

Oddajemy w Twoje ręce kalendarz marketingowy na rok 2025. Zanim jednak zaczniesz szukać najdziwniejszych okazji do świętowania, musimy Ci powiedzieć o kilku rzeczach. Specjaliści z naszej agencji wypunktowali je poniżej.



Po pierwsze Sezonowość to podstawa.

SEO to proces. Chcesz zdążyć na walentynki? Zaplanuj działania w połowie listopada. Odpowiednie wyprzedzenie to zwykle około trzech miesięcy, choć jak zawsze - to zależy. Od obecnej widoczności, ruchu organicznego, popularności frazy czy autorytetu Twojej strony.



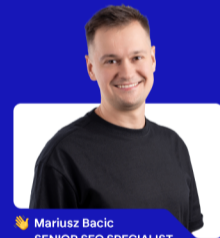
Po drugie Odrabiaj lekcje i wyciągaj wnioski.

Sprzedawcz jak w przeszłości wyglądał gorący okres sprzedażowy w Twoim sklepie. Kiedy zaczyna się wzmożony ruch? Z jakim wyprzedzeniem należy odpalić kampanię? Jakie kategorie najchętniej odwiedzają Twoi klienci oraz które produkty to bestsellery w danym okresie? Na tej podstawie zaplanuj działania PPC!



Po trzecie Pamiętaj o tekstach blogowych.

Użytkownicy wpisują w wyszukiwarkę hasło: »co kupić tacie na święta«, natomiast na Twoim blogu widnieje jeden poradnik prezentowy pt.: »Rozważny i romantyczny? Zaktualizuj content. Popraw linkowanie wewnętrzne na stronie, Oczywiście optymalizuj z odpowiednim wyprzedzeniem.



Po czwarte Zrywaj owoce!

Oprócz danych z Google Analytics możesz również poszukać »low hanging fruits«. W tym przypadku to podstrony, które na słowa klucze z potencjałem sprzedażowym znajdują się tuż poza TOP. Przeskokowanie o kilka oczek wyżej spowoduje znaczący wzrost ruchu organicznego z tej frazy.



Po piąte Co u konkurencji?

Zawsze warto sprawdzać, gdzie jest nasza konkurencja. Miej oczy otwarte, zbieraj trendy i dobre praktyki z całego świata. Użyj kreatywności i zaskocz odbiorców.

To tyle!

Korzystaj mądrze i świętuj wszystko, co się da! Powodzenia!

Main calendar grid showing dates from 01 to 31 for each month from STYCZEŃ to GRUDZIEŃ. Includes various events, holidays, and marketing opportunities.