PRZYKŁADOWY RAPORT MIESIĘCZNY

Pozycjonowanie sklepu z oświetleniem

Październik 2026

Sklep internetowy i salon stacjonarny

PODSUMOWANIE MIESIĄCA

Poradniki zyskują. Lampy wiszące tracą wejścia.

W październiku sklep zebrał 840 kliknięć z bezpłatnych wyników Google. Najwięcej dodatkowych wejść przyniosły poradniki. Kategoria lamp wiszących zebrała jednak mniej kliknięć niż we wrześniu.

840	+12%	−20%
kliknięć z Google	kliknięć miesiąc do miesiąca	kliknięć w kategorię lamp wiszących

PRIORYTET NA LISTOPAD

Ułatwię przejście z poradników o oświetleniu jadalni do pasujących lamp nad stół. W kolejnym raporcie sprawdzę, ile razy czytelnicy przeszli z tych poradników do kategorii.

Projekt demonstracyjny. Dane, działania i wyniki są fikcyjne. Układ pokazuje, jak omawiam z klientami wykonane prace i plan na kolejny miesiąc.

WYKONANE DZIAŁANIA

Co zrobiłem w październiku

Sklep z oświetleniem wybrał SEO Content i dodatkowy budżet 1000 zł brutto na dwa artykuły sponsorowane. Poniżej pokazuję, za co zapłacił w tym miesiącu.

BLOG SKLEPU I WIZYTÓWKA GOOGLE

8 nowych poradników

Po dwa o jadalni, kuchni, salonie i sypialni. Opisałem m.in. dobór klosza nad stół, oświetlenie blatu, lampy do czytania i kinkiety przy łóżku.

2 aktualizacje starszych treści

W poradniku o kinkietach dodałem rysunek z wysokością montażu. W tekście o żarówkach uzupełniłem tabelę lumenów i dodałem odnośniki do odpowiednich modeli.

12 wpisów w wizytówce salonu

4 wpisy o ofercie z linkiem, 4 zapowiedzi poradników i 4 lokalne wpisy bez linku.

W CENIE SEO CONTENT

2 publikacje z linkiem w moich serwisach

Serwis o wnętrzach Poradnik o doborze klosza kieruje do kategorii lamp nad stół.

Serwis lokalny Materiał o wyborze światła na miejscu prowadzi do strony salonu.

Obie publikacje są w abonamencie. Dopłata za ich obsługę wynosi 0 zł.

DODATKOWE PUBLIKACJE U ZEWNĘTRZNYCH WYDAWCÓW

2 artykuły sponsorowane poza pakietem

Portal i temat	Wydawca	Obsługa	Razem
Portal regionalny · wizyta w salonie	300 zł	100 zł	400 zł
Magazyn wnętrzarski · światło w jadalni	500 zł	100 zł	600 zł
Łącznie brutto	**800 zł**	**200 zł**	**1000 zł**

Razem za miesiąc: 1500 zł za SEO Content + 1000 zł za dodatkowe publikacje = 2500 zł brutto.

Przykład demonstracyjny. Serwisy, działania i stawki wydawców są przykładowe.

POMIAR

Jak zmieniły się wyniki

Porównuję pełny październik z pełnym wrześniem. Kliknięcia w wynikach wyszukiwania i działania na wizytówce pokazuję osobno.

BEZPŁATNE WYNIKI GOOGLE • GOOGLE SEARCH CONSOLE

Wskaźnik	Wrzesień	Październik	Zmiana
Kliknięcia do strony	750	840	+12%
Wyświetlenia strony	50 000	48 000	−4%
CTR[1]	1,50%	1,75%	+0,25 p.p.

[1] CTR to odsetek wyświetleń zakończonych kliknięciem. W październiku sklep pojawiał się w wynikach rzadziej, ale większa część wyświetleń przyniosła wejście.

PROFIL FIRMY W GOOGLE • PRZYKŁADOWE DZIAŁANIA

Działanie	Wrzesień	Październik	Zmiana
Kliknięcia w stronę	42	50	+8
Kliknięcia przycisku połączenia	16	14	−2
Prośby o trasę	25	31	+6

CO Z ZAMÓWIENIAMI?

W tym przykładzie pomiar zakupów w GA4 wymaga sprawdzenia. Dlatego na podstawie wzrostu kliknięć oceniam ruch. Do oceny sprzedaży wrócę po porównaniu zarejestrowanych transakcji z zamówieniami w sklepie.

WNIOSKI Z DANYCH

Które strony zyskały ruch?

Trzy grupy stron pokazują, jak zmieniła się liczba kliknięć z bezpłatnych wyników Google. Łącznie sklep zyskał 90 kliknięć względem września.

Grupa stron	Wrzesień	Październik	Zmiana
Poradniki	240	340	+100
Kategoria lamp wiszących	150	120	−30
Pozostałe strony sklepu	360	380	+20
Razem	750	840	+90

WNIOSEK DLA SKLEPU

Czytelnikom brakuje przejścia do lamp nad stół.

Dwa poradniki o jadalni kończą się wskazówkami o wymiarach lampy. Dodam tam odnośnik do lamp nad stół w miejscu, w którym czytelnik zna już potrzebną wielkość klosza.

KATEGORIA PRODUKTÓW

Co sprawdzę przed zmianą opisu

W GSC porównam zapytania prowadzące do kategorii w obu miesiącach. Sprawdzę, przy których frazach spadły wyświetlenia i czy Google zaczął pokazywać inną podstronę sklepu.

Wzrost ruchu na poradnikach i spadek w kategorii wystąpiły w tym samym miesiącu. Przyczynę spadku zweryfikuję osobno.

KOLEJNY MIESIĄC

Plan na listopad

Priorytetem są lampy nad stół. Przy każdym zadaniu zapisuję, po czym w następnym raporcie będzie można ocenić postęp.

01 Poprawię kategorię lamp wiszących

Przejrzę zapytania w GSC i dopasuję opis kategorii do pytań o lampy nad stół.

Sprawdzę kliknięcia i wyświetlenia kategorii dla wybranych zapytań.

02 Połączę dwa poradniki z ofertą

Dodam przejścia do kategorii w akapitach o średnicy klosza i wysokości zawieszenia. Ustawię pomiar kliknięć tych linków.

Podam liczbę przejść z obu poradników do kategorii od dnia wdrożenia.

03 Zweryfikuję pomiar zamówień

Sprawdzę rejestrację zakupu i identyfikator transakcji w GA4. Porównam próbkę zamówień ze sklepem.

Wskażę, od kiedy dane o zakupach nadają się do porównań.

Chcesz tak omówić wyniki swojej strony?

Zobacz pakiety SEO na DawidGicala.pl