

Případová studie

**Jak pomocí optimalizace  
zvýšit počet zobrazení  
a přivést více zákazníků  
na web**



## Představení společnosti

Společnost [Office Depot](#) nabízí kancelářské potřeby a služby, které jejím zákazníkům usnadňují práci, ať už pracují kdekoli. Poskytují vše, co zákazník potřebuje ke zvýšení své produktivity, včetně nejmodernějších technologií, základních kancelářských potřeb, služeb v oblasti potisku, správy dokumentů a tiskových řešení. Společnost rovněž poskytuje komplexní služby pro vybavení kanceláří a kompletní produktové portfolio pro správu budov.

Office Depot zajišťuje potřeby vaší kanceláře prostřednictvím široké škály kancelářských potřeb, technologických produktů, kancelářských strojů, spotřebního tiskového materiálu, produktů pro správu budov a nábytku do kancelářských prostor.

Společnost Office Depot je, díky 25letým zkušenostem s podporou podnikání po celém světě, důvěryhodným a spolehlivým partnerem, který zákazníkům pomáhá pracovat produktivněji, zvyšovat účinnost procesů, snižovat dodavatelské náklady a zvyšovat trvalou udržitelnost.

## Historie inzerce

Společnost Office Depot na Firmy.cz dlouhodobě investuje. Výkon kampaně od roku 2016 meziročně klesal, a tak nás klient v srpnu 2018 oslovil se žádostí o kontrolu nastavení kampaně a doporučení k firemním profilům.

## Cíl optimalizace: zvýšit počet zobrazení firemního profilu a prokliků na webové stránky

Hlavním cílem optimalizace bylo navýšit počet zobrazení firemního profilu. Druhým cílem bylo zvýšit objem celkového počtu prokliků a přivést na webové stránky klienta nové zákazníky.

## Průběh optimalizace

Nejprve jsme se zaměřili na zařazení firemních profilů do všech relevantních kategorií. Klientovo široké portfolio nabízených produktů nám umožnilo přidat přes 250 dalších kategorií, ve kterých se firemní profil před optimalizací nezobrazoval. Klient se tak začal zobrazovat v téměř 300 kategoriích a díky tomu se firemní profil stal dohledatelným na daleko více klíčových slov.

Založili jsme [cílení kampaně](#) na Prahu a Brno (přímo v těchto městech klient nemá své provozovny, a nebyl tak dohledatelný na vyhledávací dotazy s danou lokalitou). Díky cílení je možné oslovit i uživatele z těchto lokalit.

Po domluvě s klientem jsme kampaň primárně zaměřili na sortiment kancelářských potřeb, kancelářského nábytku a kancelářského vybavení. U klíčových slov s vyšší hledaností jsme firemní profil dostali mezi prvních pět výsledků, které zároveň zobrazujeme ve [firemní upoutávce ve vyhledávání na Seznam.cz](#). V rámci bezplatné správy kampaně pravidelně kontrolujeme, zda nedošlo k poklesu požadované pozice kvůli vyšší konkurenční nabídce.

Kampaň jsme zaměřili lokálně na všechna města, ve kterých má klient své provozovny. Zároveň jsme kampaň nastavili tak, aby se firemní profil na stěžejní klíčová slova zobrazoval na přední pozici i při vyhledávání na úrovni celé ČR (vyhledávání klíčového slova bez lokality).

Klient si na naše doporučení zvolil poutavou úvodní fotografií, kterou se odlišil od své konkurence a zaujal tak více potenciálních zákazníků. Pro odlišení od konkurence jsme také nahráli [ikonu firmy na Mapy.cz](#), která pomohla vyššímu zobrazení firemního profilu.

## Jaké byly výsledky

Oba cíle optimalizace se nám podařilo splnit. Po všech úpravách se nám podařilo navýšit počet zobrazení firemního profilu o 113 % a zvýšit celkový počet prokliků o 167 %. Prokliky přímo na webové stránky klienta díky optimalizaci vzrostly o 137 %.

