

O 91 % vyšší tržby za dva měsíce. Jak jsme zajistili, aby byl klient Manutan vidět?

15.5.2025 - Šimon Grebík | Seznam.cz

Manutan je silný hráč v oblasti vybavení kanceláří a provozů, přesto ale chtěl ještě více posílit svou online viditelnost a přitáhnout více zákazníků. Společně jsme nastavili kampaň na Seznamu zaměřenou na klíčová slova, důležité kategorie i konkrétní města. Výsledky na sebe nenechaly dlouho čekat: 129% nárůst prokliků, zobrazení na předních pozicích napříč republikou a hlavně - téměř dvojnásobné tržby.

Manutan působí na českém trhu od roku 2005, ale své zkušenosti s vybavováním kanceláří, skladů, dílen i provozů sbírá už od roku 1992. Každý rok obslouží přes 12 000 zákazníků a v nabídce má více než 100 000 produktů - od vlastních značek až po sortiment z oblastí, jako jsou BOZP, hygiena nebo obalová technika. Kromě širokého výběru se soustředí i na nadstandardní služby, které zákazníkům ušetří čas a práci. Nabízí třeba bezplatnou 3D vizualizaci prostor, montáž a vynášku zboží nebo nákupní řešení na míru přes e-procurement.

Co zákazníci hledali, to jsme jim ukázali: židle a regály

Klient má svůj firemní profil na **Firmy.cz**, kde si ho zákazníci mohou snadno najít. Díky tomu, že je profil kompletně vyplněný a obsahuje důležité informace i odkazy, zobrazí se na více místech napříč internetem.

Zaměřili jsme se na kancelářské židle a regály, tedy sortiment, u kterého jsme očekávali největší zájem ve vyhledávání. Nastavili jsme, **aby se firma zobrazovala na konkrétní klíčová slova jako „regály“ nebo „kancelářské židle“**. Klienta jsme zařadili do nejnavštěvovanějších kategorií na portálu Firmy.cz. Cílem bylo přivést více uživatelů na web a zvýšit počet objednávek.

Když se firma zobrazí přesně tam, kde má

Klíčové pro nás bylo dostat Manutan na hlavní stránku a do výsledků hledání na Seznamu. Na hlavní stránce jsme chtěli oslovit uživatele, u kterých Seznam vyhodnotil, že by pro ně Manutan mohl být relevantní. Při zacílení na 14 krajských měst jsme podstatně rozšířili oblasti, kde se kampaň zobrazovala. To, v kombinaci s nabídkami, mělo podle očekávání přinést výrazný nárůst zobrazení.

Ve fulltextovém vyhledávání jsme rozšířili počet vybraných klíčových slov podle potřeb klienta. Díky širšímu cílení se Manutan objevil ve firemních upoutávkách i v dalších krajích, ne jen v Ostravě.

Manutan jsme zobrazili na předních pozicích ve vyhledávání Seznam.cz

Aby kampaň fungovala co nejlépe, přidali jsme do profilu konkrétní nabídky, které zaujaly potenciální zákazníky - třeba jako teď ta s vybavením firemní šatny: **„Co by nemělo chybět ve firemní šatně?“**.

Oproti konkurenci jsme zákazníkům nabídli víc než jen obecnou prezentaci - mohli si rovnou zjistit, co by ve firemní šatně nemělo chybět, a zároveň si vybrat z konkrétních produktů. Takto cílené nabídky navíc výrazně zvýšily viditelnost profilu na hlavní stránce Seznamu a oslovily až 100 000 potenciálních zákazníků.

Manutan na nejnavštěvovanějším webu českého internetu: Seznam.cz

Úspěch na hlavní straně i ve vyhledávání

Díky novému nastavení kampaně se klient posunul ve vyhledávání v kategoriích **prodej regálů, online prodej kancelářského nábytku, prodej kancelářských židlí, prodej kancelářského nábytku** na přední pozice ve všech krajských městech.

Nové nastavení kampaně přivedlo klientovi **výrazně více potenciálních zákazníků a zvýšilo zájem o jeho nabídku.**

Kampaně klientovi zajistila výrazný nárůst počtu prokliků.

Firemní profil se díky kampani zobrazoval výrazně častěji – největší úspěch přišel na hlavní stránce Seznamu a ve vyhledávání, kam jsme od začátku směřovali.

Největší podíl na celkovém růstu proklikovosti ale mělo **fulltextové vyhledávání, které klientovi přineslo 129% nárůst prokliků.** Klient kampaně hodnotí jako úspěšnou **s nárůstem tržeb o 91%.**

Celý proces nastavení kampaně včetně osobní schůzky, kde jsme probrali potřeby klienta a vyjasnili si klíčová slova, lokality cílení a cíl kampaně samotné zabral necelé dva týdny. Výsledky se dostavily už po dvou měsících od spuštění, kdy proběhlo první obsáhlé vyhodnocení dosavadního průběhu. Klient od té doby stále inzeruje a je s výsledky kampaně spokojený.

<https://blog.seznam.cz/2025/05/o-91-vyssi-trzby-za-dva-mesice-jak-jsme-zajistili-aby-byl-klient-manutan-videt>