

Dlaczego **mój sklep** nie sprzedaje?

Twój sklep nie przynosi żadnych zysków lub przynosi, ale nie takie, jak oczekujesz?

Po pierwsze: nie przejmuj się, wiele osób jest w podobnej sytuacji. Tym bardziej warto przyłożyć się do pracy nad swoją stroną i prześcignąć konkurencję.

Podążaj zgodnie z naszą listą i sprawdź, co możesz zrobić, aby przekonać potencjalnych klientów w swoim sklepie.

Dokument jest interaktywny.

Pobierz i odznaczaj, które kroki są już za Tobą.



1. Wygląd sklepu

Czy moja strona jest [dostosowana do urządzeń mobilnych](#)?

Czy mój sklep posiada własne, [ładnie zaprojektowane logo](#)?

Czy w sklepie jest kolor przewodni [dopasowany do mojego biznesu](#)? (na platformie Shoper tuż po założeniu sklepu jest to pomarańczowy, zastanów się więc czy ten kolor jest odpowiedni, czy należy go zmienić)

Czy komunikuję zawartość sklepu i promocje przez pojedynczy duży baner reklamowy lub kilka banerów [na sliderze](#)?

Czy zdjęcia są [poprawnie zeskalowane](#), nie są sztucznie rozciągnięte lub ściśnięte?

Czy nie używam zbyt wielu fontów (czcionek) naraz w jednym miejscu?

Czy karta produktów, koszyk i strona główna została ułożona w sposób przejrzysty i przemyślany?

2. Produkty

Czy moje produkty są [odpowiednio nazwane](#)? Ani zbyt ogólnie, ani zbyt szczegółowo?

Czy produkty posiadają odpowiednie [atributy \(dane\) techniczne](#), które mówią o nich coś więcej?

Czy produkty są [dobrze opisane](#)?

Czy zostały [odpowiednio sfotografowane](#)?

Czy [karta produktu](#) jest czytelna? Czy nie rozpraszam uwagi klienta zbędnymi elementami?

Czy podano producenta poszczególnych produktów?

Czy oprócz zwykłych [zdjęć produktowych](#) (na białym tle) dysponuję zdjęciami produktów w kontekście (w trakcie użycia, zdjęcia „z życia wzięte”)?

Czy dokonałem analizy rynku, sprawdziłem konkurencję i ceny obowiązujące w sprzedaży internetowej?

Czy użytkownik może [filtrować](#) produkty danej kategorii po najważniejszych parametrach technicznych?

3. Ogólne

Czy sklep posiada [certyfikat SSL](#)?

Czy mój sklep oferuje [płatności natychmiastowe i inne formy płatności](#)?

Czy oferuję zróżnicowane [formy dostawy](#), dostosowane cenowo do mojego produktu?

Czy jeśli posiadam darmową dostawę, to odpowiednio jasno ją komunikuję?

Czy kategorie w moim sklepie są [czytelnie poukładane](#)?

Czy prezentuję [działalność firmy](#) w interesujący, nieszablonowy sposób?

Czy [domena sklepu](#) na pewno jest dobrze dobrana?

Czy w logo i adresie sklepu zawarta jest ta sama nazwa?

Czy moja działalność jest dodana do [Profilu Firmy Google](#)?

Czy posiadam poprawnie skonfigurowany [Google Analytics](#) i próbuję [wyciągać z niego wnioski](#)?

Czy [mapa strony](#) jest dodana do Google Search Console?

Czy złożyłem testowe zamówienie w swoim sklepie i sprawdziłem, że wszystko jest zrozumiałe, a automatyczna komunikacja dobrze ustawiona?



4. Marketing

Czy wiem, komu chcę sprzedać swoje produkty i jak do tych osób dotrzeć?

Czy wiem, kto będzie chciał kupić moje produkty?

Czy wiem, że jeśli dopiero startuję, będę musiał zainwestować pieniądze w działania marketingowe?

Czy w ogóle są prowadzone jakieś działania marketingowe, a jeżeli tak, to czy mam przygotowaną na nie konkretną strategię?

Czy korzystam z [porównywarek cenowych](#) (jak Ceneo, Skąpiec czy Nokaut) lub innych źródeł ruchu (np. Domodi, Allani, Pakamera)?

Czy stosuję cross-selling i up-selling przy wykorzystaniu np. [Shoper Rekomendacji](#)?

Czy korzystam z [działań reklamowych w wyszukiwarce Google](#) (reklamy Google Ads, Facebook Ads, Microsoft Ads)?

Czy prowadzę [działania na Instagramie](#) i robię to poprawnie?

Czy w swoich działaniach próbuję korzystać z wideo (w opisach produktów, w formie kanału na YouTube, prezentując nagrania na Facebooku itd.)?

Czy podejmowano [działania email marketingowe](#)?

5. Marketing: Facebook

Czy sklep posiada swój [fanpage](#)?

Czy mam pomysł jak prowadzić fanpage na FB?

Czy wokół moich produktów można zbudować społeczność i mam pomysł jak to zrobić?

Czy moje posty nie są [zbyt mocno sprzedażowe i reklamowe](#)? Czy pamiętam o budowaniu społeczności i aspekcie np. rozrywkowym lub edukacyjnym?

Czy fanpage ma ustawione ładne zdjęcie profilowe i zdjęcie w tle?

Czy przycisk wezwania do działania na stronie na Facebooku przekierowuje do sklepu?

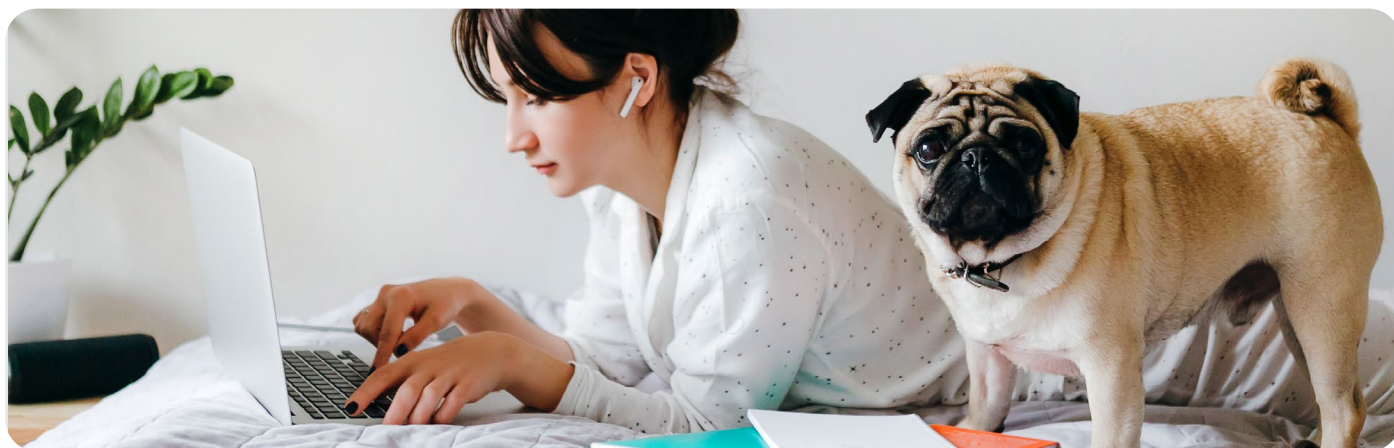
Czy moje posty nie są kopiami postów z innych kanałów np. Instagrama?

Czy staram się tworzyć oryginalne i wartościowe treści?

Czy w sklepie skonfigurowano [piksel Facebooka](#) i czy pozyskana z niego wiedza jest wykorzystywana?

Czy w działaniach reklamowych wykorzystuję przycisk [Promuj post](#) czy Menadżera reklam? Czy pamiętam o korzystaniu z Menadżera reklam?

Czy jestem świadom, że w większości wypadków FB nie jest darmowym narzędziem reklamowym?



6. Marketing: SEO (optymalizacja dla wyszukiwarek internetowych)

To proces związany z pozyskiwaniem darmowego ruchu z wyszukiwań w Google. Jeżeli liczysz właśnie na to źródło ruchu, przyjrzyj się poniższemu punktowi. Pamiętaj jednak, że jest to proces złożony, długofalowy i nawet spełnienie wszystkich poniższych punktów

może nie zapewnić ci od razu wysokiej pozycji w wynikach wyszukiwania. Na optymalizację składa się wiele aspektów, a poniższe to tylko niektóre z nich.

Jeśli nie chcesz na razie skupiać się na aspektach związanych z pozycjonowaniem lub nie czujesz się na siłach, aby poruszać ten temat, przejdź dalej.

Czy sprawdziłem, z jaką konkurencją będę mieć do czynienia, pozycjonując sklep ze swojej branży?

Czy mój sklep jest dostosowany do urządzeń mobilnych?

Czy posiadam certyfikat SSL i pamiętam o tym, że Google lepiej „nagradza” strony, które go posiadają?

Czy potrafię posługiwać się [słowami kluczowymi](#)?

Czy strona główna posiada poprawnie skonfigurowane [metatagi](#)?

Czy kategorie mają poprawnie skonfigurowane automatyczne metatagi lub czy zostały im nadane indywidualnie?

Czy [kategorie posiadają opisy](#)?

Czy strony informacyjne posiadają poprawnie skonfigurowane metatagi?

Czy produkty mają dobrze skonfigurowane automatyczne metatagi lub – w wypadku małej liczby produktów – nadane indywidualnie?

Czy w treściach na stronie korzystam z nagłówków (odpowiednich tagów HTML, nie po prostu pogrubionych linijek tekstu) odpowiedniego stopnia i wpłatam w nie [słowa kluczowe](#), na których mi zależy?

Czy dodano [mapę witryny](#) do Google Search Console?

Czy moje treści są unikatowe? Czy nie kopiuję ich z innych serwisów (np. opisy produktów ze strony producenta)?

Czy tworzę wartościowe, przydatne dla użytkowników treści np. na firmowego bloga?

Czy staram się przyspieszyć czas ładowania strony np. przez zmniejszanie wagi wgrywanych zdjęć?

Czy poprawnie wprowadzam teksty alternatywne dla zdjęć produktów?

Czy w sklepie są wprowadzone [przyjazne adresy URL](#)?

Czy – jeśli mój sklep był przenoszony z innej platformy, na której był ruch – zostały dodane [przekierowania 301](#) lub zachowana struktura linków?

Czy stosuję linkowanie wewnętrzne (np. w artykule na blogu odsyłam do innych swoich treści na stronie)?

Czy [domena mojego sklepu](#) posiada chwytliwy, łatwy do zapamiętania adres, być może zawierający główne słowo kluczowe, na które chcę się promować?



7. Wszystko to mam, ale nadal brak sprzedaży!

Czy mój produkt nie jest po prostu za drogi w porównaniu do konkurencji?

Czy nie korzystam źle z używanych narzędzi? (Google Ads, Facebook Ads, Microsoft Ads)

Czy próbowałem [zwrócić się o pomoc](#) do odpowiednich osób?

Czy sprawdzałem, czy któreś elementy na sklepie nie sprawiają problemów użytkownikom (np. przez analizę nagrań sesji przez aplikacje takie jak: Hotjar, Smartsupp)?