

ATVEJO ANALIZĖ

Baldų e-parduotuvė: +83 % pardavimų per 5 savaites.

tas pats produktas, kita sistema

Lietuvos baldų e-parduotuvė (Shopify) prieš mums pradėdant prarado pardavimus. Per pirmąsias 36 dienas užsakymų skaičius beveik padvigubėjo.

KLIENTAS

Baldų e-parduotuvė, Shopify

LAIKOTARPIS

2026-08-10 - 2026-10-20

PARENGĖ

Cofactor

cofactor.

Ką radome.

pardavimai krito, priežastys buvo matomos

Rugsėjo pradžioje atlikome parduotuvės, reklamos ir sekimo auditą. Pagrindinės problemos:

- 01 **Pardavimai mažėjo.** Per 90 dienų iki audito bruto pardavimai buvo 12 % mažesni nei ankstesnį laikotarpį.
- 02 **Sekimas nebuvo pilnai sutvarkytas.** Meta Conversions API ir Google Ads konversijos nebuvo pilnai nustatytos, todėl reklamos mokėsi iš nepilnų duomenų.
- 03 **Reklama buvo išskaidyta.** Biudžetas buvo padalytas į kelias mažas kampanijas po 3–8 € per dieną su skirtingais pasiūlymais. Nė viena negaudavo pakankamai duomenų.
- 04 **Atsiskaitymas pametė pirkėjus.** Per 90 dienų atsiskaitymą pasiekė 260 žmonių, užbaigė 64. Pristatymo kaina pasimatydavo tik paskutiniame žingsnyje, o krepšelyje buvo perteklinė sutikimo varnelė.
- 05 **Nebuvo automatinių laiškų ir SEO pagrindo.** Paliktų krepšelių niekas nepriminė, svetainėje sukosi pasenęs nuolaidų ratas, o kategorijos neturėjo paieškos pavadinimų ir aprašymų.

Prieš ir po.

36 dienos prieš ir 36 po

18 281 €

buvo ~9 990 €
+83 %
grynieji pardavimai (be grąžinimų)

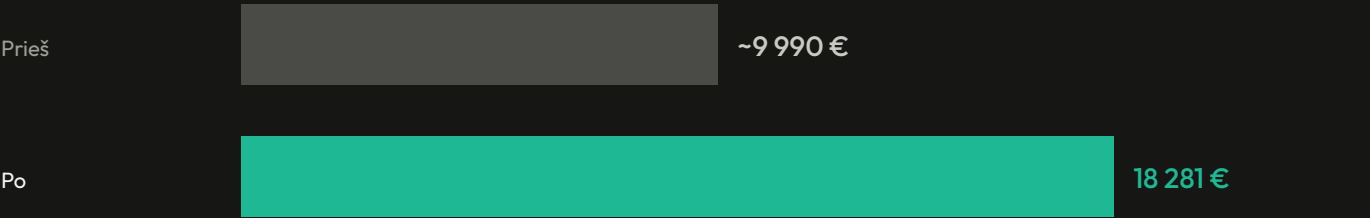
58

buvo 30
+93 %
užsakymai

~7 €

už 1 € papildomos reklamos
+8 291 € pardavimų
papildomos reklamos išlaidos ~1 160 €

GRYNIEJI PARDAVIMAI PER 36 DIENAS



RODIKLIS	PRIEŠ	PO	POKYTIS
Grynieji pardavimai	~9 990 €	18 281 €	+83 %
Užsakymai	30	58	+93 %
Pagrindinės prekės (lovos) pardavimai	~2 300 €	~10 400 €	+341 %
Vidutinis krepšelis daugiau pirkėjų rinkosi pigesnę pagrindinę prekę	~377 €	343 €	-9 %
Google Ads pirkimai Google Ads duomenys	5	13	+160 %
Google paieškos paspaudimai (28 d.) Search Console, vid. pozicija 10,9 → 7,5	169	286	+69 %
Reklamos išlaidos (Meta + Google)	~330 €	~1 486 €	+1156 €

Ką padarėme.

pamatai, reklama, krepšelis, laiškai

2026-08-24 - 09-14

Pamatai

- + Sutvarkytas sekimas: GA4, Meta Pixel ir Conversions API, Google Ads konversijos
- + Prekių feed'as Google Merchant Center
- + Pašalintas pasenęs nuolaidų ratas ir nebenaudojamos programėlės

2026-10-14 - 10-16

Krepšelis ir prekės puslapis

- + Krepšelio langas su vienu aiškiu mygtuku
- + Pašalinta perteklinė sutikimo varnelė
- + Pristatymo kaina rodoma iš anksto
- + Prie mygtuko: likutis, pristatymo terminas ir parduotuvės įvertinimas

NUO 2026-09-15

Reklama

- + Meta reklama perstatyta į vieną plačią konversijų kampaniją
- + Statiniai kreatyvai su aiškiomis testų taisyklėmis: laimėtojai gauna biudžetą, silpni išjungiami
- + Vienas aiškus pasiūlymas: lova su čiužiniu komplektu
- + Google paieška optimizuota, Shopping paleistas visam katalogui

2026-10-15 - 10-20

Laiškai ir SEO

- + Automatiniai laiškai: nebaigtas atsiskaitymas, paliktas krepšelis, peržiūrėta prekė, pasveikinimas
- + Prenumeratos langas be nuolaidos
- + 13 kategorijų paieškos pavadinimai ir aprašymai, 5 kategorijų tekstai

Ką tai reiškia.

- 01 Pardavimai beveik padvigubėjo.** Per 36 dienas parduotuvė gavo 58 užsakymus vietoj 30, gryniesi pardavimai išaugo 83 %.
- 02 Augimą nešė reklama, kurią galima pamatuoti.** Papildomi ~1 160 € reklamai atnešė 8 291 € daugiau pardavimų, apie 7 € už kiekvieną papildomą eurą. Sutvarkytas sekimas leido reklamai mokytis iš tikrų pirkimų.
- 03 Vienas aiškus pasiūlymas veikė geriausiai.** Reklamoje rodėme vieną pasiūlymą: lovą su čiužiniu komplektu. Pagrindinės lovos pardavimai išaugo ~4,5 karto.
- 04 Vidutinis krepšelis sumažėjo 9 %.** Daugiau žmonių pirko pigesnę pagrindinę prekę. Todėl kitas žingsnis yra priedai prie lovų ir didesni komplektai.
- 05 Dalis darbų dar tik pradeda veikti.** Krepšelio, laiškų ir SEO pakeitimai padaryti spalio viduryje. Jų poveikį matuosime kitą mėnesį.

Kaip skaičiavome. Shopify gryniesi pardavimai ir užsakymai: 2026-08-10 - 09-14 (prieš) ir 2026-09-15 - 10-20 (po), po 36 dienas. Lankytojų skaičiaus ir konversijos rodiklio nelyginame, nes 2026-09-21 Shopify pakeitė sesijų skaičiavimą. Reklamos išlaidos iš Meta ir Google Ads paskyrų, Google pirkimai pagal Google Ads priskyrimą. Rezultatams įtakos turi ir sezonas.