

7 kroków obniżenia kosztu klienta (CAC) w Allegro Ads

Checklista dla sprzedawców Allegro – do wydruku i odhaczania

1. Dokładna analiza kampanii

- ☐ Sprawdź, które kampanie generują sprzedaż, a które tylko kliknięcia.
- ☐ Wyłącz nierentowne słowa kluczowe i grupy produktów.

2. Optymalizacja stawek CPC

- ☐ Obniż stawki w kampaniach, które 'zjadają budżet' bez konwersji.
- ☐ Zwiększ stawki w kampaniach, które mają wysoką konwersję i zwrot.

3. Poprawa konwersji oferty

- ☐ Dodaj profesjonalne zdjęcia i infografiki.
- ☐ Zadbaj o SEO w tytule i opisach.
- ☐ Umieść wyraźne korzyści i unikalne cechy produktu.

4. Lepsze targetowanie

- ☐ Skup się na słowach kluczowych z intencją zakupu, nie tylko ogólnych frazach.
- ☐ Dodaj frazy long-tail (bardziej precyzyjne).

5. Monitorowanie AOV (średniej wartości zamówienia)

- ☐ Zaoferuj pakiety lub produkty komplementarne.
- ☐ Zaproponuj cross-selling i up-selling (np. 'Kup razem taniej').

6. Kontrola marży i kosztów

- ☐ Oblicz realną marżę (po prowizji i kosztach logistycznych).
- ☐ Sprawdź, czy CAC nie przewyższa zysku brutto na zamówieniu.

7. Automatyzacja raportów i optymalizacja ciągła

- ☐ Używaj narzędzi typu BaseLinker + Excel/BI, aby szybciej podejmować decyzje.
- ☐ Raz w tygodniu analizuj CAC, ROI i ROAS – reaguj na zmiany.

☐ Tip: Najlepsze efekty osiąga się, gdy łączysz działania: niższe CPC + wyższa konwersja + wyższa marża = niższy CAC i większy zysk.