

SEO sklepu z małą marżą - Marża

Sklep / kategoria: Okres analizy / data:

Element zamówienia	Wartość do uzupełnienia	Źródło danych w sklepie	Uwagi właściciela
Średnia wartość zamówienia brutto lub netto			
Średni rabat na zamówienie			
Koszt towaru			
Koszt płatności			
Koszt pakowania			
Koszt dostawy ponoszony przez sklep			
Prowizje zewnętrzne			
Koszt zwrotów i reklamacji przypisany do zamówienia			
Marża po kosztach zmiennych			

Stosuj spójną podstawę brutto/netto, walutę i okres. Nie odejmuj rabatu ponownie, jeśli koszyk już go uwzględnia.

SEO sklepu z małą marżą - Operacje

Sklep / kategoria: Okres analizy / data:

Obszar operacyjny	Obecny limit	Co stanie się przy większej liczbie zamówień	Decyzja lub warunek przed skalowaniem
Dostępność produktów			
Możliwości dostawców			
Kompletacja i pakowanie			
Obsługa klienta przed zakupem			
Obsługa zwrotów			
Czas dostawy komunikowany klientowi			
System sklepu i integracje			

Uzupełnij na podstawie danych własnego sklepu. Scenariusze nie są gwarancją efektu SEO.

SEO sklepu z małą marżą - Czas

Sklep / kategoria: Okres analizy / data:

Pytanie decyzyjne	Odpowiedź właściciela	Konsekwencja dla decyzji
Jaki okres finansowania działań jest akceptowalny bez istotnego wpływu na cash flow?		
Czy sklep ma produkty i kategorie, które warto rozwijać długoterminowo?		
Czy właściciel może równolegle finansować inne źródła sprzedaży?		
Czy obecna oferta jest wystarczająco konkurencyjna, aby ruch organiczny miał szansę konwertować?		
Czy sklep ma zasoby do wdrażania zmian technicznych, treściowych i ofertowych?		

Uzupełnij na podstawie danych własnego sklepu. Scenariusze nie są gwarancją efektu SEO.

SEO sklepu z małą marżą - Scenariusze

Sklep / kategoria: Okres analizy / data:

Scenariusz	Założenia właściciela	Warunki konieczne	Ryzyka	Decyzja
Ostrożny				
Bazowy				
Rozwojowy				

Uzupełnij na podstawie danych własnego sklepu. Scenariusze nie są gwarancją efektu SEO.

SEO sklepu z małą marżą - Decyzja

Sklep / kategoria: Okres analizy / data:

Kryterium	Wniosek z danych sklepu	Warunek decyzji	Status
Marża po kosztach zmiennych			
Zdolność obsługi dodatkowych zamówień			
Akceptowalny czas do efektu			
Dostępność produktów i kategorii do rozwijania			
Zasoby do wdrożeń po stronie sklepu			
Decyzja właściciela			

Uzupełnij na podstawie danych własnego sklepu. Scenariusze nie są gwarancją efektu SEO.