени в чуждестранни магазини.

- Какво са поръчвали потребителите може да се разбере от тук:

<http://www.nsi.bg/bg/content/2833/вид-на-поръчваните-стоки-и-услуги-от-лицата-по-интернет>

- Тези хора които още не са се пристрашили да пазаруват онлайн, скоро вероятно ще променят мнението си.

- Причините, поради които Българите не пазаруват по интернет:

<http://www.nsi.bg/bg/content/2839/причини-поради-които-лицата-не-пазаруват-по-интернет>

- Проблеми, срещани при поръчки или покупки на стоки и услуги през интернет:

<http://www.nsi.bg/bg/content/2837/проблеми-срещани-при-поръчки-или-покупки-на-стоки-и-услуги-през-интернет>

IT EXPO
Bulgaria



SEO AND DIGITAL
MARKETING 20th April 2017

3dwebdesign.org

Основни видове решения за интернет търговия

**Как да правим пари? Физически магазин? Скъпо...
Направете си онлайн магазин! Ок, но с каква система?**

Платформите за интернет търговия (CMS системи за онлайн магазини) се делят на два основни вида: hosted и self-hosted.

- Hosted решения означава, че вие получавате готов софтуер който се хоства на сървър, който не е ваша собственост.

При hosted решенията вие сте просто един наемател и след като спрете да плащате, губите всичко - хазяина просто ви гони от квартирата. В повечето случаи нямате достъп до кода на сайта и ползвате различни инструменти в административния си панел, дори само за да направите промени по дизайна на сайта.

- Self-hosted система означава, че вие хоствате сайта си където решите и имате пълен достъп до кода му и базата му данни, можете да го местите и променяте всичко по него.



Най-популярните self hosted системи за онлайн магазин

Най-популярните self hosted системи за онлайн магазин у нас са (подредени са по популярност в България):

1. **OpenCart** - най-популярната в момента безплатна система, подходящ за малки и средно големи онлайн магазини. Огромен брой възможни екстри (много от тях безплатни) и огромен брой шаблони - темплейти (повечето платени). С OpenCart всичко става лесно и бързо, без да е необходимо да знаете езици за уеб програмиране - повечето модули просто се инсталират през администрацията.
2. **Joomla** базирани магазини - няколко вида безплатни компонента, плюс няколко платени. Подходящи за малки и средно големи онлайн магазини. Основно предимство е гъвкавостта на системата - с нея вие можете да имате един огромен сайт с новини, блогове, форум, обяви плюс раздел с електронен магазин. Огромен брой възможни екстри (инсталират през администрацията), но сложна интеграция на една екстра с друга.
3. **Oscommerce** и **Zen Cart** базирани магазини - подходящи са за малки до средно големи онлайн магазини. Огромен брой възможни екстри, но трябва да знаете HTML и PHP - ще ви трябва PHP програмист за интеграцията на допълнителните възможности (повечето модули се интегрират ръчно, с промени по кода).



Най-популярните self hosted системи за онлайн магазин

Най-популярните self hosted системи за онлайн магазин – втора част:

4. **Prestashop** базирани магазини - подходящи за малки до средно големи магазини. Много по-малък брой възможни екстри в сравнение с Опенкарт и другите две системи. Тази система е много популярна в света, но не толкова в България.

5. **Wordpress** базирани, най-често с плъгина WooCommerce. WooCommerce има огромен брой възможни екстри, но почти всичко е платено. Освен това, той се разработва активно сравнително отскоро и затова още не е особено популярен. Базовия WooCommerce е доста семпъл и има нужда от много допълнителни възможности.

6. **Магенто** базирани - сложна система с много налични приложения, повечето са платени и са скъпи. Бавна и тежка, изисква много ресурси от хостинга. Подходяща е само за големи онлайн магазини заради многото труд който трябва да вложите за да направите добър сайт.

7. У нас са популярни и две Hosted системи – **GombaShop** (познат и като **Shopiko**) и **Summer Cart**.



Най-популярните системи за онлайн магазин в света

Само за сравнение - налични в ThemeForest и codecanyon (19.04.2017):

- 764 **Magento** Themes, 486 Extensions & Modules.
 - 670 **PrestaShop** Themes, 528 Extensions & Modules.
 - 582 **OpenCart** Themes, 379 OpenCart Extensions & Modules.
 - 418 **Shopify** Themes.
 - 207 **Joomla** Extensions & Modules - темите за Джумла са разпръснати из много категории и е трудно да бъдат пресметнати като брой.
 - 22 **Zen Cart** Themes.
 - 10 **OsCommerce** Themes.
- **OpenCart**: налични 845 страници (по 21 приложения на всяка страница) = над 17700 приложения! Около 4720 от тези приложения са безплатни!
- **Joomla** extensions: Total extensions: 7858. Около 3000 от тези приложения са безплатни.
- **OsCommerce**: Proudly serving 7,789 community contributed packages. Всички публикувани там приложения са безплатни.

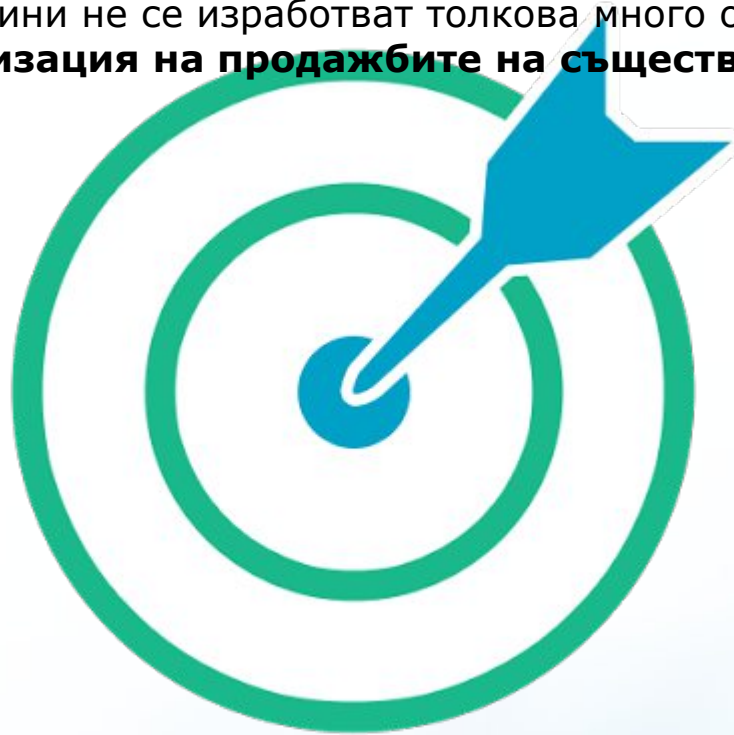


Тенденции при онлайн магазините в България:

Някога просто изработвахме интернет магазини и то много. Само за периода 2007-2009 година успяхме да направим над 120 онлайн магазина.

През тези години конкуренцията при онлайн търговията бе малка, но и продажбите бяха малки. Конкуренцията в момента при онлайн бизнеса у нас е много голяма. Защото и покупките от онлайн магазини са много повече.

Последните 1-2 години не се изработват толкова много онлайн магазини, но се набляга на **оптимизация на продажбите на съществуващите магазини.**



Give me the money!

Правите си онлайн магазин. Ок, но как да постигнем повече продажби?

А. Трябва да имаме поток от нови клиенти откриващи сайта ни всеки ден, тоест, трябва да доведем клиента до сайта ни или директно до определена страница на категория/продукт.

Най-ефективните и като резултат, и ценово възможности да го постигнете са (подредени са по показателя им RIO - return of investment - на български процент на възвръщаемост на средствата):

- SEO оптимизация. Най-ефективния, но бавен метод, с най-голям процент на възвръщаемост на средствата (ROI).
- SEM - на второ място. Search Engine Marketing или платена реклама в търсачки. Най-популярната услуга е Google Adwords.
- SMM - Social Media Marketing или маркетинг в социални медии. Масово се наемат хора, които отговарят за маркетинговите кампании в социалните мрежи Facebook, Google+, Twitter, Pinterest, Instagram и дори LinkedIn.
- Имейл маркетинг.
- Платена реклама в други сайтове.
- Офлайн реклама - радио и ТВ реклама, билбордове (големите брандове като Емаг например рекламират предимно така).



Как да печелим повече?

Правите си онлайн магазин. Ок, но как да постигнем повече продажби?

Б. След като вече сме докарали клиента до сайта, трябва и да го задържим повече в сайта и да го накараме да купува повече.

За целта се разработват системи за отстъпки и купон кодове и системи за бонус точки при извършване на определени действия от потребителя.

Също така при по-старите онлайн магазини се извършва и опростяване на процеса на поръчка или се добавят функции за извършване на поръчка без регистрация в сайта.



Какви са тенденциите при разработка?

Какво най-много поръчват собствениците на съществуващи онлайн магазини при web development фирмите, тоест какви са Тенденциите:

1. Ре-дизайн - преминаване към Responsive design (респонсив дизайн или адаптивен дизайн) и оптимизация на бързината на магазина. Респонсив дизайн се нарича дизайн на уеб сайт ако сайта се преоразмерява и напасва автоматично по размера на екрана на устройството, което го е отворило. Като целта е сайта да е удобен за ползване на всякакъв тип устройства, с всякакъв размер на дисплея. Напоследък масово се правят промени по дизайните на съществуващи онлайн магазини. Или изцяло се сменява версията на системата която се ползва с по-нова, или се сменява напълно вида на системата, само и за да има новия сайт такъв вид дизайн.

1.1. Преминаването към Responsive design се наложи от така наречения Mobilegeddon - Mobile friendly ъпдейта на алгоритъма на Google който дойде на 21 Април 2015 година. В какво се състои той: Google официално оповести, че сайтовете без мобилна версия или с лоша такава, ще започнат да се класират осезаемо по-ниско в търсачката им. Особено при търсене от мобилни устройства. Едновременно с това бе засилено много и влиянието на параметъра скорост на зареждане на сайта в алгоритъма на Гугъл.

В резултат - започнаха да се правят промени по дизайните на много сайтове в цял свят, и най-вече по онлайн магазините, като освен ползваемостта за мобилни устройства, тук се оптимизира на високо ниво и бързодействието.



Google mobile-friendly algorithm update: Mobilegeddon Дойде на 21 Април 2015!



IT EXPO
Bulgaria



**SEO AND DIGITAL
MARKETING** 20th April 2017

3dwebdesign.org

Тенденциите при разработката

1.2. Скорост на зареждане на магазина: Колкото по-бързо зарежда един сайт, толкова по-добре. Потребителите не обичат да чакат и много харесват бързи сайтове. Отлична скорост в съвременния интернет от сайтове изградени от сложни скриптове и базирани на сложни системи, е стойност от над 85 на PageSpeed Insights тула на Google. Скоростта се влияе най-вече от системата зад сайта и от задкормилното устройство - от това кой е правил сайта и кой го поддържа.

2. SEO оптимизация на магазина. Това е процесът при който се извършва оптимизиране на съдържанието, кода и текстовете на сайта, така че страници от сайта да излизат за повече на брой ключови фрази в резултатите на търсачките и страниците му да излизат класирани на по-високи позиции.

SEO оптимизацията има едно основно предимство: **Ниски разходи** в дългосрочен план и чудесна възвръщаемост на средствата (ROI) като е важно да се знае че съотношението разходи/ползи може силно да варира спрямо това кой е извършил оптимизацията (колко добре е направена тя, колко дълготрайна е, колко безопасно е работено и накрая най-важното - на каква цена е извършено). При SEO едно и също нещо може да се постигне поне по няколко различни начина. Въпросът е да се избере най-ефективния за конкретния случай начин.

Поръчват се масово услуги за вътрешна (On-Page Seo) и външна оптимизация (Off-Page Seo или линк билдинг) на онлайн магазини. Всички тези магазини които вече са направени, **искат да продават**, а продажбите им падат непрекъснато - конкуренцията при онлайн продажбите се увеличава прогресивно всеки ден.



Важно за оптимизацията:

Важно е да се знае, че при оптимизацията на сайтове най-важните неща са две: **съдържанието на сайта** и **линковете** (връзките) сочещи към сайта.

Докато съдържанието зависи най-много от екипа на онлайн магазина и от нишата в която са продуктите му, то линковете които се изграждат към сайта зависят най-вече от знанията на човека или хората които го извършват и от ресурсите до които те имат достъп. Изграждането на такива връзки (наричат се още линкове) към сайта, се нарича линк билдинг.

Класирането в Google за лесни ключови думи с малък брой търсения обикновено зависи на до 70-80% от възрастта и качеството на сайта и качеството на текстовете описващи съответния продукт. Тоест, вие можете да постигнете класиране по лесни ключови думи само с вътрешна оптимизация (On-Page Seo).

Забележка: Примери как трябва да се пишат такива текстове в онлайн магазините има в презентацията от лекцията ми "SEO копирайтинг" на SEO конференция 2015: <http://3dwebdesign.org/seo-copywriting-seo-conference-2015.pdf>

IT EXPO
Bulgaria



SEO AND DIGITAL
MARKETING 20th April 2017

3dwebdesign.org

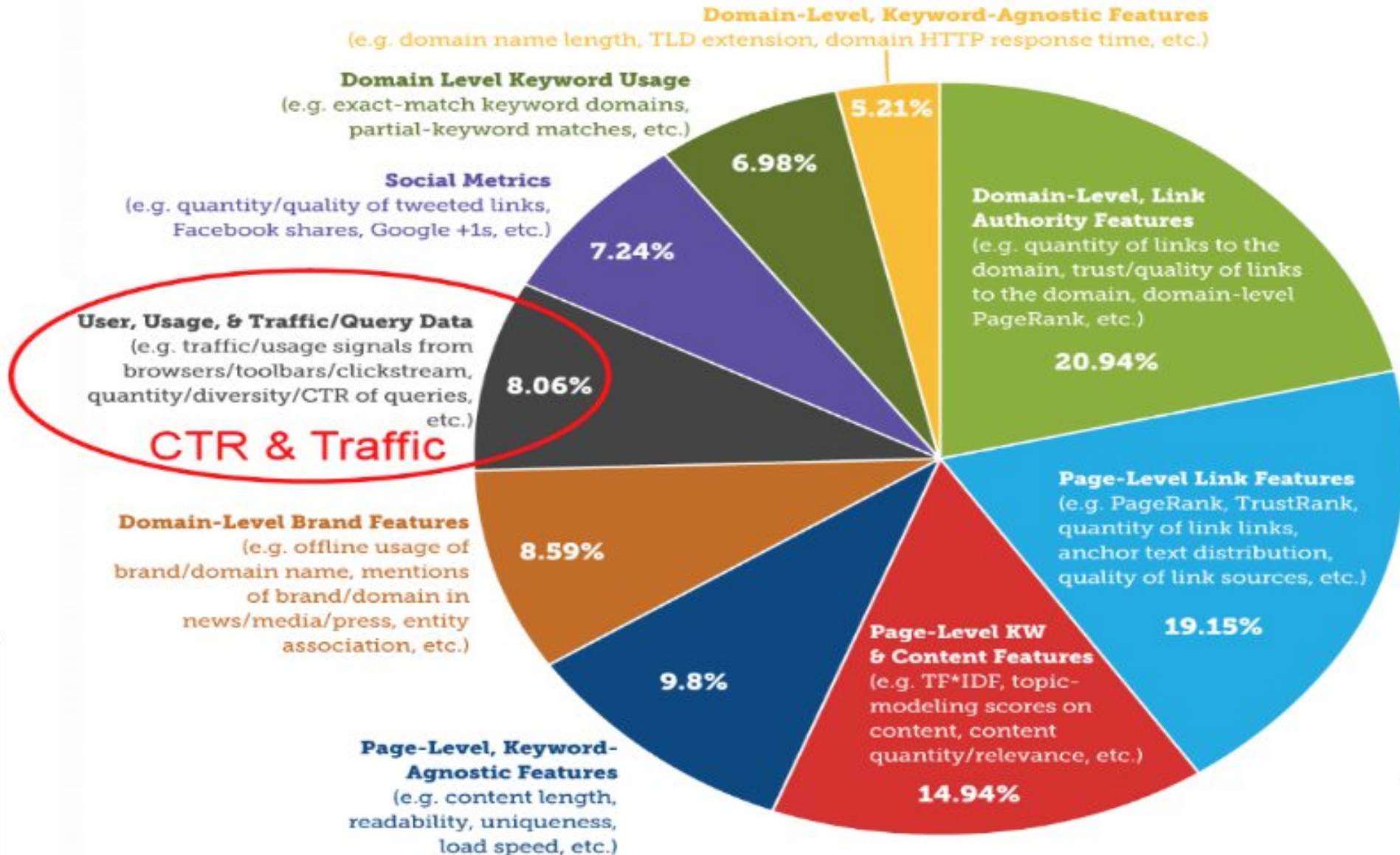
Фактори за класиране в Google: Митът

Искате да научите кои фактори за класиране работят и кои не: свалете презентацията ми "Фактори за класиране в Google през 2017" от тук: <https://3dwebdesign.org/faktori-klasirane-google-2017.pdf>

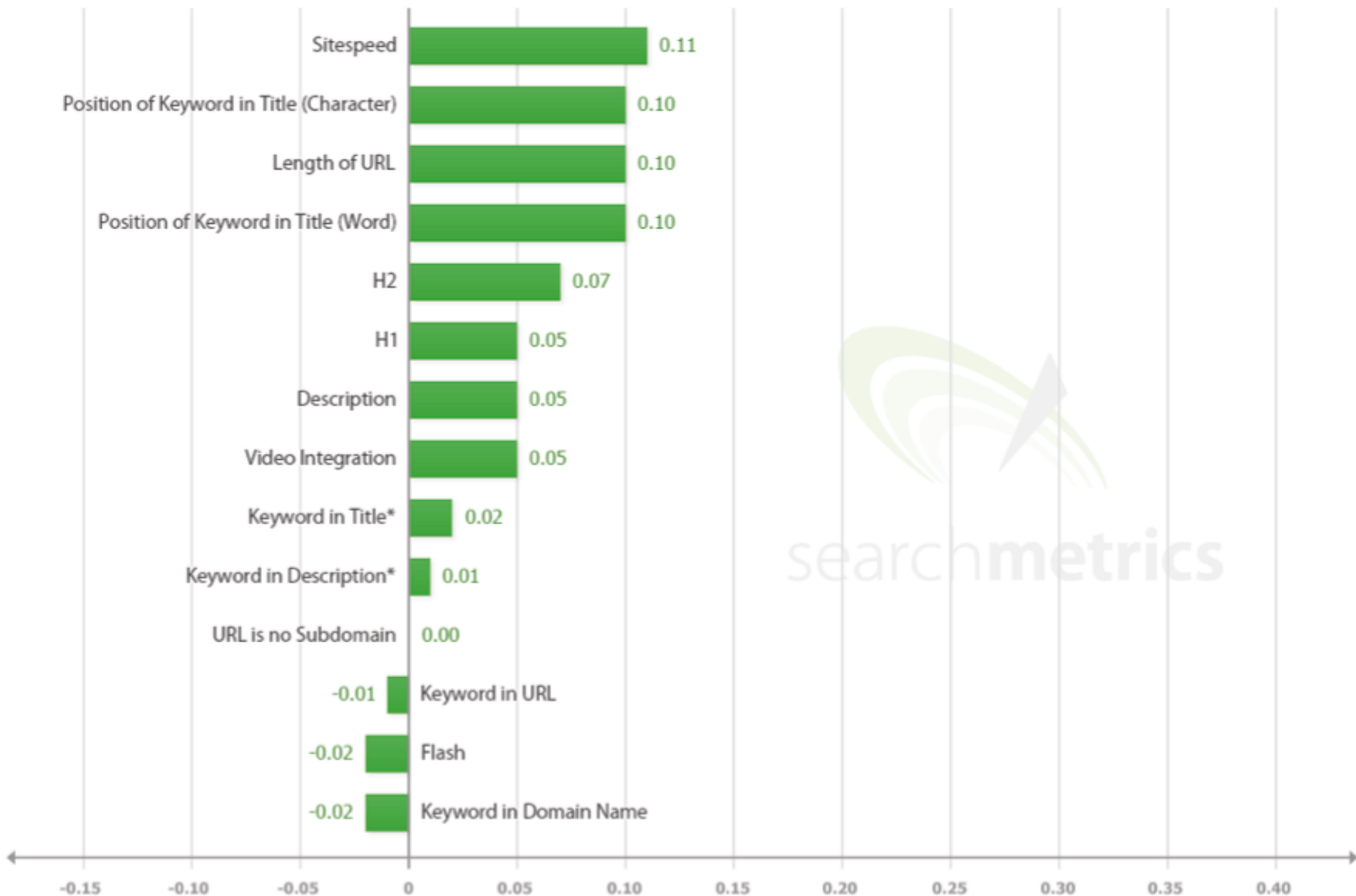


Фактори за класиране: Google Ranking factors - 2014-2015

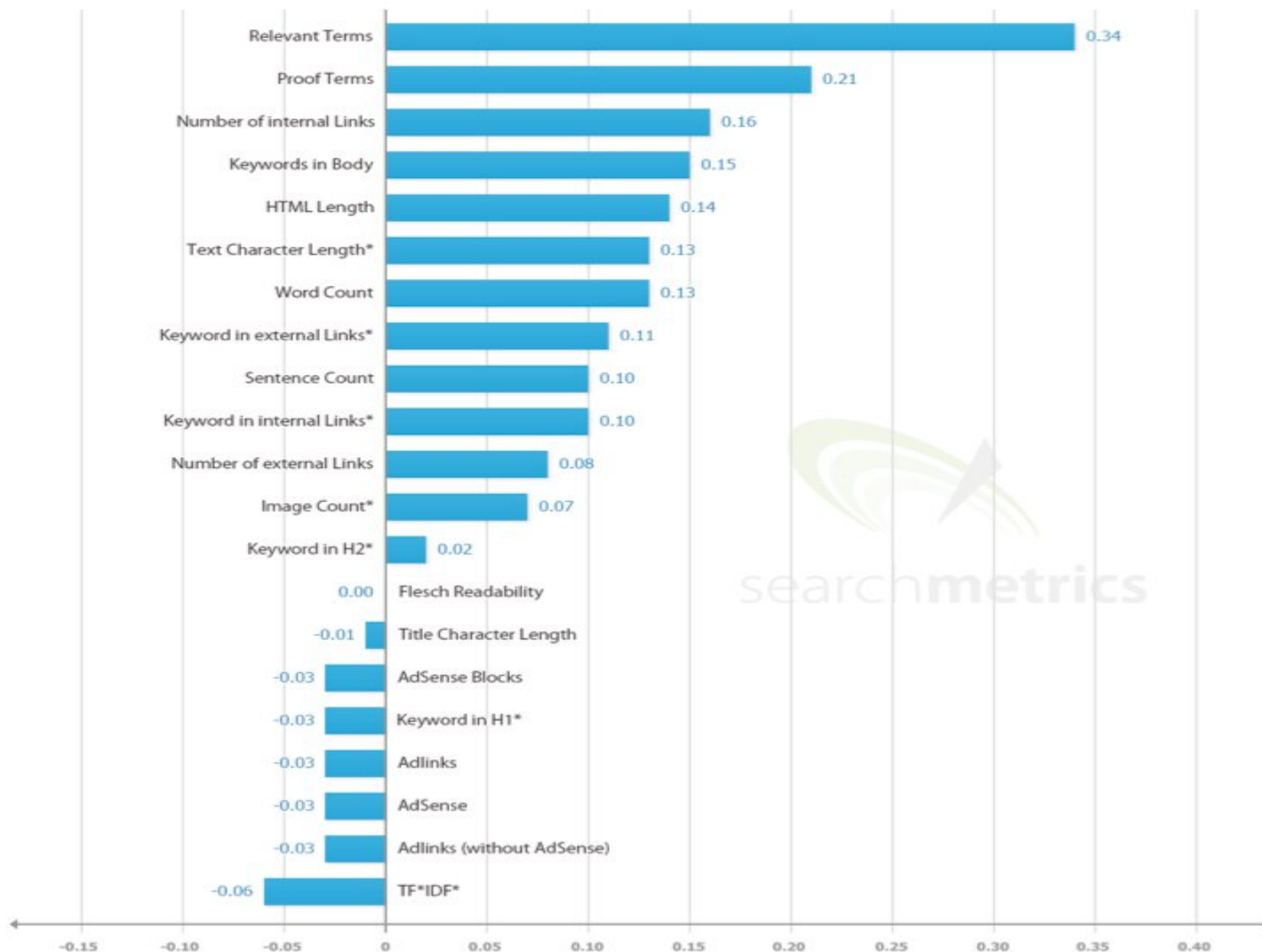
Weighting of Thematic Clusters of Ranking Factors in Google 2014 Start



OnPage SEO оптимизация: Content Ranking factors, 12.2014



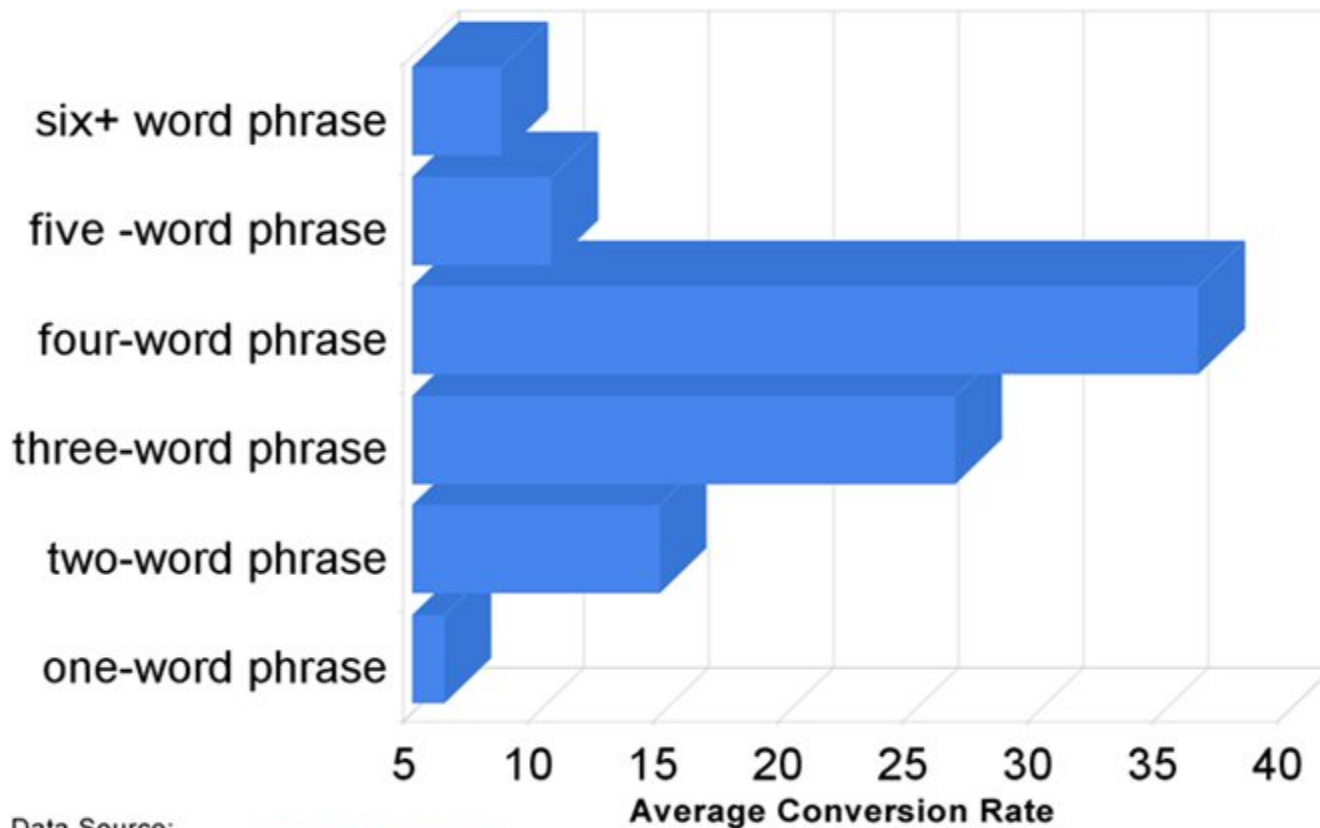
OnPage SEO оптимизация: Technical Ranking Factors, 12.2014



Видове ключови думи и проучване

Истинските пари се изкарват от средно-трудните ключови думи, от изразите от по две и три думи!

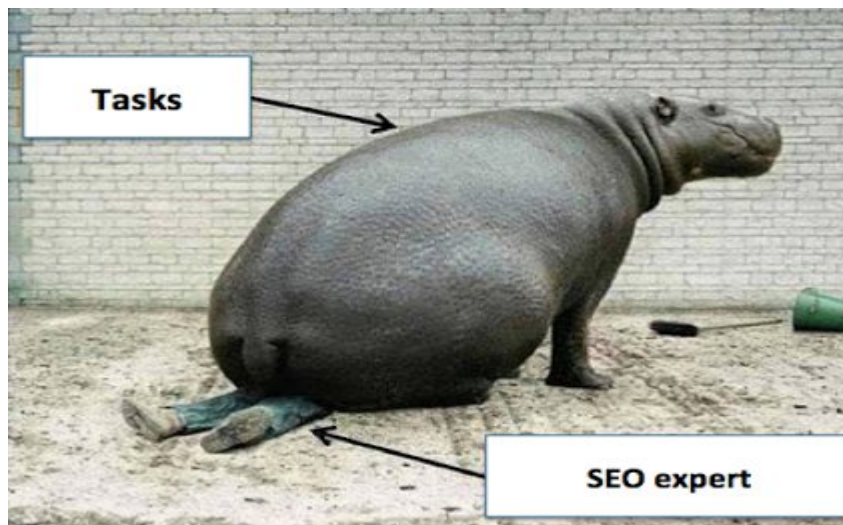
Conversion Rate by KW Phrase Length



Data Source:
 oneupweb

 **seomoz.org**
The Web's Best SEO Resources

On-page SEO или вътрешна оптимизация Или какво имате да свършите :)



1. Всички страници трябва да зареждат бързо. Скоростта е най-важна за мобилните устройства.
2. Сайта трябва да има и мобилна версия!
3. Освен стандартните неща които са най-важни (Title, Meta description, URL, H1-H4 tags, Alt tag на картинките, дължина, релевантност и уникалност на текста), важни са и нестандартните неща, защото ги правят малко онлайн магазини.

Затова в тази презентация ще засегна повече разработката на нестандартни приложения и нестандартни тактики при On-page SEO оптимизацията.

Виж следващия слайд :)





Бързо слагайте 3D очилата!

**На следващия слайд ще
намерите купон код за
50% отстъпка за всички
продукти в Емаг!**



Грабнах ли ви вниманието? Ето и най-ценното: Нестандартни тактики при On-page SEO оптимизацията

Тактика 1: Ръчно или автоматизирано публикуване на вътрешни връзки. Може да става ръчно като например пуснете меню в сайта сочещо към страницата или автоматизирано - например с PHP код или чрез цял plugin за WordPress, Joomla или друга система с която е изграден магазина ви.

Например ние имаме разработени плъгини за WordPress и Joomla които автоматизирано могат да налинкват определени от вас страници по зададени от вас ключови думи. В резултат тези страници получават голям брой вътрешни линкове и се класират по-добре в търсачките. Тактиката работи особено добре при големи сайтове.

Тактика 2: Автоматизирано поставяне на текстове, заглавия и мета на определени места в кода и текста на страниците на продуктите и категориите. Най-често с езикови променливи и PHP. Пример:

```
<?php echo SEO_1 . $product_title; ?>
```

```
<?php echo $category_title . SEO_2; ?>
```

```
<?php echo SEO_9 . ': ' . $categories_seo; ?>
```



Нестандартни тактики при On-page SEO оптимизацията

Тактика 3: Автоматизирано форматиране на текста и генериране на текст на страниците на продуктите и категориите, например генериране на тагове от заглавията на продуктите. Отново най-често с PHP.

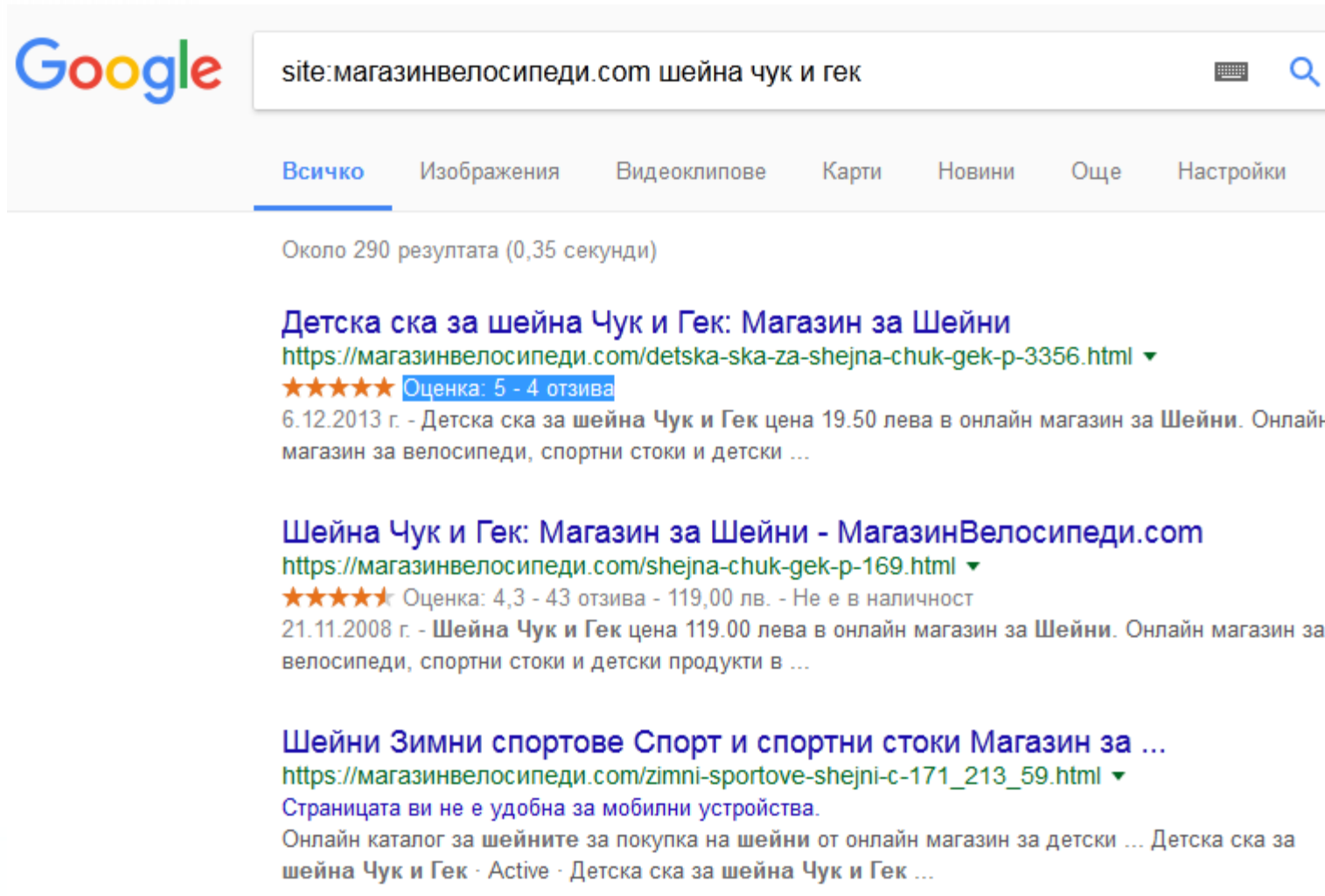
Тактика 4: Защита на съдържанието от кражба. УМНА защита на текста от копиране. При копиране на кратък текст, кода не сработва. При копиране на дълъг текст, текста се поврежда и в него се вмъква линк към страницата от която е копирано. <https://sorupoison.com> - безплатен джаваскрипт, кода е разработен от колегата **Васил Тошков** от **Слоху**.

Тактика 5: Microdata (schema.org) и структурирани данни. Генерират се най-вече от автоматизирани функционалности - плъгини за съответната CMS система. Налични са подобни плъгини за: Oscommerce, Zen Cart и Joomla (и трите са наша разработка), има и за OpenCart, Wordpress и Magento.

Microdata помага много при локално търсене, а също и търсачките да разберат по-добре структурата и съдържанието на сайта ни и (евентуално) да ги накараме да показват повече данни от нашия сайт и при това по-атрактивно.



Microdata (schema.org) и структурирани данни



The screenshot shows a Google search interface. The search bar contains the query "site:магазинвелосипеди.com шейна чук и гек". Below the search bar, there are navigation tabs: "Всичко", "Изображения", "Видеоклипове", "Карты", "Новини", "Още", and "Настройки". The "Всичко" tab is selected. Below the tabs, it says "Около 290 резултата (0,35 секунди)". There are three search results listed:

- Детска ска за шейна Чук и Гек: Магазин за Шейни**
<https://магазинвелосипеди.com/detska-ska-za-shejna-chuk-gek-p-3356.html> ▼
★★★★★ Оценка: 5 - 4 отзива
6.12.2013 г. - Детска ска за шейна Чук и Гек цена 19.50 лева в онлайн магазин за Шейни. Онлайн магазин за велосипеди, спортни стоки и детски ...
- Шейна Чук и Гек: Магазин за Шейни - МагазинВелосипеди.com**
<https://магазинвелосипеди.com/shejna-chuk-gek-p-169.html> ▼
★★★★★ Оценка: 4,3 - 43 отзива - 119,00 лв. - Не е в наличност
21.11.2008 г. - Шейна Чук и Гек цена 119.00 лева в онлайн магазин за Шейни. Онлайн магазин за велосипеди, спортни стоки и детски продукти в ...
- Шейни Зимни sportive Спорт и спортни стоки Магазин за ...**
https://магазинвелосипеди.com/zimni-sportove-shejni-c-171_213_59.html ▼
Страницата ви не е удобна за мобилни устройства.
Онлайн каталог за шейните за покупка на шейни от онлайн магазин за детски ... Детска ска за шейна Чук и Гек · Active · Детска ска за шейна Чук и Гек ...






Microdata - пример за структурирани данни

Google [Advanced Search](#)



Web [Show options...](#) Results 1 - 10 of about 55,100 for sa

[Food](#) [Recipe](#) [Video](#) [Fruit Salad](#) [Cooking](#) [Served](#) [Asian](#) WOT Safe Search [x]

Salad - Thai Green Mango Salad Recipe  



★★★★★ 5 reviews - Total cook time: 20 mins
The **Green Mango Salad recipe** has an average rating of 5.0, based on 5 reviews. ... If You Like This Recipe, You'll Also Enjoy These Scrumptious Thai Salads! ...
thaifood.about.com/od/thaisnacks/r/greenmangosalad.htm -
[Cached](#) - [Similar](#)

Thai Food - Thai Food  

Apr 14, 2010 ... Tanga **Thai Ribs Recipe**. User Rating: 5 out of 5 ... **Thai** pork chops with mango Tired of boring old pork chops with applesauce? ... ENJOY! (photo by D.Schmidt). Get More Greens - Try a **Thai Salad Recipe!** ...
thaifood.about.com/ - 8 hours ago - [Cached](#) - [Similar](#)

[Show more results from thaifood.about.com](#)



Стандартни тактики при SEO оптимизацията

Off-page SEO или линк билдинг

Когато е нужно магазина ви да е класиран в Google за средно-трудни или за трудни ключови думи (именно това са фразите които докарват трафик - голяма посещаемост на сайта), **класирането на сайта зависи на до 65-70% от линк билдинга** му и популяризирането му в социалните мрежи. Затова при оптимизация по такива фрази се набляга на линк билдинг услуги - **те дават най-силен ефект.**

Важно е да знаете: Повече линкове не значат по-високо класиране в търсачките! Най-силния параметър на линк билдинга е от колко различни качествени сайта сочат линкове към сайта ви. Тоест, трябва ви не 1000 връзки от един и същ сайт, трябва ви линкове от много на брой различни домейни, най-добре по един линк от сайт. Именно тук най-много се поръчват външни услуги от SEO фирми, защото собствениците на интернет магазини нямат големи ресурси къде да постват текстове с линкове към сайта си.

Общоизвестните Български сайтове които се ползват за линк билдинг са: около 30 работещи социални мрежи, около 150 сайтове каталози (така наречените директории) и около 40 директории за статии.

За сравнение, средният развит Български онлайн магазин има линк билдинг от около **100 различни домейна**, добре оптимизираните магазини в трудни ниши имат линк билдинг от над **200 различни домейна**, а добре оптимизираните онлайн молове, които продават много видове продукти (те имат нужда от класиране по много повече ключови думи и съответно и от повече линкове), обикновено имат връзки от **300 и повече различни домейна.**



Най-често добавяни видове функционалности към онлайн магазини

3.1. Добавяне на функции за нови начини на доставка, функции за начини за онлайн разплащания и виртуален ПОС терминал.

Най-много в България се ползва разплащането по куриер - наложеният платеж. Потребителите в нашата страна все още нямат голямо доверие в онлайн разплащанията и над 90% от поръчките се изпълняват именно чрез това офлайн разплащане. В сайта се маркира че ще се плати на куриера, когато поръчката пристигне, потребителя заплаща сумата на куриера, а продавача получава парите си от куриерската фирма.

3.2. Добавяне на други функционалности към сайта:

- показване на подобни продукти или генериране на други видове списъци с продукти на различни видове страници в магазина.
- поръчка без регистрация.
- опростяване на процеса на покупката.
- автоматизирани системи за отстъпки, купон кодове, подаръчни ваучери и функционалности за пазаруване на едро.



Други функционалности за онлайн магазини

3.3. Интеграция с:

- приложения за имейл маркетинг или създаване на функционалност вътре в сайта.
- други онлайн магазини и сайтове за сравнение на цени.
- системи за експорт и импорт на данните - от доставчици на едро и интеграция със складови програми.
- приложения за продажби в големите социални мрежи, например онлайн магазин във Фейсбук - продуктите от магазина се импортират в бизнес страница в социалната мрежа Фейсбук.
- Приложения за автоматизирано постване на продукти или новини от сайта в социалните мрежи.
- Чат приложения.
- Google Analytics (<https://www.google.com/analytics/>) и други статистики за анализиране на трафика, конверсията и продажбите.
- ERP системи (системи за единно планиране на ресурсите на предприятието).
- Куриерски услуги и техните API-та, например със системите на Спиди (<https://www.speedy.bg/bg/online-shop-integration>) и Еконт Експрес (<http://www.econt.com/iasp/>)



SSL сертификати

Закупуване на SSL сертификати: Ако сайта ви има SSL сертификат, то данните между сайта ви и браузера се обменят криптирано, което повишава сигурността на данните. Онлайн магазините които разполагат с такъв сертификат работят с урл адреси `https://...` вместо `http://...` и потребителите им имат повече доверие.

Алгоритъма на търсачките също има повече доверие на сайтовете ползващи SSL криптирана връзка и в резултат страниците от сайта започват да се класират една идея по-високо в резултатите на Google и другите търсачки.

Ами ако магазина е голям? Класирането на 20,000 страници от голям онлайн магазин с по 2-3 позиции по-високо може да ви докара нови 50-150 уникални посетители дневно!

Изключително важно е освен закупуването на SSL сертификат (или инсталирането на безплатен), сайта да бъде мигриран по правилния начин към `https` адреси, а накрая старите урл адреси да бъдат редиректнати от `http` към `https`. Примерен код за `htaccess` (сложете го веднага след `RewriteEngine On`):

```
RewriteCond %{HTTPS} off
```

```
RewriteRule ^(.*)$ https://%{HTTP_HOST}%{REQUEST_URI} [L,R=301]
```

Бонус тип за хора които знаят какво правят: Ако имате редиректнати паркирани домейни или `www` редирект, то горния код за редирект към `https` трябва да е под редиректнатите домейни, но над `rewrite rules` на CMS-а!



Как да накараме потребителите да купуват повече?

Ок, докарали сме потребителите до сайта, вече имаме едни 500, 1000, 2000 посетители дневно. Но те не се скъсват да купуват от нас. Как да ги накараме да купуват повече?

5. Други начини за оптимизиране на продажбите на онлайн магазин: Ползваемост, ползваемост, ползваемост.

5.1. Дизайна ви трябва да е удобен за потребителите - и от десктоп, и от мобилни устройства. Сайта ви трябва да е интуитивен - потребителя трябва лесно да открива всичко в сайта и НЕ бива да търси откъде може да поръча или как да плати продуктите които е избрал.




Как да накараме потребителите да купуват повече?

5.2. **Ясни призиви към действие и отчетливи предимства.** Продукта е на промоция и е с ниска цена? Направете я по-видима и открояваща се! Малък и сливащ се с цветовете на сайта бутон "Добави" не казва много и не докарва толкова продажби колкото голям и открояващ се бутон "Купи сега"! Можете да опитате и с 2 или 3 бутона Купи на страницата. **Пример - преди:**

Омега 3 рибено масло 270 капсули цена ~~29.90~~ лева 24.90 лева
[fishoil270]

[Твит](#) [G+1](#) [G+ 1 кръг](#) [2 419](#) [✓ Харесвам 5](#) [Споделяне 0](#)

☆☆☆☆☆ средна оценка от общо гласа



Продукта е наличен

[Назад](#) [Мнения](#) Количество: [Купувам](#)

Омега 3 рибено масло (Fish Oil) - 270 желатинови капсули по 1 грам





Как да накараме потребителите да купуват повече?

Пример – след: тук вече цената е червена и е с по-голям шрифт, текста на бутона купи е променен от „Купувам“ на призива към действие „Купи сега!“ и има zoom ефект on hover (но няма как да го покажа в презентацията)

Омега 3 рибено масло 270 капсули цена ~~29.90~~ лева **24.90 лева**

[Твит](#) [G+1](#) +3 [G+](#) 1 кръг [✓ Харесвам 5](#) [Споделяне 5](#)

 средна оценка 4.89 от общо 9 гласа



Продукта е наличен

[Назад](#) [Мнения](#) [Купи сега!](#)



Как да накараме потребителите да купуват повече?

5.3. Не разсейвайте потребителя! Всяка стъпка след кликането върху бутона "Купи сега" е критично важна! И следващите стъпки трябва да са с ясен и точен текст на бутоните, призоваващи към действие.

След кликане върху бутона "Купи сега", потребителя спира да е потребител, той става КУПУВАЧ! Постарайте се да му покажете ясно пътя за завършване на поръчката му - най-добрите опции са или изскачащ прозорец който да го уведомява че е добавил продукта в кошницата, или направо да го прехвърляте към страниците на кошницата или checkout страницата.

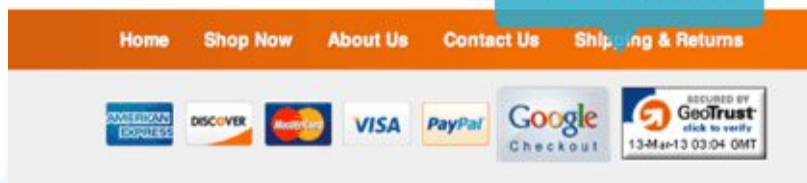
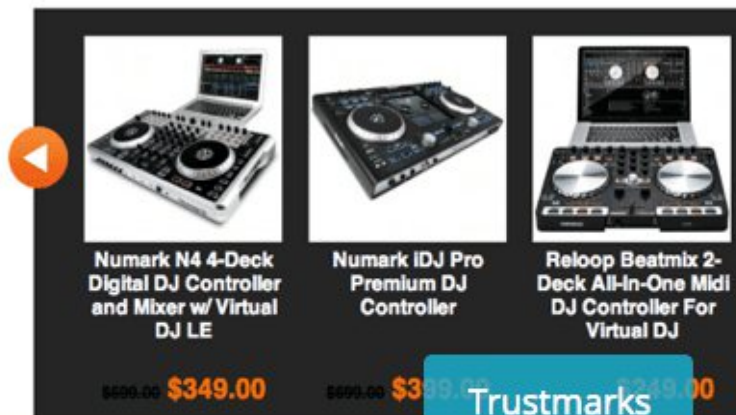
Добре е да имате възможност за покупка без регистрация с възможно най-малко полета за попълване и опростена поръчка (one step checkout, one page checkout). Но предлагайте на потребителите и регистрация, като им предлагате нещо в замяна - отстъпка, удобства, имейл известия и други.



5.4. И отново: Не разсейвайте потребителя! Продуктовите страници е добре да са изчистени, без банери и в никакъв случай не слагайте линкове към други сайтове! Ако потребителя кликне и отиде в друг уеб сайт, няма гаранция че ще се върне във вашия!

Страниците на кошницата и страниците на следващите стъпки на поръчката е препоръчително да са още по-изчистени. Има много големи онлайн магазини които изобщо нямат навигация на тези страници, тоест, потребителя не може да кликне и да отиде никъде другаде - има на екрана само бутони подканващи го да купи, да завърши поръчката. Още примери ще видите в последните слайдове на презентацията.

5.5. Добре е да имате текст или картинка който да показва на потребителя, че може да се довери на сайта ви. Някъде на заглавната страница, и задължително на страниците на кошницата и страниците от процеса на поръчка добавете лого с надпис като: "Сигурна покупка", "Сигурност от Symantec", "Сигурна покупка с GeoTrust". Като колкото по-известно е името на компанията-доставчик на SSL сертификата ви, толкова по-добре.



Как да накараме потребителите да купуват повече?

5.6. **Слайдшоута и големи банери намаляват процента продажби!** Не ги добавяйте освен ако не са наистина необходими, например за да покажете съществуващите промоции с големи намаления.

Control



Variation



Как да накараме потребителите да купуват повече?

5.7. Задължително на страниците на продуктите: **Големи и красиви снимки** (плюс 360 градусова снимка ако е възможно) и евентуално видео показващо предимствата на продукта ви. За да имате бързо зареждане на сайта, големите снимки трябва да се показват само след клик, тоест, на страницата трябва да имате снимки-миниатюри с малък размер, след клик се отварят големи и красиви изображения (но оптимизирайте размера и на големите картинки - най-добре ползвайте JPG и качество: 75-80%).

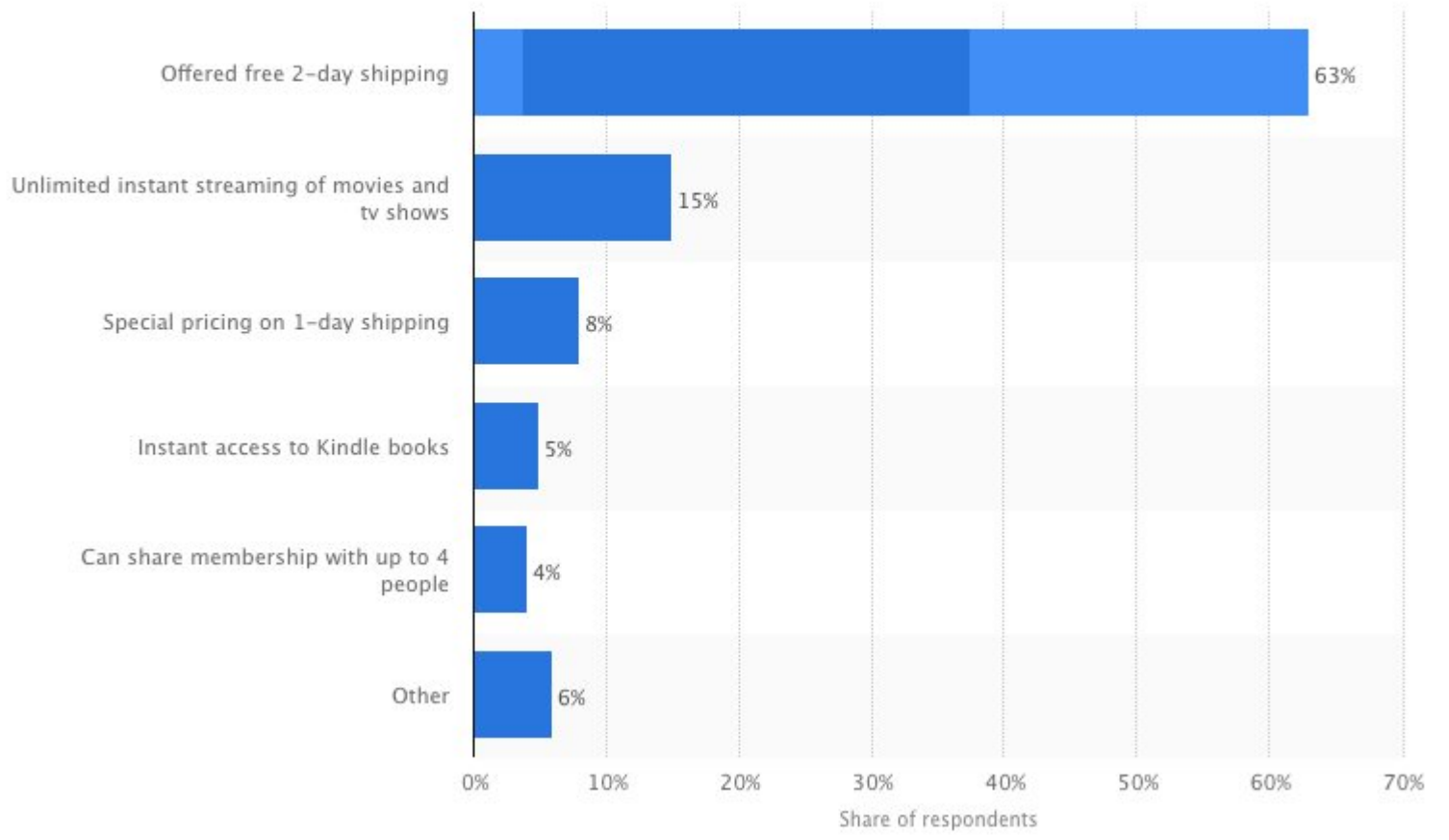
5.8. **Потребителите обичат да се хвалят**, използвайте това! Добавете бутони за споделяне в социалните мрежи на продукта който вече са закупили на страницата с потвърждение за завършена поръчка.

5.9. **Предложете Безплатна доставка на продуктите!** Ако не за всички продукти, то поне за някои или при достигане на определено ценово ниво. Безплатната доставка увеличава страхотно броя на продажбите. Така дори продукти които не са атрактивни за потребителите от големите градове, ще имат приични продажби - те ще идват от по-малките населени места.



Безплатната доставка на продуктите... вдига поръчките във пъти!

Most popular reasons for users in the United States to join Amazon Prime as of April 2014



Как да накараме потребителите да купуват още повече?

5.91. Лесна и бърза (почти) безплатна популяризация: **Афилиейт системи**. Целта на такава система е да стимулираме потребителя да ни популяризира сайта и да ни докарва нови купувачи. Как работи: В Афилиейт системата ви се регистрира нов потребител.

Той получава информация за отстъпката (или парите) които получава при всяка продажба дошла през неговия линк (обикновено процент от продажната цена на продукта) и примери как и къде да постави този линк плюс евентуално готови графични материали - банери.

След това вашия Афилиейт потребител поставя линка си или банерите на един или повече сайтове, шерва ги в социалните мрежи и т.н. След като друг потребител кликне на линка и направи покупка, нашият Афилиейт потребител получава отстъпка при последващи покупки от сайта ни или направо пари. Как ще награждавате Афилиейт потребителите си, решавате вие.

В резултат, вие получавате повече популярност и продажби, а хората които ви популяризират сайта, получават процент и всички са доволни.



Как да накараме потребителите да купуват повече?

Всеки ден получавам писма от Etag.bg със съдържание, цитирам: „Казвам се Х (измислено име) и съм сътрудник продажби в Емаг. Продуктите са във вашата количка и са налични. Все още можете да ги купите... и т.н.“

5.92. Това са така наречените **Abandoned carts** или **изоставени колички** (изоставени кошници) – клиента вкарва продукти в кошницата си, но не завършва поръчката. Лечението за тях е само едно:

Автоматизирани имейли с които подканвате тези потребители да завършат поръчката си. Но имейлите от типа на Емаг имат много ограничена успеваемост, тоест, **Емаг го прави по неправилния начин.**

Къде бъркат Емаг:

1. В писмото на Etag.bg няма ЯСЕН призив към действие.
2. Емаг не ви стимулира да купите тези продукти. След като НЕ сте ги купили, то най-вероятната причина е че цената на продукта е (или ви се е сторила) висока.
3. Следователно, ако Емаг искат тези продукти да се продадат, то най-голям успех те ще имат ако в това писмо ви предложат по-добра цена.



Писмата на Emag.bg

Едуард Димитров, не забравяй да поръчаш продуктите, които си добавил в количката си!

От eMAG <no-reply@emag.ro>

До admin

Обратна връзка no-reply@emag.ro



Не забравяй да поръчаш
продуктите от количката си :)

Здравей,

Казвам се Ана и съм Сътрудник обслужване на клиенти в eMAG. Радвам се, че си намерил това, от което имаш нужда, при нас. Забелязах обаче, че не си поръчал продуктите, които си добавил в количката си.

За съжаление не мога да ти ги резервирам, но реших да ти напомня да завършиш поръчката си, защото по-късно може да не са в наличност.

» [Обратно в количката](#)

IT EXPO
Bulgaria



**SEO AND DIGITAL
MARKETING** 20th April 2017

3dwebdesign.org

Как да накараме потребителите да купуват повече?

Лечение две или Правилният начин да конвертирате по-голям процент от изоставените кошници в продажби:

Изпращайте на потребителите **автоматизирани имейли** с които ги подканвате да завършат поръчката, **като им предлагате и ОТСТЪПКА от цената** (като точна сума или като купон код даващ им определена отстъпка).

Да, този начин ще намали печалбата ви.

Но така **ЩЕ ПРОДАДЕТЕ** тези продукти, тоест ще конвертирате в продажби поръчки които иначе никога нямаше да бъдат завършени!

С тази тактика можете да очаквате успеваемост от около 20 до почти 50% ако цените ви наистина са ниски и предложите сериозна отстъпка. Имайте предвид и че **една част от тези поръчки няма как да бъдат конвертирани в продажби**, защото вероятно са злонамерени - майтапещи се тийнейджъри, конкуренти, хора които няма да купят продукта на каквато и цена да им го предложите и други подобни причини.

5.93. Ако няма кой да обработва поръчките и да отговаря на запитванията на клиентите, вие ги губите като клиенти. **Трябва ви суппорт ЕКИП**, който да отговаря на: имейл запитванията, въпросите от чата и най-вече да вдига телефона. Внимание: **Екипа ви ТРЯБВА да познава продуктите** и да може да отговаря експертно на въпросите на клиентите.

6. Тествайте, тествайте, тествайте! Вашият магазин може да има нужда от разработка на нещо специфично, свързано с: нишата ви, таргета или бранда ви.



Success case studies и примери

The image shows a screenshot of the Macy's website with a pop-up window. The pop-up window features the Macy's logo (a red star) and the text "the magic of macy's .com". It includes a small Israeli flag icon and the heading "Now shipping to Israel". Below this, it lists several benefits: "We make it easy to shop from Israel with:", "All prices in Israeli shkalim", "Duties and taxes calculated at checkout", "Low international shipping rates", and "Guaranteed landed costs (no additional charges at delivery)". A red "shop now" button is present. At the bottom of the pop-up, there is a red banner with white text: "SIGN UP FOR EMAILS & ENJOY 15% OFF your next purchase + find out about all our other upcoming deals! exclusions apply. [sign up](#)". The background of the website shows the Macy's logo, a search bar, and various navigation links like "FOR THE HOME", "BED & BATH", "JEWELRY & WATCHES", "SALE", "wedding registry", "EXTRA 15% OFF", and "WOMEN", "SHOES", "MEN", "HANDBAGS", "WATCHES", "BED & BATH", "PLUS SIZES", "PETITE", "BIG & TALL", "KIDS", "JEWELRY", "DINING".

IT EXPO
Bulgaria



**SEO AND DIGITAL
MARKETING** 20th April 2017

3dwebdesign.org

Success case studies и примери

Item Details

★★★★★ (86)

Shipping & Policies



Reviewed by
Kelly Quick



Aug 26, 2014

simply perfect. I can't wait for the weather to cool off so I can wear it!



Blush Pink Cozy Vintage Sweater / Butter Soft Pale Pink Sweater / Sweet Pastel 70s Mock Neck Sweater



Reviewed by
RACHELWITZ



Aug 26, 2014

i wore my little T the next day after i received it! it's funny how 80s i am now...but in the 80s i didn't know how to dress !!! hahaha i do wear it at least once a week and i love it...so it went to a good home my dear! Thank you so much - you know i will be back to purchase more! xxx Rachel



Stunning Watercolor Floral Vintage Blouse / Vintage Floral Tee / 80s Garden Floral Top / Colorful Summer Floral Blouse

IT EXPO
Bulgaria



**SEO AND DIGITAL
MARKETING** 20th April 2017

3dwebdesign.org

Success case studies и примери

Quick Cart Summary



Added to your cart



Astrobrights® Cover Stock, 8 1/2" x 11", 65 Lb, Solar Yellow, Pack Of 250 Sheets

\$15⁹⁹ / pack

Quantity 1

Cart contains **4 items**

Subtotal **\$54.96**

FREE Delivery!*

[VIEW CART & CHECKOUT](#)

[CONTINUE SHOPPING](#)

Customers also purchased



OIC® Assorted Binder Clips,...

Your Price: **\$6.99** /each Qty



FORAY® Soft-Grip Retractable Gel...

Your Price: **\$10.99** /dozen Qty



Wilson Jones® Basic Round-Ring View...

Your Price: **\$3.49** /each Qty



Office Depot® Brand Hanging...

Your Price: **\$12.99** /box Qty

[ADD ITEM\(S\) TO CART](#)

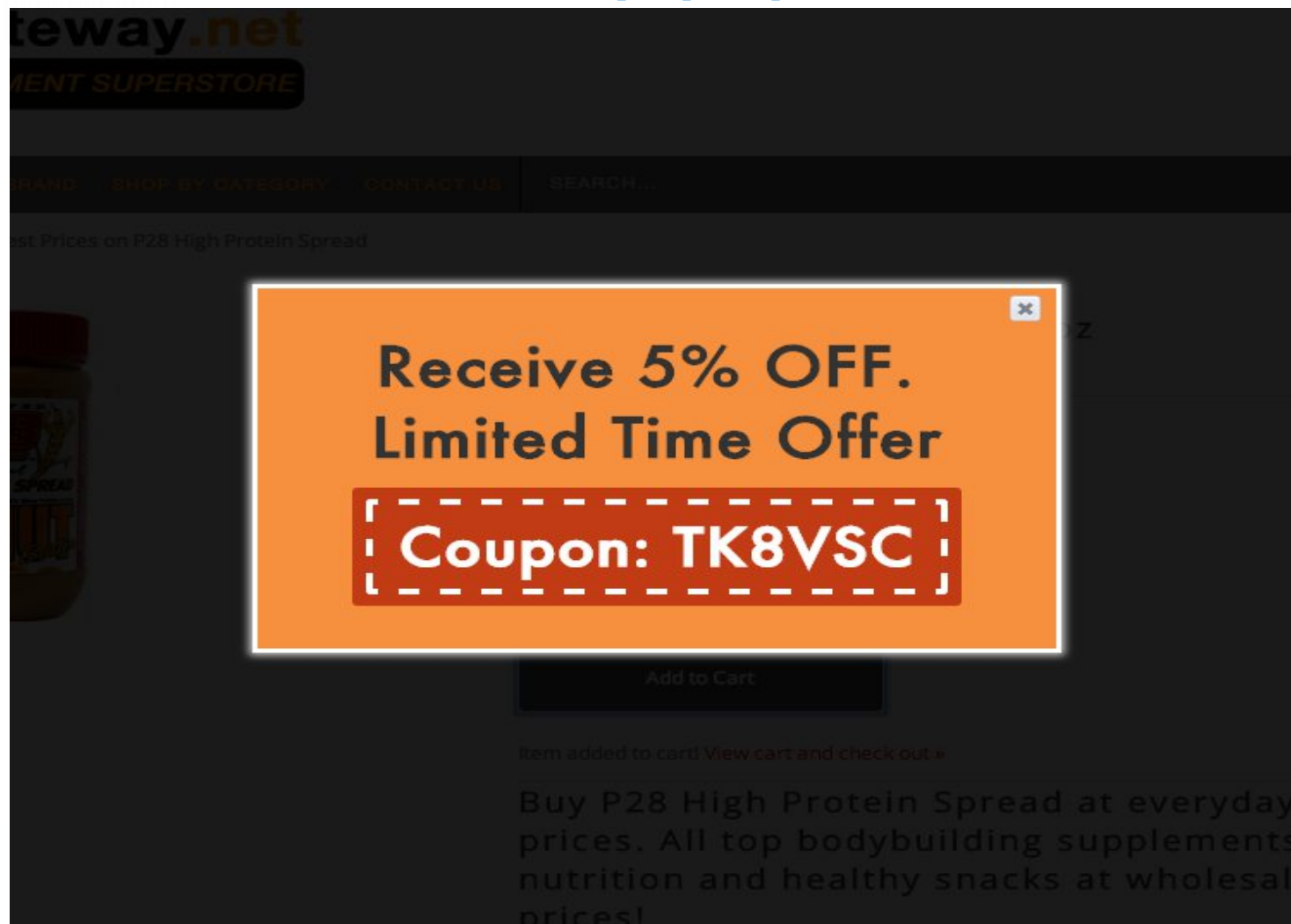
IT EXPO
Bulgaria



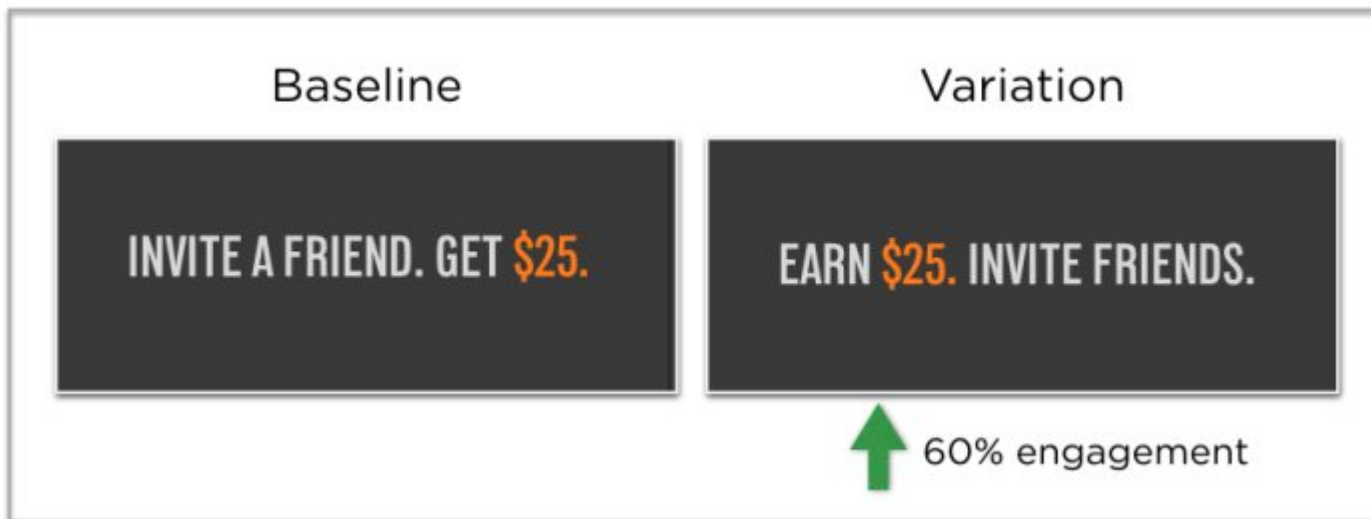
SEO AND DIGITAL
MARKETING 20th April 2017

3dwebdesign.org

Success case studies и примери: Exit pop-up



Success case studies и примери



Success case studies и примери

The screenshot shows the Macy's website interface. At the top left is the Macy's logo with the tagline "the magic of macy's". To the right is a search bar with the placeholder text "Search or enter web ID" and a magnifying glass icon. Further right is a shopping bag icon labeled "my bag (0)". Below the search bar is a navigation menu with categories: FOR THE HOME, BED & BATH, WOMEN, MEN, JUNIORS, KIDS, SHOES, and HANDBAGS. A red arrow points to the "WOMEN" category. To the right of the navigation menu, a notification states "0 items in your bag. Shop great deals now!". Below the navigation menu are links for "deals & promotions" and "wedding registry". On the left side, there is a vertical menu for "women" with sub-categories: Extra 25% Off Clearance, Women's Clothing, Activewear, Coats, Dresses, Jackets & Blazers, Jeans, Jumpsuits & Rompers, Leggings, Lingerie, and Pajamas & Robes. The main content area features a "FREE SHIPPING" banner with a truck icon and text: "Free Shipping with \$99 purchase. Free Returns by mail or in-store. excludes furniture & mattresses. U.S. only. [exclusions & details](#)". Below this is a promotional banner for "WEAR NOW & LATER" featuring two models in summer attire. The text reads: "WEAR NOW & LATER THE FUTURE LOOKS BRIGHT WITH SUMMER PIECES TO FALL FOR. CHECK IT OUT ▶".

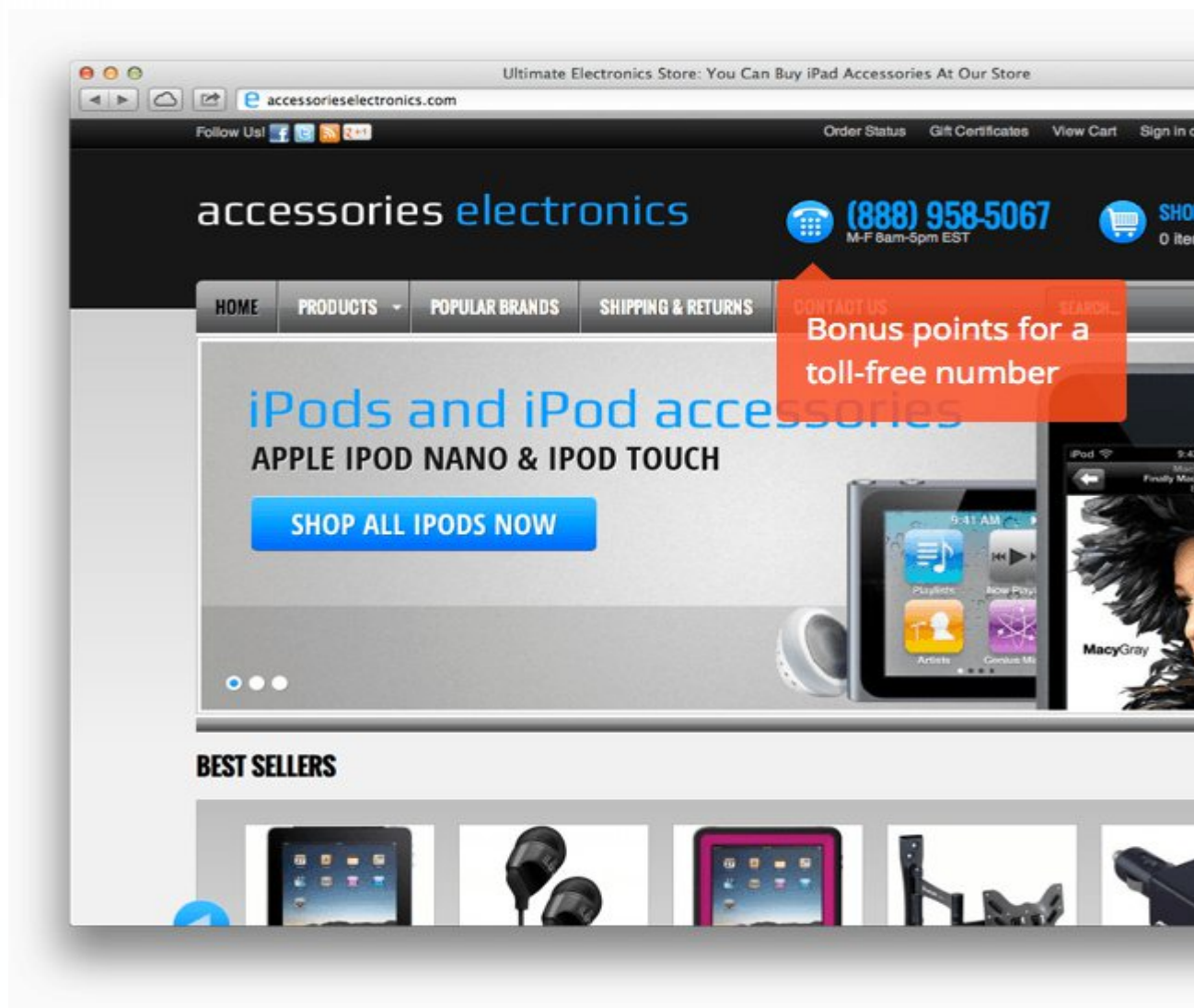
IT EXPO
Bulgaria



**SEO AND DIGITAL
MARKETING** 20th April 2017

3dwebdesign.org

Success case studies и примери



Success case studies и примери

The image shows a screenshot of the ProteinCo website homepage. The browser address bar displays "www.proteinco.com". The page features a dark background with a prominent red and white promotional banner. The banner includes the text "Eyes on the prize" in a blue callout box, "MORE PRICE CUTS ON ALL PRODUCTS", and a large red box with "UP TO 50% OFF". To the right, there are images of protein supplement containers labeled "NITRIC OXIDE BOOSTER", "BCAA", "ZMA", and "WEIGHT GAIN PROTEIN". A blue callout box labeled "Product" points to the BCAA container. Another blue callout box labeled "U-S-A, U-S-A!" is positioned above the protein containers. At the bottom of the banner, a red box says "HURRY UP! Offer ends July 21, 2013!" and a blue callout box labeled "Creates urgency" points to this text. The website header includes the ProteinCo logo, navigation links, and promotional badges for "#1 Supplement Factory Store", "Free Shipping", and "Money-Back".

IT EXPO
Bulgaria

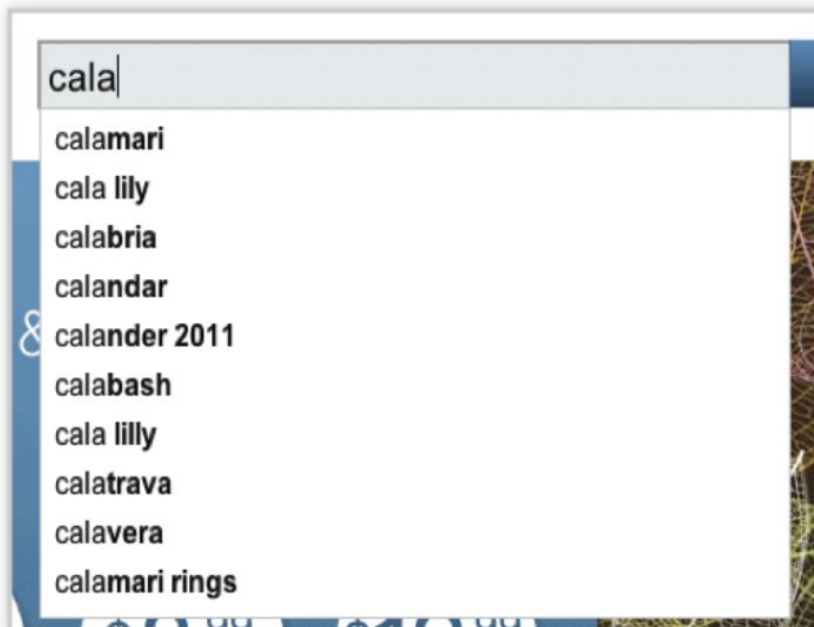


**SEO AND DIGITAL
MARKETING** 20th April 2017

3dwebdesign.org

Success case studies и примери

Control - Exact Match



Variation - Fuzzy Match

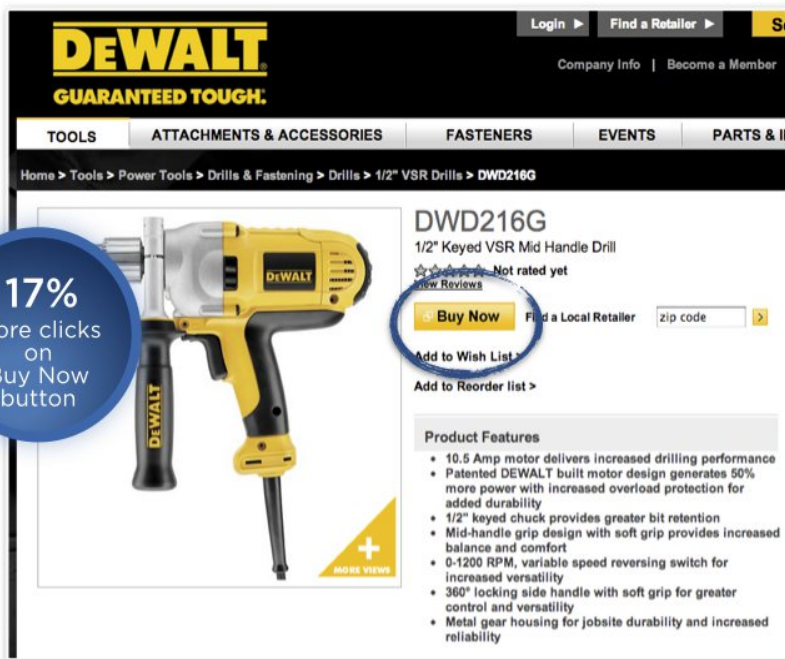


3.2%
increase in
images
downloaded



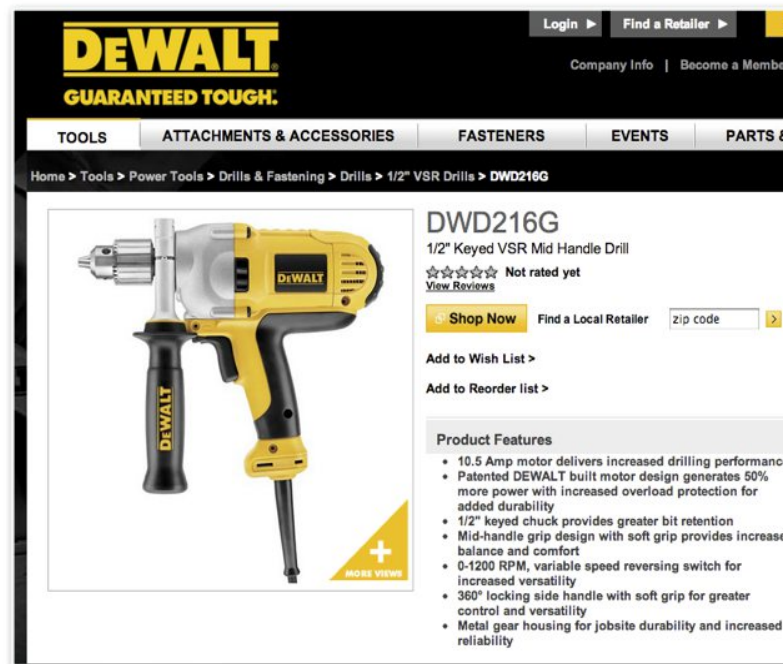
Success case studies и примери

Control “Buy Now”



17%
More clicks
on
Buy Now
button

Variation “Shop Now”



Success case studies и примери

Control

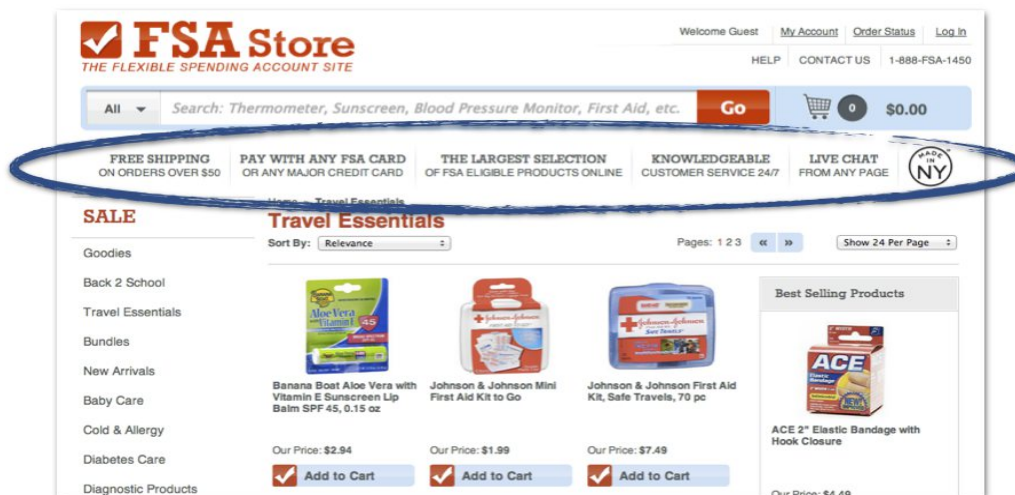


Variation

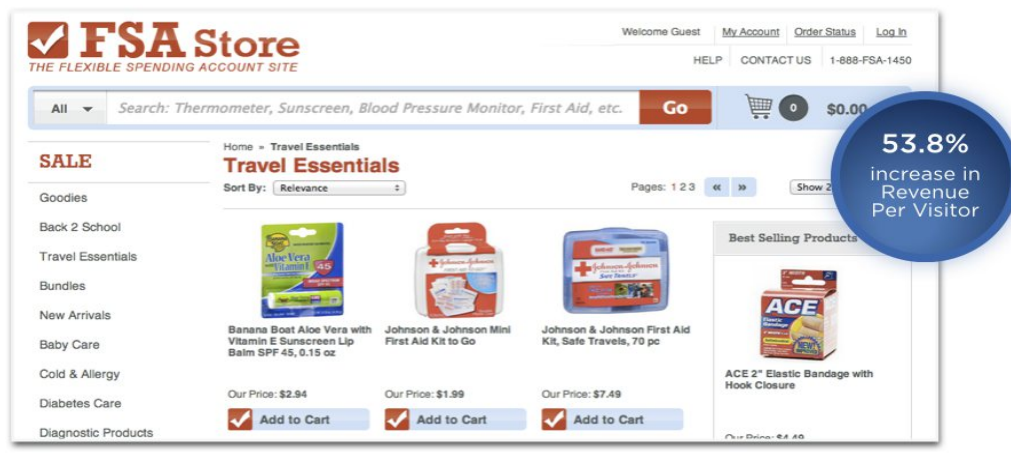


Success case studies и примери

Control



Variation



Success case studies и примери

Control

Insound

Shipping/Billing Step 2 of 3

Shipping Address Edit

Lance Armstrong
Tour de France Way
Austin
Texas
78746
UNITED STATES
lance@juanpelota.com

Billing address is the same as the shipping address

Delivery Options

- select -

Shipping Address

Delivery Options

Billing Details

Billing Address

Discounts (optional)

Your subtotal is \$89.99

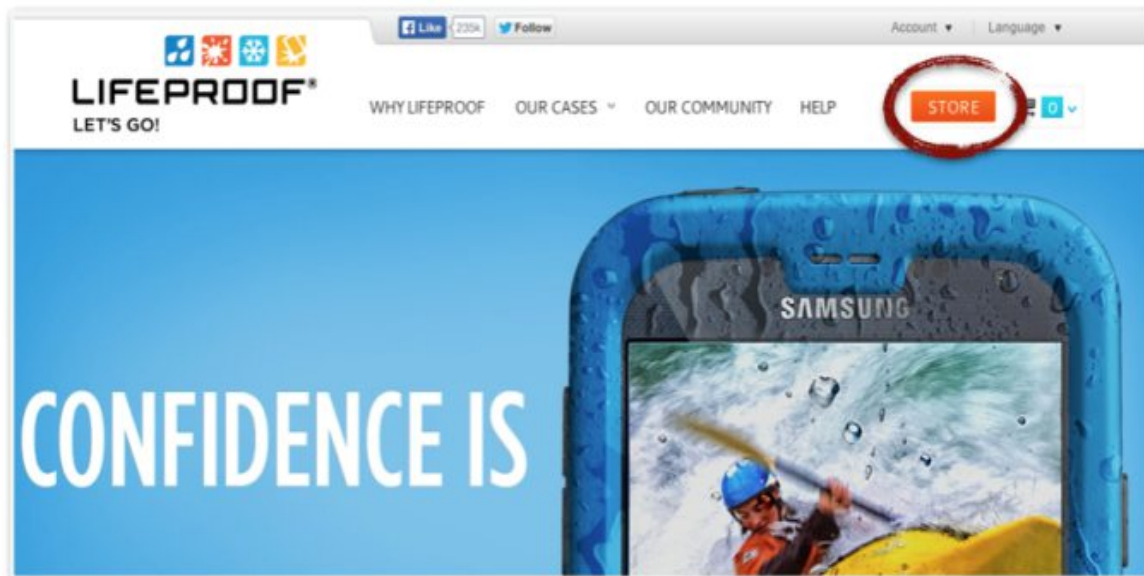
Continue

Variation 1	Control	Variation 2	Variation 3
Review Order	Continue	Submit	Almost Done
39.4%	30.5%	29.7%	27.5%
Click Rate	Click Rate	Click Rate	Click Rate



Success case studies и примери

Control



Variation 1



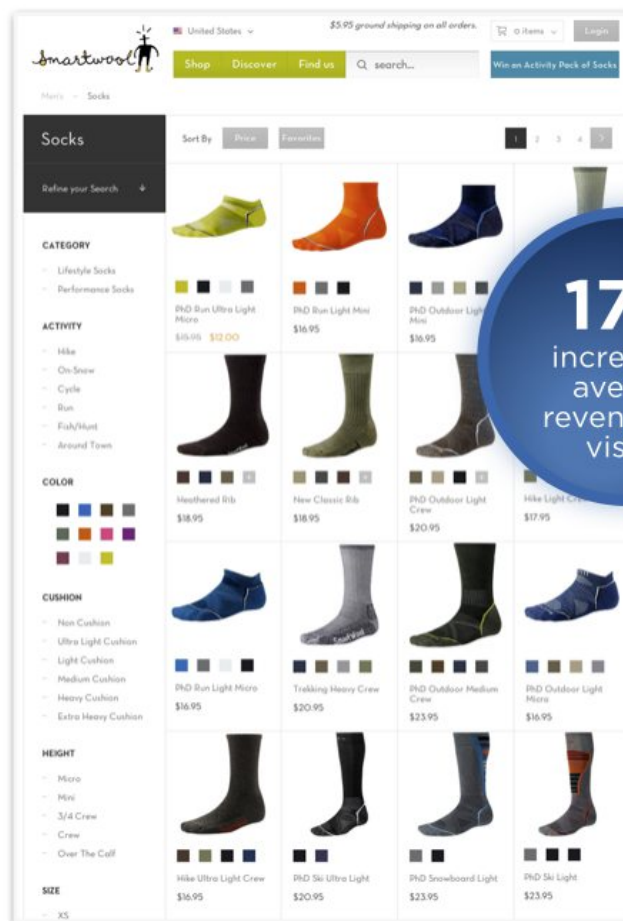
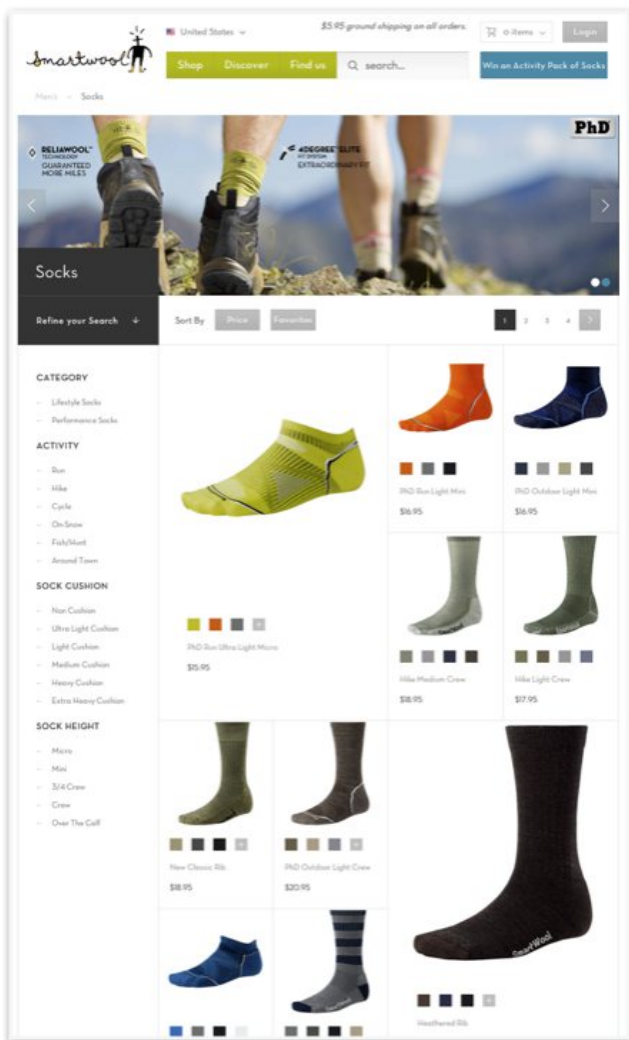
Variation 2



Success case studies и примери

Control

Variation



IT EXPO
Bulgaria



SEO AND DIGITAL
MARKETING 20th April 2017

3dwebdesign.org

Success case studies и примери

Control

Sign Up for Email Updates | My Account | My Wishlist | Log In | Cart

VeggieTales

FREE SHIPPING Free Shipping Special Offer! [Learn More](#) Search entire store...

DVDs | Music | Books | Toys | Apparel | Home | Church | School | Party | Girls | Boys

Checkout

1 Checkout Method

Checkout as a Guest or Register
Register with us for future convenience:

Checkout as Guest
 Register

Register and save time!
Register with us for future convenience:
Fast and easy check out
Easy access to your order history and status

Login
Already registered?
Please log in below:

Checkout as Guest
 Register

Register and save time!
Register with us for future convenience:
Fast and easy check out
Easy access to your order history and status

Email Address *

Password *

[Forgot your password?](#)

* Required Fields

YOUR CHECKOUT PROGRESS

Billing Address

Shipping Address

Shipping Method

Payment Method

2 Billing Information

3 Shipping Information

4 Shipping Method

5 Payment Information

6 Order Review

Variation

VeggieTales

FREE SHIPPING Free Shipping Special Offer! [Learn More](#) Search entire store...

Checkout

1 Checkout Method

Checkout as a Guest or Register
Register with us for future convenience:

Checkout as Guest
 Register

Register and save time!
Register with us for future convenience:
Fast and easy check out
Easy access to your order history and status

Login
Already registered?
Please log in below:

Checkout as Guest
 Register

Register and save time!
Register with us for future convenience:
Fast and easy check out
Easy access to your order history and status

Email Address *

Password *

[Forgot your password?](#)

* Required Fields

YOUR CHECKOUT PROGRESS

Billing Address

Shipping Address

Shipping Method

Payment Method

2 Billing Information

3 Shipping Information

4 Shipping Method

5 Payment Information

6 Order Review

© 2013 Big Idea Ent. [Privacy Policy](#) [Customer Service](#) [Orders and Returns](#) [Contact Us](#)

14%
increase in
revenue
per visitor



Полезни SEO Инструменти и ресурси:

Група за съвети и обмен на връзки в Google+:

<https://plus.google.com/communities/109764117072796544268>

Market Samurai (платен инструмент): goo.gl/RGv7u

Serpstat (най-добрия инструмент за ключови думи и проучване на конкуренцията - платен сайт, работи на абонаментен принцип, единствения който работи с Български и Руски ключови думи):

<https://goo.gl/wbCVhj>

Google Trends (безплатен): <http://www.google.com/trends/>

UberSuggest (безплатен): <http://ubersuggest.org/>

Majestic (частично платен) – ръководство за безплатно ползване:

<http://3dwebdesign.org/forum/rakovodstvo-za-majesticseo-t1887>

Semrush (аналог на Serpstat - платен, но не работи с Български):

<https://goo.gl/cilAYi>

IT EXPO
Bulgaria



SEO AND DIGITAL
MARKETING 20th April 2017

3dwebdesign.org

Най-полезният SEO Инструмент: Serpstat

1. Проучване на ключови думи и намирането на нови, като виждате пълни статистики: ВСИЧКИ фрази в които тази дума се съдържа, брой търсения на ключовата дума на месец, цена за реклама по тази дума в Google Adwords, конкуренция. Можете да филтрирате, подреждате по различни критерии още доста други функции.

2. Проучване на конкуренцията: Въвеждате вместо ключова дума домейна който искате да проучите и получавате:

- Пълен списък с ВСИЧКИ ключови думи за които е класиран този домейн и на какви позиции е класиран за всяка (тоест, намирате откъде идва трафика му).
- Списък с най-добре класираните му страници. След клик върху страницата виждате за какво и къде е класирана тя.
- Списък с всичките реклами на този сайт.

3. С един клик на мишката можете да експортирате като таблица:

- списъка с ключовите думи които в момента разглеждате.
- списъка с топ страници на сайта и техните статистики.
- списъка с всички реклами (за определена ключова дума или само рекламите по които рекламира определен сайт)

4. Пример: Мога с един клик да експортирам всички 489,756 ключови думи по които Емаг излиза в Гугъл. Мога и да експортирам с 1 клик всички реклами на Емаг в Google Adwords.

Линк към инструмента: <https://goo.gl/wbCVhj>



With subdomains emag.bg google.bg [Search](#)

Web Analytics / Domain Analytics / SEO Research

Overview ? emag.bg ▼

1 543.79

Visibility ?



7 538 771

SE Traffic ?



489 756

Organic Keywords ?



Organic keywords ?

Total number

489 756

New

2 211

Lost

0

Improved

4 648

Declined

4 706

Keyword	Pos	Volume ?	CPC \$
emar	1	823 000	0.11
em ag	1	368 000	0.08
e_mag	1	368 000	0.11
e mag	1	368 000	0.08
emag	1	201 000	0.14

[Show all](#)

Ads keywords ?

Paid Keywords

20 714

Keyword
e_mag
iphon 6
мебели арон
клавиатур
iphone 6s



With subdomains ▾

emag.bg

google.bg ▾

Search

Today queries
left: 3 985

Upgrade plan

See other plans

Web Analytics / Domain Analysis / SEO Research / Positions

Positions

BG 489.8K | Google

UA 1.8K | Google

KZ 1.2K | Google













BY 1.1K | Google

US 987 | Google

Other 2.4K ▾

Filter ▾

Export ▾

#	Keyword	Position	Volume Google	Cost	Competition in PPC	Results	URL
1	p revodach	↑1 76	1 220 000	0.48	0	26.5K	/govorjasht-anglijsko-bylgarsk...
2	m obile  	↑2 20	823 000	0.61	4	5.8B	/escalate-mobile/1918/v
3	mob ile   	↑21 14	823 000	0.61	4	7.3M	/mobilni-telefoni/brand/huawei...
4	mobi le  	↑7 56	823 000	0.61	3	5.9B	/escalate-mobile/1918/v
5	emaг 	1	823 000	0.11	1	76K	http://www.emag.bg/
6	mobile.bg	94	673 000	0.28	1	29.2M	/mobilni-telefoni/brand/lg/c
7	mibileg 	New 37	673 000	0.28	1	17.8M	/mobilni-telefoni/c
8	mobile bege	33	673 000	0.28	1	13.9M	/mobilni-telefoni/c
9	m obile bg  	33	673 000	0.28	1	95	/mobilni-telefoni/c
10	mobile b g  	New 75	673 000	0.28	1	81	/mobilen-telefon-sony-xperia-m...
11	d ir  	54	550 000	0	0	1B	/bezzhichen-ruter-d-link-wirel...
12	мобиле	87	368 000	1.77	2	1.6M	/escalate-mobile/1918/v
13	igri +	42	368 000	0.37	5	12.5M	/igri-igrachki/sd
14	детски песни 	↓1 36	368 000	1.19	1	409K	/kompakt-diskove-s-ljubimi

With subdomains

emag.bg

google.bg

Search

Today queries
left: 3 984

Upgrade plan

See other plans

Web Analytics / Domain Analytics / SEO Research / Top Pages

Top Pages ?

Filter

Total number : 148 671

Export

#	URL	Organic Keywords	FB shares	LinkedIn shares	Google+ shares	Potential Traffic
1	http://www.emag.bg/	3 690	83.3K	44	278	9.5K
2	http://www.emag.bg/kabeli-i-adapteri/c	2 815	6	0	0	11.7K
3	http://www.emag.bg/televizori/c	2 148	7.2K	0	36	45K
4	http://www.emag.bg/mobilni-telefoni/c	1 987	6.5K	0	80	41.3K
5	http://www.emag.bg/radio-cd-dvd-ple-ri-za-kola/c	1 772	8	0	0	14.4K
6	http://www.emag.bg/igri-konzola-kompiutyr/c	1 723	0	0	1	7.2K
7	http://www.emag.bg/laptopi/c	1 420	3.7K	0	35	18.1K
8	http://www.emag.bg/karti-pamet/c	1 063	30	0	5	9.8K
9	http://www.emag.bg/video-karti/c	1 034	20	0	2	7.4K
10	http://www.emag.bg/konstruktori/brand/lego/c	1 023	0	0	0	10.8K
11	http://www.emag.bg/lcd-led-monitori/c	1 021	26	0	1	15.7K
12	http://www.emag.bg/tablet/brand/lenovo/c	963	0	0	0	5.3K
13	http://www.emag.bg/tablet/c	756	1.4K	0	39	9.6K
14	http://www.emag.bg/tablet/brand/samsung/c	744	0	0	1	7.9K

Keyword

дрехи варна

google.bg

Search

Today queries
left: 3 982

Upgrade plan

See other plans

Keyword Selection / SEO Research / Keyword Selection

Keyword Selection ?

BG 47 | Google

BY 0 | Google

LV 0 | Google

ZA 0 | Google

MCK 0 | Yandex

Other 0

Filter

Export

#	Keyword	Volume Google	Volume (last month)	Cost	Competition in PPC	Results	Social domains
1	дрехи втора ръка <i>варна</i>	260	320	0.22	72	60.6K	yt f
2	детски дрехи <i>варна</i>	210	70	0.08	67	354K	f
3	магазини за дрехи <i>варна</i>	140	140	0.35	43	692K	f
4	магазин за дрехи <i>варна</i>	110	110	0.23	48	491K	yt f
5	дрехи втора употреба <i>варна</i>	90	70	0.26	62	121K	f
6	дрехи втора ръка <i>варна</i> владиславово	90	70	0.28	37	92	f
7	дрехи за бременни <i>варна</i>	70	50	0.12	79	114K	f
8	боядисване на дрехи <i>варна</i>	50	70	0.06	47	79.1K	f
9	дрехи втора ръка на едро <i>варна</i>	50	40	0.25	73	8.6K	yt f
10	дрехи <i>варна</i>	50	40	0.25	52	493K	f
11	складове за дрехи втора ръка <i>варна</i>	50	50	0.27	70	25.9K	f
12	склад за дрехи втора ръка <i>варна</i>	50	50	0.27	70	26K	f
13	магазини за детски дрехи <i>варна</i>	40	40	0.09	34	297K	f



Въпроси?

IT EXPO
Bulgaria



SEO AND DIGITAL
MARKETING 20th April 2017

3dwebdesign.org

Благодаря ви, IT Expo!

Контакт с мен:

<https://3dwebdesign.org/>

<https://3dwebdesign.org/eduard-dimitrov>

Социални профили:

https://twitter.com/web_design_seo

<https://www.facebook.com/web.design.seo>

<https://plus.google.com/+EduardDimitrov>

<https://plus.google.com/+3dWebDesignOrg>



**SEO AND DIGITAL
MARKETING** 20th April 2017

3dwebdesign.org