



# RAPORT

## Z AUDYTU KONTA ALLEGRO

SELLIFY SP. Z O.O.  
UL MOKOTOWSKA 15A/1B  
00-640 WARSZAWA

**SELLIFY**  
WE DEAL WITH IT

## Spis treści

Zakres wykonanego audytu	str. 3
1. Badanie czynników zaufania do sprzedającego	str. 4
2. Analiza jakości ofert	str. 6
3. Analiza czynników marketingowych	str. 10
4. Analiza logistyki	str. 12
5. Analiza zgodności z regulaminem Allegro	str. 13
Podsumowanie	str. 14

Wykonane przez: [REDACTED]

Data audytu: **07.02.2024**

Audytowane konto: [REDACTED]

## **Zakres wykonanego audytu**

### **1. Badanie czynników zaufania do sprzedającego**

- 1.1. Badanie jakości zakładki "Sklep"
- 1.2. Analiza opinii kupujących
- 1.3. Analiza reakcji na opinie negatywne
- 1.4. Kontrola sekcji informacyjnych
- 1.5. Weryfikacja statusu "Supersprzedawca"

### **2. Analiza jakości ofert**

- 2.1. Analiza tytułów ofert
- 2.2. Analiza miniatur ofert
- 2.3. Analiza fotografii produktowych
- 2.4. Analiza treści opisów i szablonów graficznych
- 2.5. Analiza cen
- 2.6. Badanie udziału w kampaniach i programach Allegro
- 2.7. Analiza parametrów ofert

### **3. Analiza czynników marketingowych**

- 3.1. Analiza wielowariantowości
- 3.2. Badanie komunikacji cenowej
- 3.3. Kontrola wykorzystania narzędzi marketingowych

### **4. Analiza logistyki**

- 4.1. Analiza cennika dostaw i "SMART"
- 4.2. Analiza form dostawy
- 4.3. Badanie usług dodatkowych w sekcji logistyka

### **5. Analiza zgodności z regulaminem Allegro**

- 5.1. Analiza zgodności tytułów z regulaminem
- 5.2. Analiza zgodności miniatur z regulaminem
- 5.3. Analiza zgodności opisów z regulaminem

## 1. Badanie czynników zaufania do sprzedającego

Ogólny wynik sekcji:

 61%

### Banery na liście ofert

Nie posiadasz banerów na liście ofert. Bardzo ważne jest, aby je dodać, ponieważ: Zwiększasz koszyk zakupowy, komunikujesz korzyści oraz wyróżniasz siebie jako sprzedawcę i wzbudzasz zaufanie na tle konkurencji, możesz przekazać klientowi wyróżniające Cię informacje. Przykłady: <https://allegro.pl/uzytkownik/firmaSJ> lub <https://allegro.pl/uzytkownik/YouTab>

### Serie produktowe

Brak serii produktowych. Utrudniasz klientom dobranie produktów komplementarnych do zestawu, Nie informujesz o pełnej ofercie lub grafiki nie są profesjonalne. Poniżej przykład dobrego i łatwego do wdrożenia wzoru serii produktowych. Zrobisz je chociażby w Canvie: [https://allegro.pl/uzytkownik/sma\\_Betlewski/sklep](https://allegro.pl/uzytkownik/sma_Betlewski/sklep) lub <https://allegro.pl/uzytkownik/YouTab/sklep>

### Informacje o sprzedawcy

Bardzo dobrze uzupełniona sekcja. Wyróżniasz siebie jako sprzedawcę, profesjonalnie komunikujesz korzyść zakupów u Ciebie oraz udostępniasz regulamin, dzięki czemu zyskujesz w oczach klientów od strony profesjonalizmu, przez co zwiększasz zaangażowanie swoich klientów.

### Ilość pozytywnych opinii

Świetnie, widać, że posiadasz dużą ilość pozytywnych opinii. To bardzo ważne z perspektywy algorytmu.

### Stosunek pozytywnych opinii do negatywnych

Bardzo dobrze. Jest niski stosunek ilości opinii negatywnych do pozytywnych. Dobrze traktujesz swoich klientów oraz Twój produkt najprawdopodobniej jest wysokiej jakości. Gratulacje.

### Odpowiedzi na negatywy

nd.

#### Zadowolenie kupujących

Idealnie, Twoja średnia wynosi 5.0.

#### Baner sklepu

W Twojej zakładce "Sklep" widnieje standardowe zdjęcie w tle. Wykorzystaj tę przestrzeń aby wyróżnić się wśród sprzedawców oraz komunikować korzyści związane z transakcją u Ciebie. Przykład:  
<https://allegro.pl/uzytkownik/Baseus-Polska/sklep>

#### Dane kontaktowe

Świetnie, masz uzupełnione dane kontaktowe.

#### Super Sprzedawca

Nie masz SuperSprzedawcy. To ważne, ponieważ: wzbudzasz zaufanie wśród allegrowiczów oraz (według regulaminu allegro) poprawiasz pozycję w trafności. Dzięki tej odznace wyróżniasz swój listing objętościowo i kolorystycznie. Koniecznie o niego zadbaj.

#### Oficjalny Sklep / Dystrybutor

Jesteś właścicielem marki, jednak nie korzystasz ze strefy marek Allegro. Przynależność do programu wiąże się z wieloma profitami. Przede wszystkim uzyskasz oznaczenie oficjalnego sklepu. a co za tym idzie zaufanie klientów. Strefa marek daje również nowe możliwości podczas tworzenia ofert. Mowa tu o dodatkowych banerach oraz możliwości umieszczenia logo marki.

## 2. Analiza jakości ofert

### A. Analiza tytułów ofert

Ogólny wynik sekcji:

 50%

#### Trafność słów kluczowych

Pominąłeś niektóre słowa kluczowe, warto cofnąć się do planera i przeanalizować jak zwiększyć zasięg oferty. Podsyłamy link do filmu, gdzie dostarczy Ci masę inspiracji dot. Tytułu oferty: [https://www.youtube.com/watch?v=JfF2XoHD\\_2o](https://www.youtube.com/watch?v=JfF2XoHD_2o)

#### Przykładowe tytuły do poprawy oraz propozycje zmian:

1.

1.

2.

2.

3.

3.

#### Kolejność fraz w tytule

Widać, że posługujesz się planerem słów kluczowych, jednak najbardziej zasięgowe frazy nie są umieszczone na początku tytułów. Warto zamienić je kolejnością!

#### Wykorzystanie ilości znaków

Nie wykorzystujesz całości potencjału, które daje 75 znaków. Pamiętaj, że każda fraza to dodatkowe zasięgi. Sprawdź co jeszcze warto dodać do tytułu, aby przyciągnąć potencjalnych kupujących.

### B. Analiza miniatur ofert

Ogólny wynik sekcji:

 46%

#### Zachowane białe obramowanie

Niektóre z Twoich miniatur nie mają zachowanego białego obramowania. Należy to niezwłocznie poprawić!

#### Różne perspektywy produktu

Zadbaj o większą ilość zdjęć, które przedstawią klientowi to czego oczekuje! Zdjęcia z różnych perspektyw oraz wygląd opakowania to istotny wyróżnik na tle konkurencji!

#### Wyróżnienie się podczas scrollowania listy wyszukiwania

Na pierwszy rzut oka niczym się nie wyróżniasz. Dopracuj elementy, które potencjalny kupujący widzi już podczas scrollowania listingu. Sprawdź sprzedawcę: <https://allegro.pl/uzytkownik/intmix>

#### Kolor tła

Miniatury na białym tle - tak trzymaj!

#### "Pełność" zdjęcia głównego

Zostawiasz sporo wolnego miejsca, które możesz wykorzystać do komunikacji Twoich przewag. Zadbaj o to, aby główne zdjęcie było pełne i zachęcało do kliknięcia. Spójrz na tę ofertę: <https://allegro.pl/oferta/elektryczna-maszynka->

#### Rozdzielczość zdjęć głównych

Dobra rozdzielczość zdjęć. Zdjęcia świetnie obrazują Twoje produkty.

### C. Analiza ofert

Ogólny wynik sekcji:

● 26%

#### Widoczność korzyści w opisie

Nie sygnalizujesz korzyści, wynikających z zakupu produktu. Są one albo trudne do odnalezienia, komunikacja korzyści nie jest wyróżniona lub język pisanja oferty jest techniczny i zawiera w głównej mierze cechy - warto to poprawić. Tutaj

#### Responsywność

Układ opisów Twoich ofert jest nieresponsywny, co zmniejsza jego czytelność i konwersję. Zadbaj o to, by opisy wyświetlały się odpowiednio na wszystkich urządzeniach. Zrezygnuj z układu zdjęcie-tekst, tekst-zdjęcie (szachownica). Przeglądając Twoje oferty na komputerze kliknij F12 i sprawdź, czy intuicyjnie odpowiada sąsiadującej grafice oraz czy klient na telefonie nie jest przytłoczony bardzo dużą ilością tekstu na ekranie. Popraw ewentualne odchylenia od normy.

#### Wyróżnienie istotnych cech

Nie wyróżniasz istotnych cech dla klienta. Warto, żeby opis stricte odpowiadał potrzebom klienta, z którymi ogląda Twoją ofertę. Przykład: <https://allegro.pl/oferta/charms-koniczynka-srebro-925-koralik-zawieszka-11531492988>

### Język korzyści

Nie wykorzystujesz potencjału jaki niosą za sobą emoji. Pamiętaj, że oferta zawierająca kolorowe symbole przykuwa uwagę znacznie bardziej i klient jest w stanie bardziej zauważyć to, na czym Ci zależy, aby klient zobaczył.

### Perswazja w opisach

Układ opisu nie przekonuje do kupna. Warto pomyśleć nad skonstruowaniem opisu, który będzie odpowiadał na potrzeby klienta w odpowiedniej kolejności.

### Tytuł w tyłu H1 w opisie

W większości ofert brakuje tytułu w Nagłówku Pierwszym na samej górze oferty. Warto o to zadbać, gdyż pomaga algorytmowi stwierdzić lepsze dopasowanie oferty do zapytania kupującego.

### Budowa świadomości marki - banery, logo marki

Nie komunikujesz prestiżu/wartości marki lub jej nie posiadasz.

### Emoji

Nie wykorzystujesz potencjału jaki niosą za sobą emoji. Pamiętaj, że oferta zawierająca kolorowe symbole przykuwa uwagę znacznie bardziej i klient jest w stanie bardziej zauważyć to, na czym Ci zależy, aby klient zobaczył.

### Przedstawienie składu zestawu

Postaraj się lepiej prezentować co zawiera oferta. Warto poświęcić temu oddzielną sekcję w celu zaspokojenia ciekawości klienta.

### Wymiary w formie graficznej - porównanie do czegoś

Nie posiadasz wymiarów w formie graficznej. Zastanów się nad grafikami uwzględniającymi porównanie do jakiegoś przedmiotu. Dzięki temu klient będzie precyzyjnie oszacować rozmiary Twojego przedmiotu tak, jakby przeglądał produkt w sklepie stacjonarnym: <https://allegro.pl/oferta/stol-cateringowy-skladany-ogrodowy-walizka-180-cm-13515133254>

### "Pomysł na ofercie" - wyróżniki

Oferty nie wyróżniają się od konkurencji znacząco. Pomyśl nad tym co możesz dodać, czego nie ma konkurencja, a stanowi wartość dla klienta? Spójrz na przykład z archiwum: <https://archiwum.allegro.pl/oferta/fotelik-samochodowy-9-36-kg-kinderkraft-comfort-up-i1219288772.html> Tutaj zwróć uwagę na Program Bezpieczny Fotelik.

### Podpięcie do katalogu produktów Allegro

Posiadasz oferty, które nie są połączone z katalogiem. Wpływa to na pozycję ofert.



### Wysokie stany magazynowe

Posiadasz wiele egzemplarzy produktów. Jest to duży plus. Podczas budowania trafności, braki w najlepszych produktach mogą negatywnie wpłynąć na funkcjonowanie sprzedaży.

### Ilość zdjęć

Niestety, ale liczba zdjęć w Twoich ofertach nie jest satysfakcjonująca. Jeśli masz taką możliwość, dodaj zdjęcia produktów, które pokazują je z różnych perspektyw. Klienci cenią sobie możliwość obejrzenia przedmiotu z wielu stron. W przypadku, gdy nie masz dodatkowych grafik, warto urozmaicić ofertę zdjęciami porównawczymi lub prezentacją opakowania oraz ikonografikami. Ilość zdjęć jest również brana pod uwagę przez trafność.

### Prawidłowe uzupełnienie parametrów wymaganych

Świetnie, parametry w Twoich produktach są uzupełnione prawidłowo.

### Uzupełnienie opcjonalnych parametrów

Znakomicie, oprócz parametrów obowiązkowych uzupełniasz również parametry opcjonalne. Dzięki temu zwiększasz jakość oferty oraz ich zasięg.

### Oferty wystawione w prawidłowych kategoriach

Twoje oferty są wystawiane w prawidłowych kategoriach. Ma to znaczny wpływ na ich prosperowanie, gdyż każda z kategorii wyróżnia się innym potencjałem sprzedażowym oraz kosztami.

### Oferty wystawione w wszystkich możliwych kategoriach

Wystawiasz swoje oferty w każdej z możliwych kategorii.

### Cenniki hurtowe

Nie posiadasz cennika hurtowego. Wprowadź cennik hurtowy celem dotarcia do klientów biznesowych oraz poprawy widoczności listingu.

#### Długi czas bez sprzedaży



Posiadasz oferty, które od dłuższego czasu nie odnotowały żadnej sprzedaży. Skorzystaj z opcji "wystaw podobną", aby Twoje oferty miały lepszy start. Pamiętaj również o tym, że jeśli dotychczasowa oferta nie przykuła uwagi kupujących to warto wdrożyć również zmiany w elementach, które mogą zniechęcać do zakupu (miniatura, tytuł, opis).

### D. Analiza cen produktów

Ogólny wynik sekcji:



55%

#### Dostosowanie cen do SMART



nd.

#### Konkurencyjność cenowa



Część Twoich produktów posiada zawyżoną cenę, efektem czego może być niższa konwersja.

#### Komunikacja obniżek cen (np. Strefa okazji)



Nie posiadasz ofert w strefie okazji. Klienci zwracają uwagę na wyróżniki znajdujące się przy ofercie. Wykorzystując strefę okazji, Twoja oferta staje się bardziej atrakcyjna na listingu, oraz jakość oferty do pozycjonowania produktu się zwiększa. Ponadto klient widzi realną obniżkę, którą jesteś w stanie zaoferować. Korzystaj z tego okazjonalnie do konkretnego celu (np. pozycjonowanie produktu)

## 3. Analiza czynników marketingowych

### A. Analiza wielowariantowości

Ogólny wynik sekcji:



50%

#### Połączenie pokrewnych modeli



Dodaj maksymalnie dużo wielowariantowości. Zyskuje na tym jakość oferty, oraz konwersja.

#### Połączenie wielokolorowością



nd.

### B. Analiza dodatkowych narzędzi

Ogólny wynik sekcji:



45%

#### Rabaty na kolejne produkty



Nie posiadasz rabatu ilościowego. Warto go dodać, gdyż nie zyskują na nim wyłącznie Twoi klienci. Rabat ilościowy skutecznie ukrywa takie same, często tańsze produkty, które oferuje konkurencja.

#### Czas wysyłki



Świetnie! Wyróżniasz się czasem wysyłki tego samego dnia!

#### Wydłużony czas gwarancji, reklamacji oraz zwrotu



Zadbaj o wydłużony czas gwarancji oraz zwrotów. Klienci odbiorą to jako gwarancję jakości produktu.

#### Uzupełnienie sekcji informacyjnych



Niektóre z sekcji wymagają poprawy lub uzupełnienia. Klienci przed zakupem bardzo często weryfikują wiarygodność konta poprzez sprawdzenie informacji dotyczących zwrotów, gwarancji oraz reklamacji.

#### Łapkowanie ofert, które mają pozytywne opinie



Komentarze odnośnie oferty są wymieszane. Na górze produktyzacji widoczne są opinie pozytywne oraz negatywne. W celu wywindowania ich ku górze, warto polubić sprzyjające opinie. Wpływa to na konwersję oraz na trafność (najbardziej pomocna). Pomoże Ci w tym alemonitor.pl, który automatycznie łapkuje pozytywne opinie.

#### Uzupełniona zakładka kontaktowa



Świetnie, posiadasz uzupełnione wszystkie niezbędne informacje.

#### Stosowanie "Kup w zestawie"



Nie posiadasz opcji kup w zestawie. Jest to świetny sposób na zwiększenie koszyków zakupowych!

### Monety

Nie dołączasz monet do swoich ofert. Zastanów się nad ich dodaniem. Część użytkowników dokonuje zakupu po ówczesnym przefiltrowaniu ofert zawierających monety. Dodatkowo oferta posiadająca chociaż jedną monetę wygląda znacznie atrakcyjniej.

### Kupony

Nie oferujesz klientom kuponów. Są one świetnym sposobem na zwiększenie koszyków zakupowych. Jeśli z reguły klienci wykonują u Ciebie małe zakupy, spróbuj skorzystać z tej opcji. Widząc możliwość uzyskania zniżki na kolejne zakupy, kupujący często decydują się na dobranie dodatkowego produktu.

### Okazje i inne programy promocyjne

Nie korzystasz z programów oferowanych przez Allegro. Warto je wykorzystywać w celu przyciągnięcia kupujących do Twoich ofert.

### Wyróżnienia

Umiejętnie wykorzystujesz opcję wyróżniania ofert

### Zapakuj na prezent

nd.

## 4. Analiza logistyki

Ogólny wynik sekcji:

 64%

### Posiadanie SMART

Świetnie, posiadasz usługę smart!

### Formy dostaw

Poszerz swoje formy dostaw. Co klient to inne doświadczenia z lokalnymi kurierami oraz ich preferencje. Poza tym ilość form dostaw wpływa na konwersję i trafność.

#### Wysyłka za granicę



W Twojej ofercie nie ma opcji wysyłki za granicę. Warto ją przetestować, gdyż jest to szansa na dotarcie do nowych klientów.

#### Odbiór w sklepie stacjonarnym



Świetnie, Twoi klienci mogą odebrać zamówienie w sklepie stacjonarnym!

#### Usługa wniesienia



Włącz dodatkową usługę "wniesienie". Dzięki niej zyskasz nowych klientów!

#### Darmowa dostawa



Masz dobrze ustawioną darmową dostawę. Powinna ona zachęcać klientów nie-smartowych do budowania koszyka.

### 5. Analiza zgodności z regulaminem Allegro

Ogólny wynik sekcji:



100%

#### Zgodność tytułów z regulaminem



Tak trzymaj, nie łamiesz regulaminu allegro. Twój tytuł zawiera dozwolone frazy.

#### Zgodność miniatur z regulaminem



Twoje miniatury są zgodne z regulaminem.

#### Zgodność opisów z regulaminem



Świetna wiadomość, Twoje opisy nie łamią regulaminu!

## Podsumowanie

---

<b>Ogólny wynik konta</b>	 <b>48%</b>
---------------------------	--

---

Wynik tytułów ofert	<b>50%</b>
---------------------	------------

Wynik miniatur ofert	<b>46%</b>
----------------------	------------

Jakość ofert	<b>26%</b>
--------------	------------

Wynik badania cen produktów	<b>55%</b>
-----------------------------	------------

Wynik badania wielowariantowości	<b>50%</b>
----------------------------------	------------

Wynik analizy dodatkowych narzędzi	<b>45%</b>
------------------------------------	------------

Wynik analizy logistyki	<b>64%</b>
-------------------------	------------

Wynik analizy zgodności z regulaminem Allegro	<b>100%</b>
---	-------------