

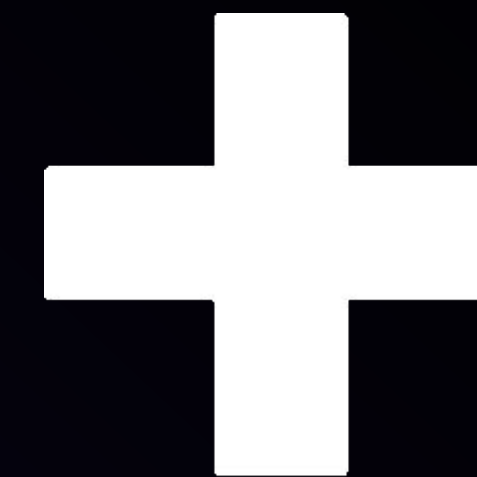
CANAL+

„Jeśli chcesz iść szybko, idź sam.
Jeśli chcesz jechać daleko, idźcie razem.”

Autor Nieznany

**ZESPÓŁ E-COMMERCE
CANAL+**

Jesteśmy zespołem e-commerce, który dba o rozwój kanałów sprzedażowych online CANAL+ i komunikację w Internecie.



RAZEM TWORZYMY KREATYWNY TEAM – KAŻDY Z NAS JEST CZĘŚCIĄ IDEALNEJ CAŁOŚCI

Chcemy opowiedzieć historię o zespole, w skład którego wchodzi niezwykle kreatywne i pełne zaangażowania osoby. Każdy z nas jest inny, mamy inne kompetencje, inaczej patrzymy na świat i w inny sposób podchodzimy do wyzwań. Razem możemy niewiele, WSPÓLNIE tworzymy rzeczy naprawdę wielkie. I przyszłościowe również z wykorzystaniem AI w codziennej pracy. Ponad dwa lata temu zdecydowaliśmy się zinternalizować wszystkie procesy związane z e-commerce. Rozwinęliśmy kompetencje specjalistów z zakresu SEM (SEO & PPC), afiliacji, analityki oraz zarządzania stronami internetowymi.

Rewolucjonizujemy rynek branżowy, również na arenie międzynarodowej.



„Wspólnie zwykli ludzie mogą osiągnąć niezwykle rezultaty”
Becka Schoettle



KADEMIA
CANAL+

Poznaj nasz zespół

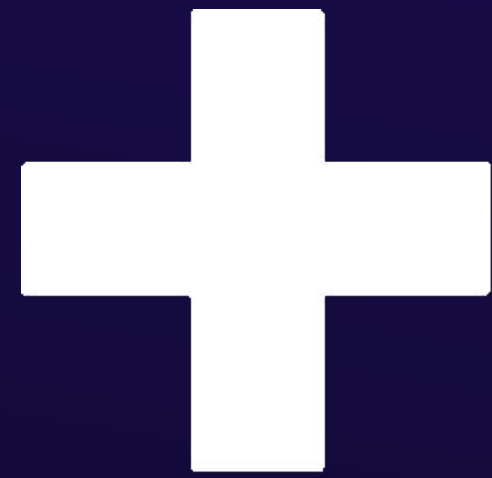
CANAL+

„Kto chce rządzić ludźmi, nie powinien ich gnać przed sobą, lecz sprawić, by podążali za nim.”
Charles Louis de Secondat Montesquieu

KAŻDY ZESPÓŁ MUSI MIEĆ SWOJEGO PRAWDZIWEGO LIDERA



MAMY GO RÓWNIEŻ MY!
POZNAJCIE MACIEJA KUŹMĘ – DYREKTORA E-COMMERCE



Ponad dwa lata temu wraz z dołączeniem Maćka zdecydowaliśmy się zinternalizować wszystkie procesy związane z e-commerce. Rozwinęliśmy kompetencje specjalistów z zakresu SEM, SEO, afiliacji, analityki.

Przyśpieszyliśmy proces wdrażania ludzi, po to, aby mogli samodzielnie przygotowywać wszystkie kampanie i zoptymalizować koszty naszych działań, ale również rozwinąć sprzedaż - żeby pracownicy żyli tym produktem i identyfikowali się z firmą. W tej chwili sprzedajemy subskrypcje online. Skupiamy się przede wszystkim na sporcie oraz filmach i serialach.

Oprócz tego przez cały czas prowadzimy sprzedaż telewizji satelitarnej - tutaj jesteśmy wspierani przez CALL CENTER zewnętrzne.

Obecnie kieruje zespołem E-commerce w CANAL+ Polska, odpowiadając za rozwój sprzedaży online i integrację nowoczesnych rozwiązań marketingowych wspierających transformację cyfrową firmy.

Współpracował z takimi markami jak: Braun, LUX MED, Orange i Optegra, realizując innowacyjne kampanie marketingowe, skupiające się na rozwoju relacji z klientami i budowaniu ich lojalności. Laureat Polish National Sales Awards 2018 w kategorii Dyrektor E-commerce.

Prelegent konferencji branżowych, wykładowca studiów MBA w ochronie zdrowia na SGH i WUM.

MACIEJ KUŹMA

Dyrektor ds. E-commerce





POZOSTALI CZŁONKOWIE ZESPOŁU

Od 7 lat jest związana ze sklepem internetowym CANAL+. Na początku pracowała w roli koordynatora kampanii sprzedażowych oraz jako opiekun warstwy merytorycznej ofert telewizji satelitarnej. Z dużym entuzjazmem uczestniczyła w transformacji digitalowej, która przeniosła zespół w świat serwisów streamingowych. Obecnie kieruje działaniami SEO oraz utrzymaniem stron nowego sklepu internetowego CANAL+ online.

Prywatnie mama 2 wspaniałych dziewczynek, fanka gier planszowych i początkujący biegacz.

MAGDALENA WITKIEWICZ

Kierownik ds. E-commerce i SEO



Doświadczony ekspert w dziedzinie digital marketingu, specjalizujący się w performance marketingu. Jego kompetencje obejmują kompleksowe zarządzanie kampaniami reklamowymi, optymalizację budżetów marketingowych oraz maksymalizację ROI (Return on Investment).

Specjalizuje się w analizie danych, projektowaniu strategii opartej na wynikach oraz implementacji nowoczesnych narzędzi reklamowych, takich jak Google Ads, Facebook Ads, oraz platformy programmatic.

Zawsze patrzy na kampanie z perspektywy ich użyteczności i długoterminowych efektów, dbając o to, aby każdy krok wspierał ogólne cele biznesowe firmy. Jako osoba z silnym syndromem FOMO (fear of missing opportunities), nieustannie śledzi najnowsze trendy, narzędzia i technologie w branży marketingu. Zawsze stara się być o krok przed konkurencją, nie przegapiając żadnej okazji, która mogłaby wzmocnić efektywność kampanii i przynieść wymierne korzyści.

AMADEUSZ WINEK

Koordynator E-commerce ds. Kampanii Performance



Związany z CANAL+ od 2012 roku jako konsultant telefoniczny i młodszy specjalista w dziale CRM. W dziale telesprzedaży odpowiadał za jakość rozmów i skuteczność Konsultantów.

Przez 4 lata tworzył treści e-shop i monitorował spójność komunikacji działu e-commerce we wszystkich punktach styku z Klientem (www, telefon, mail, czat). Wierzy, że dobra opowieść to podstawa skutecznej sprzedaży. Dlatego budując widoczność CANAL+, w dziale SEO szczególnie pasjonuje się rozwijaniem bloga i stron produktowych.

Prywatnie jest kibicem sportowym i fanem filmów obyczajowych. Mieszka na wsi i uczy się rolnictwa.

MACIEJ MARCZEWSKI

Starszy Specjalista E-commerce ds. Treści i Analiz SEO



Odpowiedzialna za działania reklamowe na każdym etapie lejka marketingowego na platformach Meta oraz TikTok.

Dodatkowo realizuje projekty i strategie dla seriali oryginalnych oraz planuje kreacje wizualne (display i video, ale też te niestandardowe). Prywatnie uwielbia podróżować z plecakiem, poznawać nowe kultury i (przede wszystkim) smaki, które odtwarza we własnej kuchni.

ALEKSANDRA SZOBLIK

Specjalistka ds. Kampanii Performance w Social Media



W zespole E-commerce dba o konfigurację oraz aktualizację ofert skierowanych do klientów telewizji satelitarnych dostępnych w sklepie internetowym CANAL+. Dbą o to, żeby treści prezentowane na stronie sklepy odpowiadały najbardziej popularnym treściom w serwisie oraz, żeby informacje prezentowane klientom były aktualne. Oprócz tego odpowiada za wsparcie administracyjne działu - zajmuje się procesowaniem zamówień i zapotrzebowań. Pilnuje terminowych płatności oraz rozliczeń.

W wolnym czasie najchętniej przebywa na łonie natury, z dala od monitora. Dużo radości dają jej wypieki, którymi dzieli się z bliskimi. Jednak najważniejszą częścią jej życia poza pracą jest praktyka buddyjska.

ANITA ZAWADZKA

E-commerce Specialist



Specjalista e-commerce z 14-letnim doświadczeniem branży. Od 2015 roku prowadzi projekty digital w CANAL+. Na co dzień zajmuje się tworzeniem klastrów tematycznych prezentujących content oraz stron sprzedażowych (np. Ekstraklasa), promocją seriali oryginalnych, koordynowaniem akcji specjalnych, współpracą z partnerami zewnętrznymi, takimi jak Netflix i HBO oraz dbaniem o rozwój stron internetowych w zgodzie z najnowszymi trendami rynkowymi. W pracy kieruje się zasadą: „Jeśli jesteś najmądrzejszą osobą w pokoju, to jesteś w złym pokoju.”

Komunikatywna i zorganizowana, kreatywna, zorientowana na cel, potrafiąca pokonywać trudności. Entuzjastka nowych technologii. Prywatnie miłośniczka podróży oraz szczęśliwa mama. Pasjonatka gier logicznych oraz thrillerów psychologicznych.

EMILIA PANTULA

Starszy Specjalista E-commerce ds. Projektów Internetowych



Na co dzień zarządza CMSem, utrzymuje sklep internetowy CANAL+, wdraża nowe oferty, tworzy i utrzymuje powiązane strony e-shop oraz specjalne landing page. Dbą o ich funkcjonalność, atrakcyjność i spójność z kampaniami. Po godzinach zaczytuje się w powieściach historycznych i nie-powieściach o fizyce. Celebrytuje codzienność i kibicuje Resovii Rzeszów.

JAGODA ZYGMUNT

Specjalista Projektów E-commerce



Współpracuje, motywuje i wzmacnia zespół odpowiedzialny za pozyskanie klientów dbając przy tym o realizację zadań i ustalonych celów.

Zdolności do inspirowania zespołu wykorzystuje do budowania większej odpowiedzialności i kreatywności wśród sprzedawców. W pracy kieruje się zasadą, że „możesz mieć wszystko, czego w życiu potrzebujesz, jeśli tylko pomożesz innym uzyskać to, czego oni sami potrzebują”.

Prywatnie interesuje się literaturą i sztuką. Uwielbia podróże, obcowanie z dziką przyrodą.

AGNIESZKA LEWANDOWSKA

Kierownik ds. Zewnętrznych Call Center



Ekspert z doświadczeniem w wielu systemach reklamowych. W CANAL+ zajmuje się szeregiem zadań związanych z prowadzeniem kampanii marketingowych na kontach w Google Ads. Specjalizuje się w zarządzaniu i optymalizacji rozbudowanych struktur kampanii, a jego działania są ukierunkowane na realizację wyznaczonych KPI. Jego mocne cechy dobrze opisuje 5 talentów Gallup'a: Naprawianie, Odkrywczość, Indywidualizacja, Strateg, Bliskość.

Fan polskiego garażowego wrestlingu oraz robótek ręcznych - między innymi tworzenie dywanów oraz biżuterii. Miłośnik kulinarny.

PATRYK DANIELEWSKI

Specjalista ds. Kampanii Performance



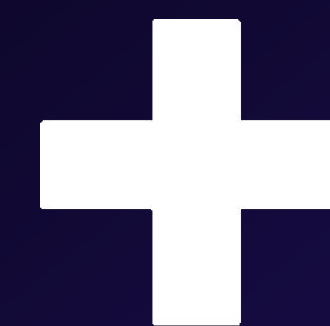
Koordynuje dystrybucję oferty telewizji satelitarnej w internecie, nadzorując sprzedaż i optymalizując kampanie online. Dzięki efektywnej współpracy z wydawcami oraz dokładniejszemu planowaniu działań reklamowych, zespół może lepiej dopasowywać strategię, wykorzystując każdą pojawiającą się okazję. Odpowiada także za analizę danych i przygotowywanie raportów, co umożliwia monitorowanie wyników i ciągłe usprawnianie działań sprzedażowych, przyczyniając się do wzrostu efektywności całej firmy.

Pasjonat astronomii oraz nowoczesnych technologii. W wolnym czasie lubi czytać książki i oglądać online wystąpienia fizyków.

PAWEŁ OSTAPIENKO

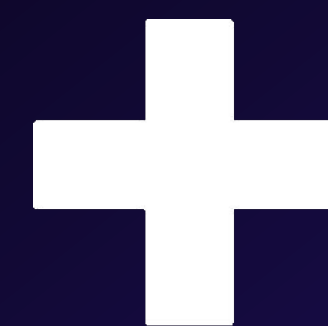
Specjalista E-commerce ds. Pozyskiwania
Trafficy i Analiz





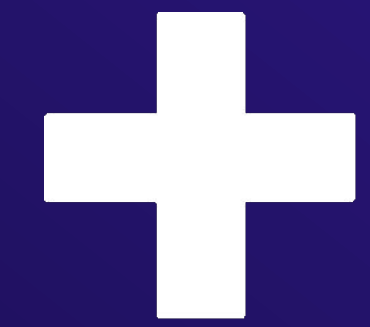
WYZWANIA MARKI

Ze względu na specyfikę tej kategorii, wyzwania marki są związane głównie z działaniami w kanale online. Zespół w nowym składzie postawił na budowę lejka sprzedażowego poprzez działania SEO (góra lejka) i performance (dół lejka).



BUDOWANIE ROZPOZNAWALNOŚCI POPRCZEZ SEO

WYZWANIA SEO

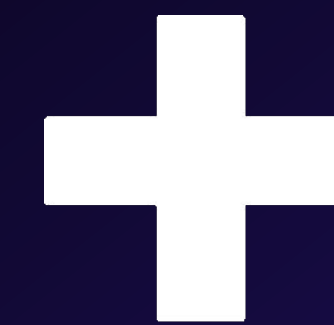


1. Marka globalna na rynku lokalnym, czyli jak budować SEO w firmie, która nie potrzebuje SEO?

CANAL+ ze swoimi prawami sportowymi i wkładem we francuską kulturę i tożsamość, jest tym we Francji, czym publiczna telewizja w Polsce – dobrem narodowym. Powszechna rozpoznawalność i świadomość marki CANAL+ na jej macierzystym rynku, nadają kwestii SEO inne priorytety, niż mogą tego wymagać lokalne rynki, np. bardzo konkurencyjny rynek w Polsce.

Jak pozycjonować nowy serwis o niskiej rozpoznawalności, na rynku zdominowanym przez wielu większych graczy?

WYZWANIA SEO

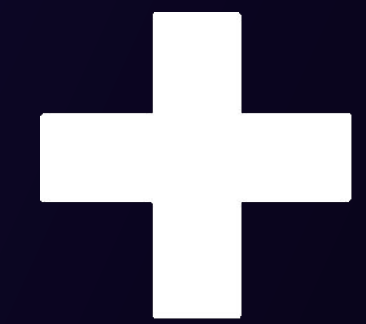


Domena	Do czego służy?	Autorytet domeny oczami Google	SEO kontrola
kup.pl.canalplus.com	Sprzedaż serwisu Canal + online	Niski	Wysoka
sklep.pl.canalplus.com	Sprzedaż ofert TV SAT	Niski	Wysoka
pl.canalplus.com	Obsługa i informacje dla Klientów TV SAT	Niski	Wysoka
canalplus.com/pl	Serwis Canal+ online: filmy, sport, seriale	Wysoki	Niska

2. Jak przy pomocy SEO budować wiarygodność, eksperckość i siłę domeny, gdy ma się aż 4 domeny?

Mówi się, że bez dobrego zaplecza każdy front musi upaść. Tymczasem, u progu swej cyfrowej transformacji, CANAL+ Polska posiadał front usług rozciągnięty aż na 4 domeny. A najważniejsza z nich, miała największe ograniczenia w działaniach SEO. Jak zbudować wydajne zaplecze dla 4 domen jednocześnie?

WYZWANIA SEO



3. Jak zbudować kompetencje SEO w firmie bez kultury SEO?

Po okresie pandemii z biznesowego krajobrazu zaczął wyłaniać się trend skracania łańcuchów dostaw oraz internalizacji kompetencji zespołów. Mieliśmy doświadczonego Dyrektora, który zarządzał e-commerce w dużych organizacjach, skutecznych kierowników sterujących projektami w CANAL+ od lat oraz zdolnych specjalistów, którzy znają produkt od podszewki. Pozostało wybrać agencję-mentora, która towarzysząc w rozwoju pomoże rozwinąć nowe kompetencje SEO.

STRATEGIA SEO

BYŁO CIEPŁE LATO 2022...

1

Podjęliśmy decyzję, że kto jak nie my?

2

Wybraliśmy agencję, która ma pomagać, uczyć, a nie robić za nas

3

Zaczęliśmy zaznaczać swoją „SEO-obecność” podczas procesów sprzedażowych i projektowych, w tym m.in., podczas budowy „Oneportal”, który łączył 3 z 4 domen CANAL+ w całość

4

Zaczęliśmy pisać bloga, żeby stworzyć linkowe zaplecze dla canalplus.com i podnieść jego widoczność



JAK NAM POSZŁO I CO ZROBILIŚMY PRZEZ 2 LATA SEO TRANSFORMACJI?

Rozwój bloga

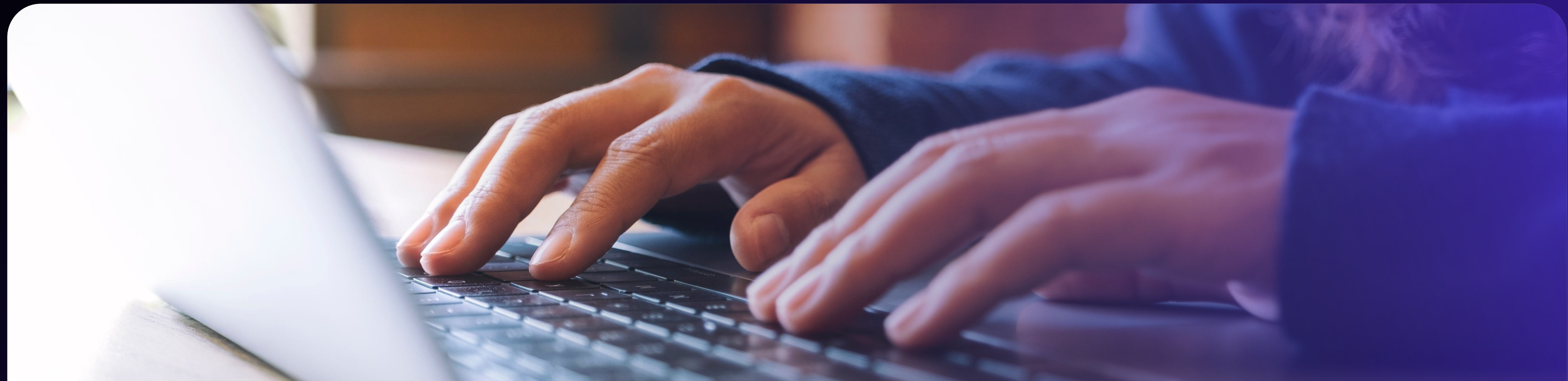
Budowanie SEO dla wybranych stron produktowych (Landing Page)

Linkowanie zewnętrzne (linkbuilding)

Linkowanie wewnętrzne (z wykorzystaniem ujednoczonego Oneportal)

Usprawnienia SEO technicznego

Reprezentujemy CANAL+ na branżowych spotkaniach



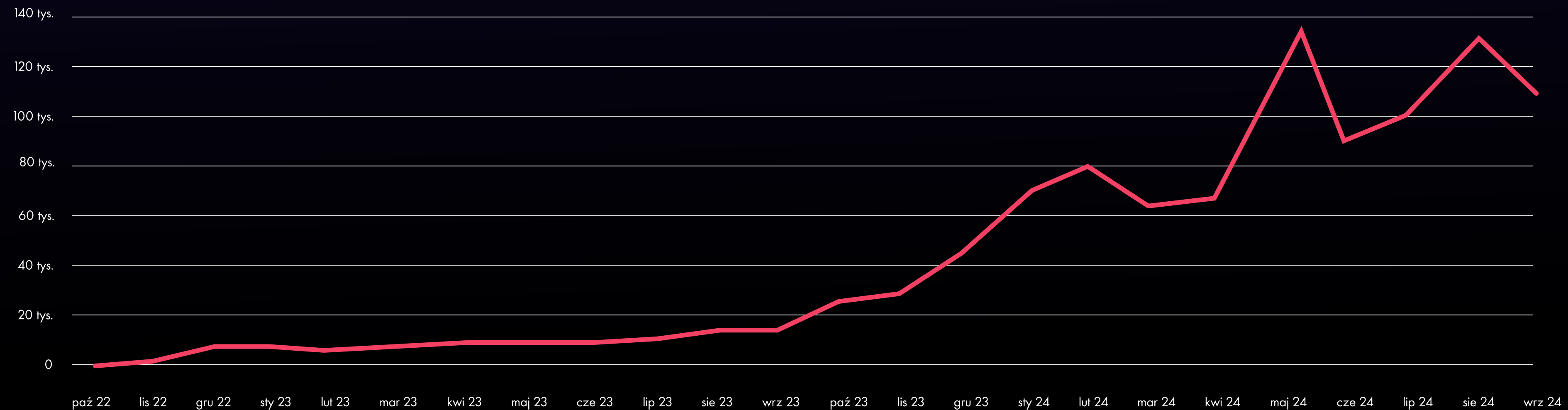
DYNAMICZNY ROZWÓJ BLOGA W OSTATNICH 12 MIESIĄCACH

TO EFEKT SKUTECZNEGO WYKORZYSTYWANIA WIEDZY I NARZĘDZI SEO:

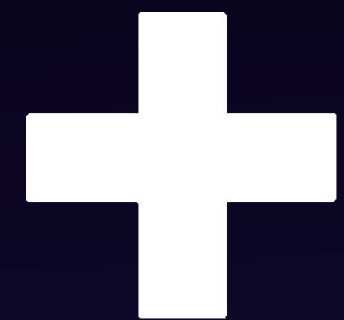
- a) opracowania optymalnego schematu artykułów, który wpisuje się w algorytm Google,
- b) pisania pod ściśle określone frazy „długiego ogona”,
- c) technicznych usprawnień i przyspieszenia bloga.

OPRACOWALIŚMY SPECJALNE KLASTRY TEMATYCZNE, A WŚRÓD NICH:

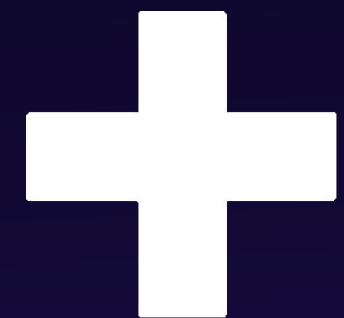
- a) 200 artykułów o filmach z udziałem określonych aktorów i aktorek (np.: „ben affleck filmy”)
- b) 50 artykułów z wykorzystaniem fraz Netflix i HBO
- c) Kilkanaście artykułów opisujących najnowsze kinowe premiery i dziesiątki pt. „filmy o.”



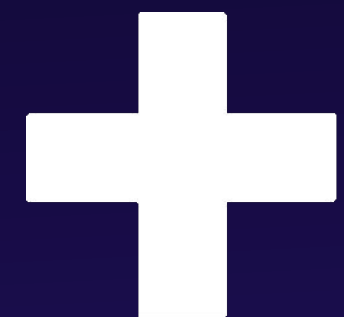
BLOG MA JUŻ PRAWIE 1100 ARTYKUŁÓW



W okresie od sierpnia 2023 do września 2024 zwiększyliśmy liczbę kliknięć w artykuły bloga w bezpłatnych wyszukiwaniach Google 9-krotnie, z 13000 do 114000



Liczba wyświetleń w wynikach Google zwiększyła się o 13-krotnie z 500000 do 6770000



Średnia pozycja dla wszystkich artykułów bloga podniosła się z 15,1 na 8,3

	kliknięcia	wyświetlenia	średnia pozycja
sie. 23	13600	572000	15,1
wrz 23	13300	670000	14,6
paź 23	23100	1120000	13,2
lis 23	26700	1590000	12,4
gru. 23	43900	2580000	12,0
sty 24	68700	3700000	12,0
lut 24	81800	3700000	11,6
mar 24	63100	3160000	12,2
kwi. 24	66700	3100000	12,1
maj. 24	133000	4030000	9,9
cze 24	89500	4480000	9,1
lip 24	103000	5320000	8,5
sie 24	131000	6530000	8,2
wrz. 24	114000	6770000	8,3

W CAŁYM ROKU 2024 SPODZIEWAMY SIĘ PRZEKROCZYĆ BARIERĘ 1 000 000 UNIKALNYCH UŻYTKOWNIKÓW

DLA FRAZ O STRATEGICZNYM ZNACZENIU OPRACOWALIŚMY WZÓR LANDING PAGE

+ CANAL+ Polska S.A.
https://pl.canalplus.com › zuzel-na... · Translate this page

Oglądaj żużel na żywo w CANAL+ online

Chcesz oglądać żużel na żywo? 1) PGE Ekstraliga – najlepsze niedzielne mecze, 2) Metalkas 2. Ekstraliga – 100% meczów, 3) Krajowa Liga Żużlowa – mecz kolejki.

+ CANAL+ Polska S.A.
https://pl.canalplus.com › oferta-online › ekstraklasa

Mecze Ekstraklasy na żywo - sprawdź ofertę | CANAL+ online

Soboty i niedziele z PKO Bank Polski Ekstraklasą to trzy transmisje meczów na CANAL+ SPORT3 i w serwisie streamingowym CANAL+ online o stałych godzinach: 14:45, ...

+ CANAL+ Polska S.A.
https://pl.canalplus.com › oferta › mecze-ligi-mistrzow

Mecze Ligi Mistrzów UEFA - sprawdź ofertę | CANAL+

Fazę grupową zastąpi nowa faza ligowa. Każdy klub, który do niej awansuje, rozegra osiem spotkań (cztery w domu i cztery na wyjeździe) i każdy z innym ...



Są to frazy w stylu „długiego ogona”, ale z bardzo wysokim miesięcznym wolumenem wyszukiwań (5000–50000).

Odpowiednia optymalizacja tych stron pozwala na lepsze agregowanie ruchu z takich fraz jak „żużel na żywo”, „mecze PKO BP Ekstraklasy” lub „mecze ligi mistrzów” a także płatnych kampanii online.

Rywalizacja z branżowymi portalami oraz ograniczenia w domenie canalplus.com stanowią duże wyzwanie dla optymalizacji SEO.

Jednak, porównując liczbę klików w wynikach google, optymalizowany LP „żużel na żywo” w 2024 osiągnął 10x więcej klików niż stary LP „oferta bez hamulców” (2000 vs 23000).

KOMPLEMENTARNIE DLA OPTYMALIZACJI STRON, STOSUJEMY W NASZEJ STRATEGII SEO LINK BUILDING.

To seria artykułów sponsorowanych pisanych na zamówienie i publikowanych na portalach trzecich w celu linkowania do assetów, landing page oraz wpisów na blogu.

Tak zwane linki zewnętrzne (ze stron trzecich na strony własne) są jednym z kluczowych elementów wpływających na widoczność strony w TOP 10 wyników Google.

Linkowanie ze stron trzecich jest bowiem w e-commerce tym, czym polecenie usług i rekomendacje w tradycyjnym handlu: bardzo silnym sygnałem budującym renomę polecanej oferty (ważny czynnik rankingowy dla Google).



The screenshot shows a webpage from iGol. The header includes the iGol logo with the tagline 'Z MIŁOŚCI DO FUTBOLU', navigation links for 'START', 'LIGI', 'WYWIADY', 'CYKLE', and 'REDAKCJA', and social media icons. The main content area features a sponsored article titled 'Liga Mistrzów do obejrzenia w CANAL+'. Below the title is a large image with the CANAL+ logo in the top left, the UEFA Champions League logo in the center, and the text 'UEFA CHAMPIONS LEAGUE W CANAL+' in large white letters. A date stamp '30 lipca 2024' is visible in the top right corner of the image. Below the image is a short text block.

Artykuł sponsorowany

Liga Mistrzów do obejrzenia w CANAL+

30 lipca 2024

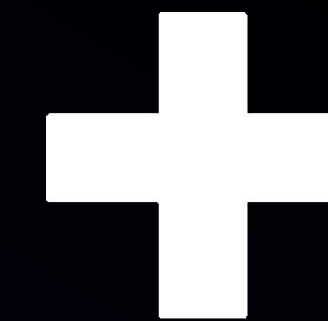
CANAL+

UEFA CHAMPIONS LEAGUE W CANAL+

Od sezonu 2024/25 przez trzy kolejne lata wszystkie mecze UEFA Champions League będą transmitowane na antenach CANAL+ i serwisie stramingowym CANAL+ online. Pierwsze mecze nowej zasadniczej części rozgrywek, czyli fazy ligowej, zaplanowane są na 17 września. Nowa formuła Ligi Mistrzów ma zapewnić jeszcze więcej meczów, emocji i niespodzianek. Sensacyjne porażki, niespodziewane rozstrzygnięcia i objawienia nowych talentów czy gwiazd. To wszystko czeka kibiców w najbliższych miesiącach.



LINKOWANIE WEWNĘTRZNE I JEGO SPÓJNOŚĆ SĄ RÓWNIEŻ WAŻNE DLA OSTATECZNEGO RANKINGU



The screenshot displays the CANAL+ website interface. At the top, there's a navigation bar with 'CANAL+' and links for 'UEFA Champions League', 'Online', 'TV Satelitarna', and 'TV na kartę'. Below this, a section titled 'NAJTAŃSZA OFERTA TV' compares two packages:

- ENTRY+:** Priced at 10 zł/mies. with a 23-month contract. The price includes a 5 zł/mies. discount for marketing consent and a 10 zł/mies. discount for e-invoicing and on-time payment. It includes 72 TV channels (43 online) and a free HD decoder.
- ENTRY+ SUPER SPORT:** Priced at 65 zł/mies. with a 23-month contract. It includes a 5 zł/mies. discount for marketing consent and a 10 zł/mies. discount for e-invoicing and on-time payment. It includes 84 TV channels (54 online), a free HD decoder, and the CANAL+ Extra 1 package.

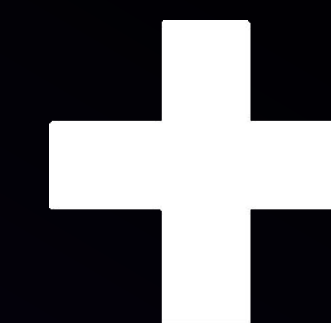
Each package has a red 'SPRAWDŹ' button and a list of features with checkmarks. A large white plus sign is overlaid on the bottom left of the screenshot.

Dlatego ujednoliciliśmy stronę sklepu internetowego z ofertami (sklep.pl.canalplus.com oraz kup.pl.canalplus.com) ze stroną informacyjną (pl.canalplus.com).

Otrzymaliśmy w ten sposób tzw. "Oneportal" z uspojnionymi adresami, dzięki czemu zysaliśmy dodatkową siłę w pozycjonowaniu – Google przestał dzielić moc i autorytet CANAL+ pomiędzy 4 osobne domeny.

Pamiętać należy, że optymalizacja techniczna Oneportalu jest niezbędnym i stałym procesem SEO.

SEO W SŁUŻBIE TWARDYCH DANYCH SPRZEDAŻOWYCH



CANAL+ oferuje dostęp do tysięcy filmów w swoim serwisie online. Paradoksalnie, o powodzeniu biznesowym usługi, nie decyduje kilkanaście najgłośniejszych hitów, a setki tytułów, które w swej masie tworzą fundament sprzedaży.

Na podstawie analiz sprzedażowych połączonych z zaawansowanymi analizami SERP, wytypowaliśmy tytuły, których widoczność można poprawić.

W ten sposób hurtowe i zautomatyzowane optymalizacje SEO realnie zwiększają sprzedaż w firmowym projekcie „Long Tail”.

Słowo kluczowe	Śr. mies. liczba wyszukiwań	Pozycja	Szacowany ruch	Historia pozycji
modelka film pl.canalplus.com/blog/artykuly/filmy-i-seriale/modelka-film-o-szambie-nakrytym-perskim-dywanem-od-k-torego-nie-sposob-sie-oderwac	320	2 → 1	56 → 22	
glusza film pl.canalplus.com/blog/artykuly/filmy-i-seriale/glusza-film-ktory-laczy-w-sobie-thrillera-i-filmu-survivalowego	140	2 → 0	25 → 0	
madame film pl.canalplus.com/blog/artykuly/filmy-i-seriale/madame-film-w-ktorym-zobaczysz-arcyzabawne-sterle-toni-collette-i-muzy-almodobara-rossy-de-palma	880	3 → 0	95 → 0	
delikatność film pl.canalplus.com/blog/artykuly/filmy-i-seriale/delikatnosc-film-z-audrey-tautou-ktory-potrafi-wzruszyc-i-rozbawic-do-lez	320	4 → 0	23 → 0	
żużel film pl.canalplus.com/blog/artykuly/filmy-i-seriale/zuzel-film-o-speedwayu-i-wielkiej-milosci	1.9K	5 → 0	96 → 0	
juliusz film pl.canalplus.com/blog/artykuly/filmy-i-seriale/juliusz-film-komediowy-z-wojciechem-mecwaldowski-i-topowymi-polskimi-stand-uperami	880	6 → 0	33 → 0	
fotograf film pl.canalplus.com/blog/artykuly/filmy-i-seriale/fotograf-film-kryminalny-produkcji-polsko-rosyjskiej-z-tomaszem-kotem-o-seryjnym-mordercy	1.0K	6 → 1	37 → 9	
molly film pl.canalplus.com/blog/artykuly/filmy-i-seriale/molly-film-to-istne-kombo-gatunkow-z-nieprawdopodobna-bohaterka-w-dystopijnym-swiecie	110	6 → 0	4 → 0	

SEO + AI

**BLOG POZWALA NAM NA NAPISANIE 50 ARTYKUŁÓW
MIESIĘCZNIE. WYOBRAŹCIE SOBIE NARZĘDZIE, KTÓRE
POZWOLIŁOBY NAM NAPISAĆ 50 ARTYKUŁÓW... DZIENNIE!**

SEO Z AI - TO DOPIERO POCZĄTEK

Zbudowaliśmy BLOG CANAL+ wiki, który w 100% jest napędzany przez sztuczną inteligencją (AI). Blog pozwala napisać setki artykułów bazując na dostępnych w internecie danych biograficznych aktorów i aktorek.

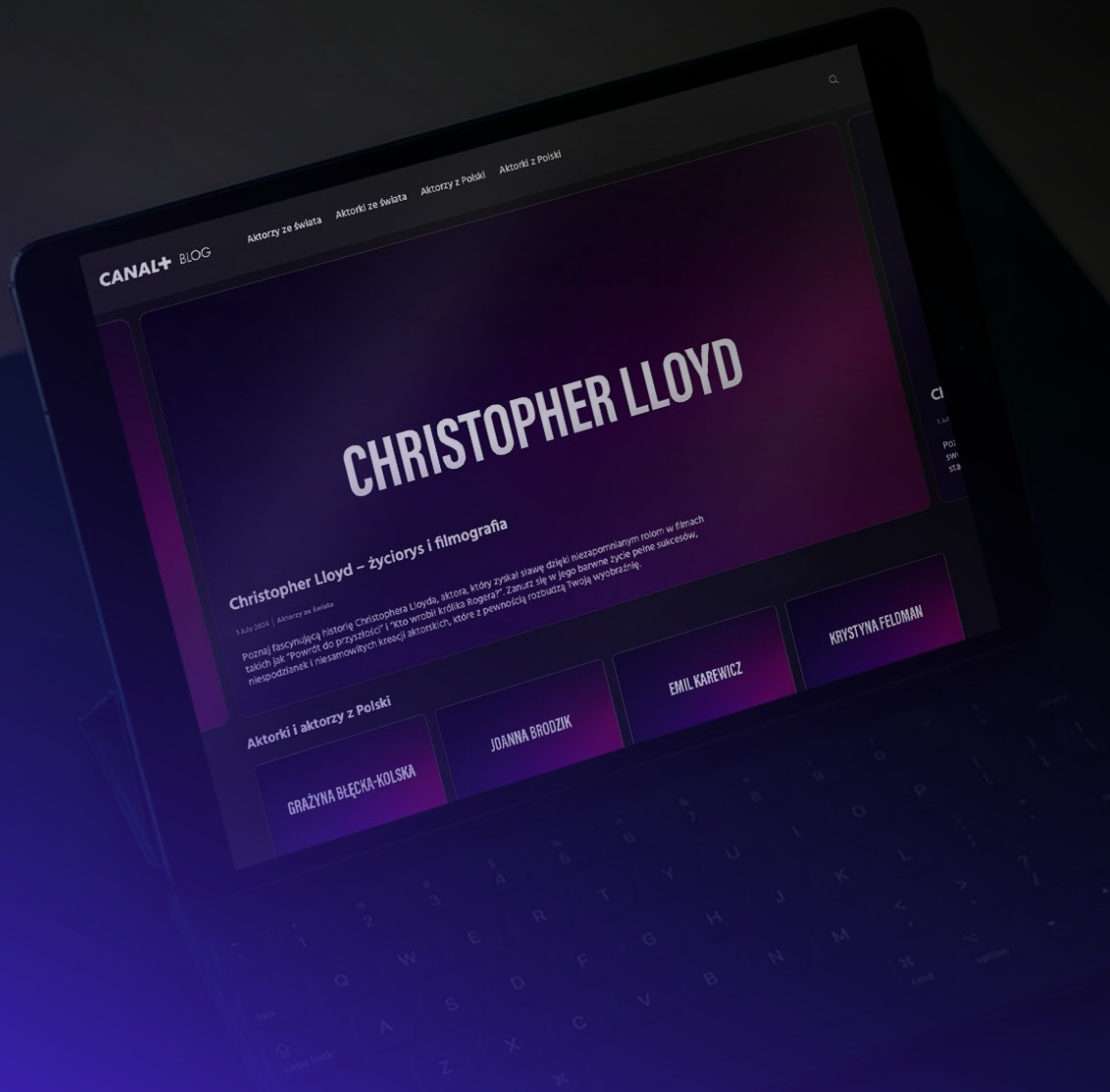
Projekt wziął udział w międzynarodowym programie Hackcelerator. Spotkał się z dużym uznaniem i jest rekomendowany do otrzymania finansowania na dalszy rozwój w ramach grupy CANAL+ jako globalne narzędzie.

Założenia CANAL+ wiki:

- 1200 artykułów rocznie
- Liczba użytkowników - 640 tys.
- Koszt pozyskania użytkownika - 0,18 zł

Benchmark - CANAL+ blog:

- 600 artykułów rocznie
- Liczba użytkowników - 150 tys.
- Koszt pozyskania użytkownika - 1,20 zł





**JAKO DZIAŁ SEO REPREZENTUJEMY
CANAL+ WYSTĘPUJĄC NA RÓŻNYCH
KONFERENCJACH BRANŻOWYCH,
TAKIE JAK SEO VIBES CZY BLUEFFECT.**

Współpracujemy z agencją Bluerank i zajmujemy się edukacją pracowników CANAL+.

1

Tworzymy fajny SEO Zespół, którego opinia się liczy przy podejmowaniu biznesowych decyzji przez CANAL+ Polska

2

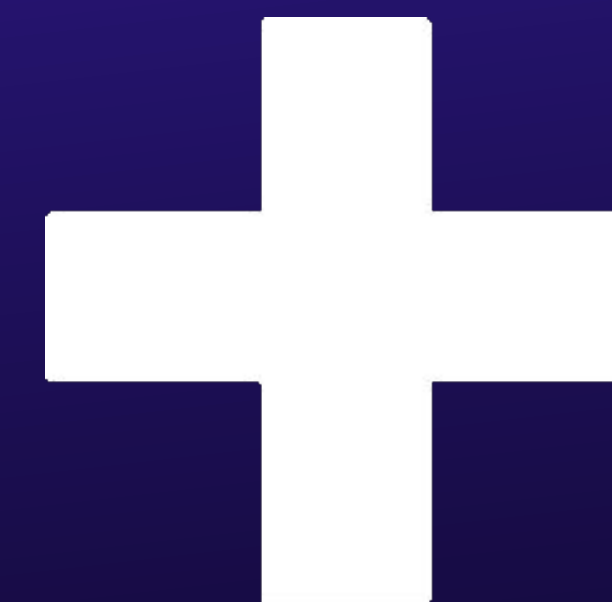
Jesteśmy widoczni na frazy z tzw. „długiego ogona”:
1 na każdy z 3 wpisów blogowych pozycjonuje się w TOP 10 Google. Blisko 40% z TOP 10 znajduje się w TOP 3

3

Wdrożyliśmy mechanizm AI – budujemy ‚drugą nogę’ SEO czyli CANAL+ wiki. Dzięki temu możemy opisać setki filmów i seriali dostępnych w serwisie CANAL+ online

4

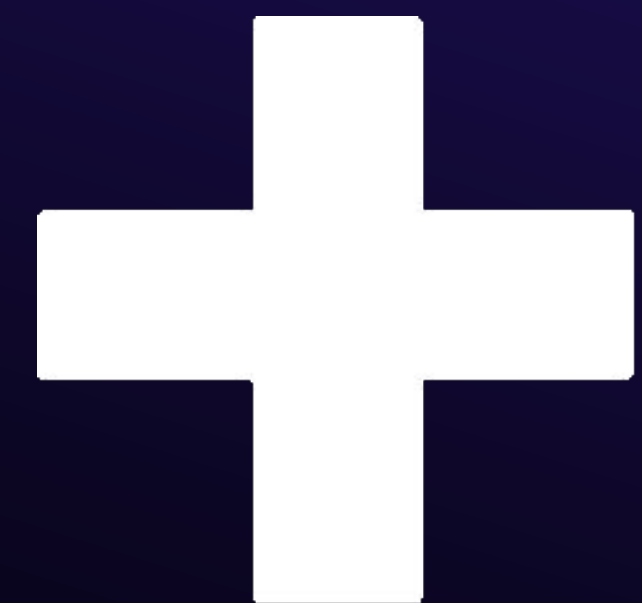
Po roku pracy, na serwisie CANAL+ online podwoiliśmy liczbę sesji w ruchu organicznym i zwiększyliśmy tę liczbę o kolejne 15% w bieżącym roku



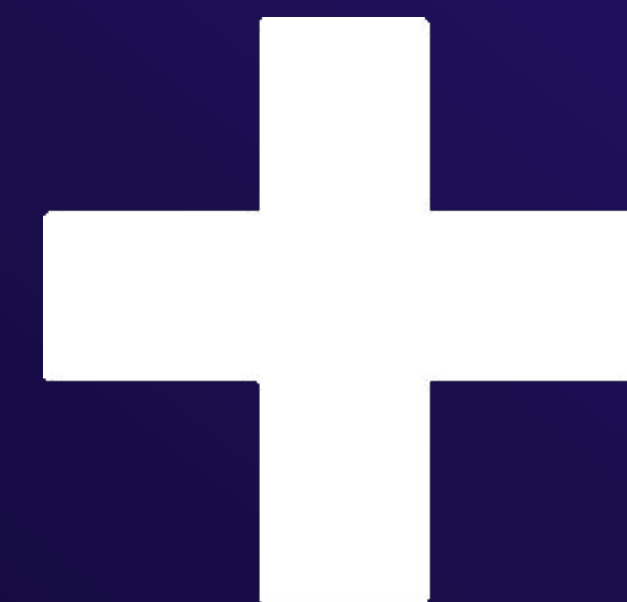
**CO OSIĄGNIĘLIŚMY I GDZIE JESTEŚMY
Z SEO POD KONIEC 2024 ROKU?**



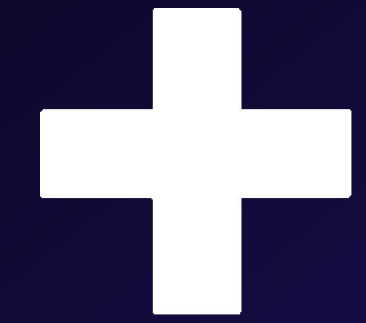
**WZROST LICZBY SESJI
UŻYTKOWNIKÓW
WWW.CANALPLUS.COM**



**Optymalizacja
działań płatnych**



Jak było?

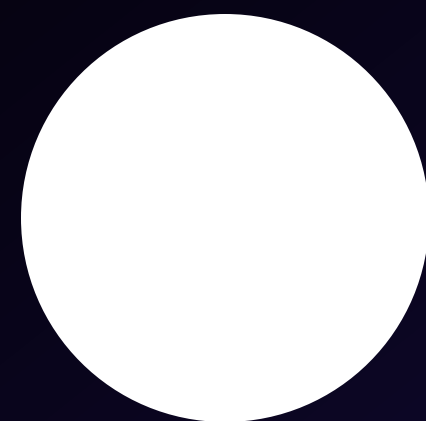


Rok 2021

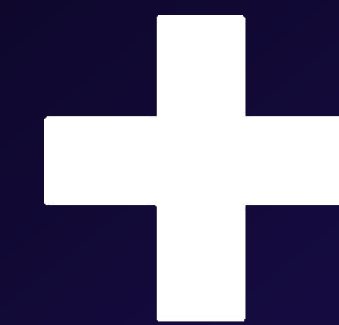
Rozproszone działania reklamowe w ramach agencji mediowych i pionów w firmie.

Kanibalizujące się wzajemnie emisje reklam realizowanych przez różne działy w firmie.
Brak szczelnej struktury remarketingowej i określonych KPI w ramach reklam prospectingowych i retargetingowych.

Brak kompetencji performance marketingowych w zespole.



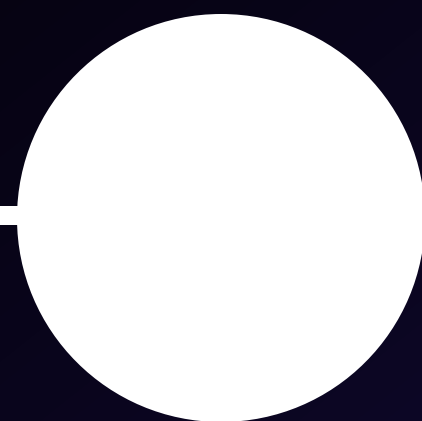
Jak było?



Rok 2022

dołączyli Amadeusz i Ola

- Internalizacja największego kanału reklamowego online – Google Ads
- Rozwój kompetencji systemów reklamowych i performance marketingu w zespole
- Stworzenie struktury kampanii displayowych i w wyszukiwarce ukierunkowane pod kątem Customer Journey użytkownika
- Dokładny podział działań reklamowych, zakładanych celów i KPI optymalizacyjnych wewnątrz firmy
- Czynny udział w przygotowaniach i realizacji premier produkcji oryginalnych



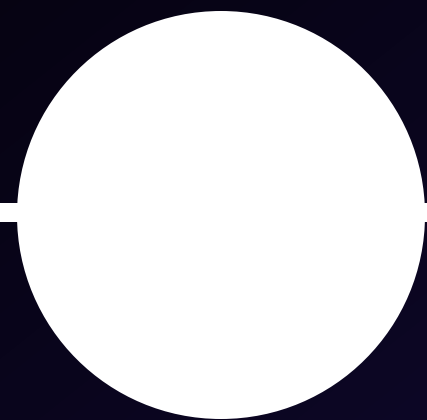
Jak było?



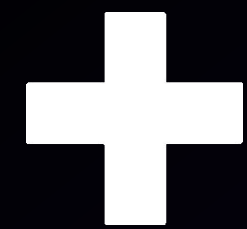
Rok 2023

**Paweł dołącza do zespołu
specjalistów reklamowych**

- Internalizacja kolejnego kanału reklam retargetingowych – Meta
- Zwiększenie znaczenia reklam social mediowych i współpracy z działem komunikacji Socialowej (w retargetingu)
- Zwiększenie udziału działań pozyskujących leady pod kątem TV SAT
- Bezpośrednie współprace z wydawcami afiliacyjnymi
- Realizacja przez zespół ecommerce pierwszej całkowicie digitalowej kampanii prospectingowej i remarketingowej promującą premierę serialu oryginalnego – Sortownia

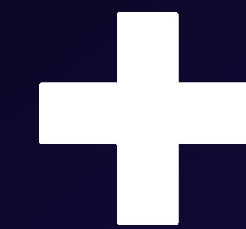


Efekty kampanii



Blisko 60%

więcej ruchu
na Landing Page serialu



Ponad 30%

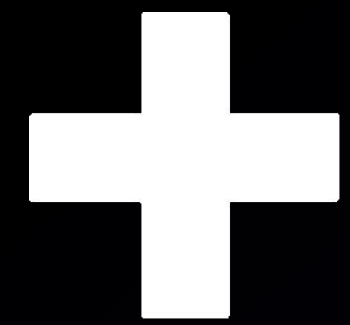
n niższy koszt pozyskania konwersji w porównaniu
do dotychczasowego lidera

Osiągnięte wyniki przy 4 krotnie niższym budżecie

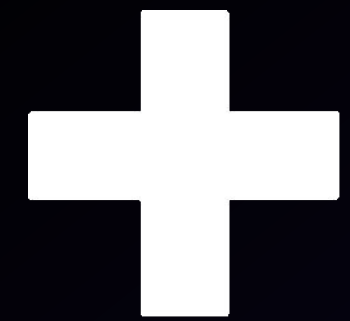
**Efekty dla
zespołu:**

- Wzrost kompetencji strategicznych w zespole performance
- Zwiększenie znaczenia reklam wideo w performance marketingu
- Efektywne wykorzystywanie nowych formatów reklamowych w Meta i Google

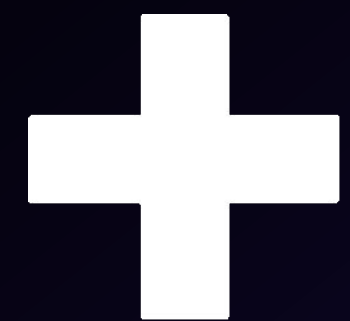
Efekty internalizacji



objęcie działaniami retargetingowymi wszystkich punktów styku klienta z marką



skupienie się na poszukiwaniu inkrementalnych sposobów komunikacji



zwiększenie ROAS o 70% w ekosystemie reklamowym Google

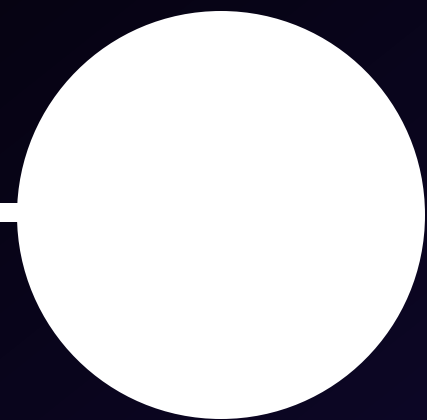
Jak było?



Rok 2024

**dołącza Patryk a Amadeusz
zostaje liderem**

- Rozpoczęcie działań prospectingowych w ekosystemie Meta w ramach zespołu ecommerce
- Rozpoczęcie działań na TikTok w ramach zespołu ecommerce
- Połączenie wszystkich kanałów komunikacji z użytkownikami pod kątem budowania segmentów retargetingowych – Facebook, Instagram, TikTok, You Tube
- Wykorzystanie nowych segmentów CDP pod kątem dokładniejszego wykluczania i targetowania odbiorców
- Udział w wytworzeniu pierwszego na rynku feedu contentowego zawierającego całą naszą aktualną bibliotekę i wykorzystanie go w działania long tailowych oraz dynamicznego remarketingu
- Bazując na dobrych wynikach w retargetingu zwiększono udział reklam wideo w całym lejku zakupowym
- Internalizacja kanału programatycznego zarówno pod kątem RTG i awareness



CO OSIĄGNIĘLIŚMY OPRÓCZ ZNAKOMITYCH WYNIKÓW KAMPANII?

1

Dużo większy udział w strategii marketingowej podczas planowania premiery serialu w oparciu o dane

2

Brak micro-managementu na rzecz auto-managementu

3

Internalizacja wszystkich największych kanałów reklamowych – Meta, Google, TikTok, programmatic

4

Zwiększenie świadomości performance marketingu w pozostałych działach firmy i nawiązywanie ściślejszych kooperacji

5

Sprowadzenie wszystkich działań reklamowych do jednego systemu reklamowego pod kątem modelowania atrybucji z pomocą algorytmów sztucznej inteligencji

6

Zwiększona tożsamość pracowników z reklamowanym produktem i umiejętność szybkiego reagowania na zmiany

CANAL+

„Jeśli możesz sobie coś wymarzyć,
możesz to zrobić.”

– Walt Disney

Zbudowanie zupełnie nowych kompetencji SEO to nowy kierunek dla całej organizacji, ale także nowatorskie w skali rynku podejście do współpracy z agencją jako konsultantem i nauczycielem, a nie wykonawcą.

SEO

Wdrożenie SEO w firmie, która nie prowadziła działań SEO to odważny i miłowy krok w konkurowaniu z innymi dużymi graczami na rynku.

PERFORMANCE

Rozwinięcie i uporządkowanie obszaru performance jest idealnym uzupełnieniem działań zasięgowych, a to połączenie przekłada się na realny wzrost sprzedaży naszych usług.

AI

Wykorzystanie sztucznej inteligencji stanowi nie tylko chęć optymalizacji naszej pracy i zwiększenia skali oddziaływania, ale także pokazuje otwartość zespołu na eksperymentowanie i testowanie.

**DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ!
ZESPÓŁ E-COMMERCE CANAL+**