

IdoSell.

Przyspiesz działanie swojego sklepu na Black Week

Poradnik IdoSell



W czasie Black Friday zapewne chcesz ściągnąć jak **największy ruch do swojego sklepu.**

Jednak wielu kupujących to spore obciążenie dla twojej strony.

IdoSell zapewnia swoim klientom jak najlepszej jakości usługi i możesz mieć pewność, że w czasie peaków sprzedażowych, **twój sklep będzie cały czas dostępny.** Są jednak proste sposoby, które sprawią, że w okresie wzmożonego ruchu, twoja strona będzie działać jeszcze szybciej i bez zarzutu.

Skorzystaj z **porad naszych ekspertów.** Poniżej znajdziesz dziewięć podpowiedzi, jak skonfigurować sklep, żeby na Black Friday działał jeszcze lepiej.



1. Liczby towarów w hotspotach

Kiedy konfigurujesz rekomendacje towarów (dawniej Strefy hotspot) wyświetlane w sklepie, np. na stronie głównej, pamiętaj o ustawieniu racjonalnej liczby produktów, które chcesz pokazać. Jeśli wskażesz, że dana strefa ma prezentować towary z oznaczeniem „promocja”, a po dodaniu zniżek na Black Friday będą ich tysiące, szybkość ładowania strony twojego sklepu może spaść.

Warto zatem rozważyć prezentację w strefie ograniczonej liczby towarów, na którą pozwala opcja „towary z podanego linka”.

Opisane strefy rekomendacji konfigurujemy w [MODERACJA > Działanie sklepu > Zarządzanie zachowaniem sklepu > Rekomendacje towarów](#) (dawniej Strefy hotspot).

2. Przyspieszenie ładowania stron za pomocą mechanizmu Cache

W **ADMINISTRACJA > System > Akceleracja generowania stron (cache)** znajdziesz statystyki dotyczące mechanizmu Cache HTML oraz zmienisz jego ustawienia. Jest to niezwykle ważny mechanizm, który pozwala na przyspieszenie ładowania stron. Dzięki niemu, kiedy kupujący wchodzi po raz pierwszy na daną podstronę twojego sklepu, jej cały kod jest zapisywany w pamięci podręcznej. Dlatego też kolejnemu użytkownikowi, który chce ją odwiedzić, nie jest ona na nowo generowana z bazy danych.

Upewnij się, że cache jest aktywny, a w razie wątpliwości zapraszamy do kontaktu z naszym Działem Wsparcia.

Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej na temat cache, zajrzyj tutaj: www.idosell.com/pl/infrastruktura-serwerowa-idosell/akceleracja-generowania-stron/konfiguracja-akceleracji-generowania-stron/

Informacja: Cache HTML to mechanizm *cache* najwyższego poziomu na stronach sklepu, zapisujący całą stronę HTML przy pierwszym wejściu na strony: wyszukiwarki, menu, producentów, serii itp., w celu szybszej ich prezentacji dla kolejnych odwiedzających.

Rada: Zamiast wyłączać Cache HTML w panelu na dłużej, możesz kliknąć [tutaj](#), aby wyłączyć go tylko dla aktywnej sesji. Żeby włączyć go ponownie kliknij [tutaj](#).

Statystyki Cache HTML:

Ostatnie oczyszczenie cache:

Podczas wczytywania strony dynamicznej	Ilość stron	Procent całości	Uwagi
Wykorzystany cache (można było ponownie z nich skorzystać)	2949	3.77%	
Niewykorzystany cache (za krótki czas życia lub unikalny url)	46743	59.74%	
Cache był niedostępny (strony składania zamówienia lub cache wyłączony celowo np. z uwagi na rabaty klienta)	28549	36.49%	Zbyt wysoka wartość, jeżeli masz duży ruch, warto zadbać o optymalizację

Konfiguracja Cache HTML:

Cache HTML

włączony (tylko gdy ceny nie mogą ulec zmianie)

włączony (zawsze, sklep działa tylko z cache: **wymaga specjalnego template**)

wyłączony

Czas ważności zapisanej strony w Cache HTML

540 sekundy

Cache HTML na karcie towaru	<input checked="" type="radio"/> włączony	<input type="radio"/> wyłączony
Cache HTML na stronie głównej	<input checked="" type="radio"/> włączony	<input type="radio"/> wyłączony
Cache HTML na stronie kontakt	<input checked="" type="radio"/> włączony	<input type="radio"/> wyłączony
Cache HTML na stronach bloga	<input checked="" type="radio"/> włączony	<input type="radio"/> wyłączony
Cache HTML na stronach CMS	<input checked="" type="radio"/> włączony	<input type="radio"/> wyłączony
Cache HTML na stronach wyszukiwania	<input checked="" type="radio"/> włączony	<input type="radio"/> wyłączony
Cache HTML na pozostałych stronach	<input checked="" type="radio"/> włączony	<input type="radio"/> wyłączony

3. Włączenie w snippetach dezaktywacji dodatku jeśli nie odpowiada po zadany czasie

Jeżeli korzystasz z dodatków HTML i JavaScript, które łączą się z zewnętrznym serwerem, pomyśl o wyłączeniu ich, jeśli np. serwer nie odpowiada z powodu przeciążenia. W ustawieniach każdego dodatku znajdziesz opcję – Automatyczna kontrola i wyłączenie →

tak – jeżeli w trzech próbach co najmniej jeden z podlinkowanych plików będzie otwierał się wolniej niż 2 sekundy, opcja „Aktywny” zostanie ustawiona na „nie”. W następstwie system wyłączy/dezaktywuje taki dodatek przez zabezpieczenie, zostanie wysłany do obsługi sklepu komunikat systemowy.

[MODERACJA > Wygląd sklepu > Dodatki HTML i JavaScript](#)

The screenshot shows the configuration interface for a snippet in IdoSell. The 'Automatyczna kontrola i wyłączenie' option is highlighted with a red arrow and is set to 'tak'. Below this, a description reads: 'tak - jeżeli w trzech próbach co najmniej jeden z podlinkowanych plików będzie otwierał się wolniej niż 2 sekundy, opcja "Aktywny" zostanie ustawiona na "nie"'. Other settings include 'Aktywny' (tak), 'Data włączenia' (niezdefiniowana), 'Data wyłączenia' (niezdefiniowana), 'Typ dodatku' (HTML), 'Wczytaj dodatek na stronie' (razem z treścią strony), and 'Pokazuj' (Normalna wersja strony).

Below the configuration, there is a language selection bar with options: Język Polski, Język Czech, Język English, Język German, Język Hungarian, Język Russian, Język Slovak, Język Ukrainian, and Powiel we wszystkich językach. The main content area has tabs for 'Podgląd', 'Edycja (HTML)', 'Wgraj plik', and 'Edycja (WYSIWYG)'. At the bottom, there is a table with columns: Autor, Data modyfikacji, and Operacja.

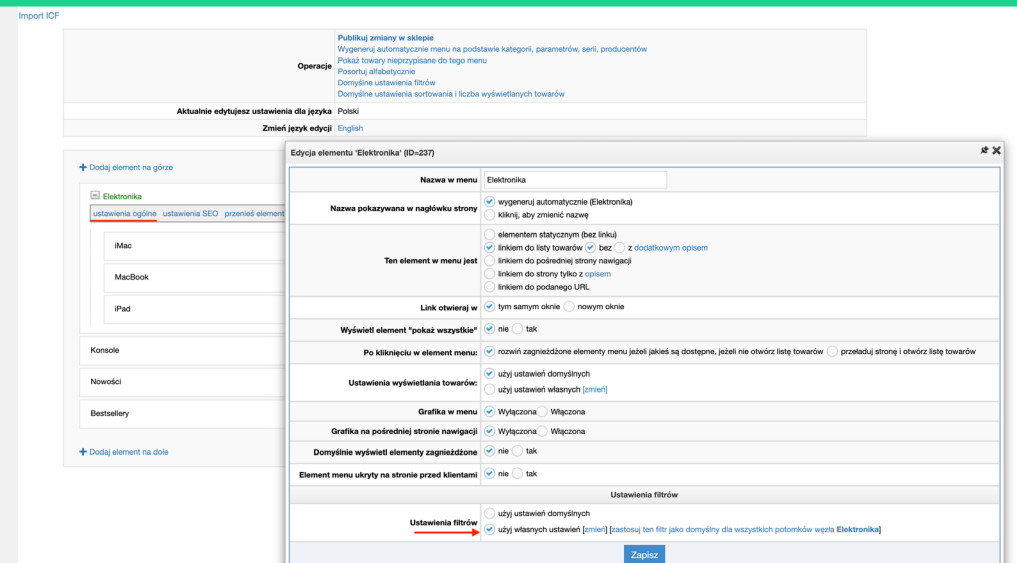
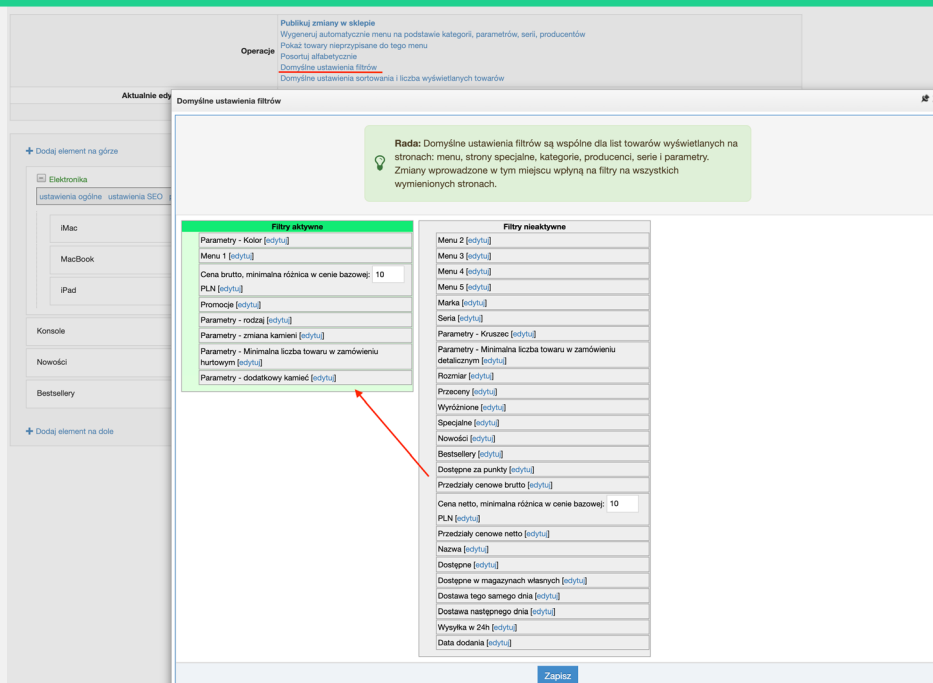
4. Ograniczenie liczby filtrów w konkretnych węzłach

Najczęstszym błędem popełnianym przez merchantów przy konfiguracji sklepu jest zdefiniowanie filtrów domyślnych dla całego drzewa nawigacji. To sprawia, że podczas wyświetlania listy towarów, pomimo tego, że nie widzimy danego filtra, serwer i tak sprawdził, czy któryś z produktów nie posiada tego parametru. To zaś wydłuża czas wyświetlenia tej strony. Rozwiązaniem jest zdefiniowanie indywidualnych filtrów dla poszczególnych elementów menu.

MODERACJA > Menu i podstrony opisowe w masce > Menu1

a) Wybieramy domyślne ustawienia filtrowania i zostawiamy tylko te filtry, które będą miały zastosowanie do wszystkich węzłów menu i nie będą miały indywidualnie przypisanych filtrów.

b) Jeśli sprzedajesz różnorodny asortyment, każdy węzeł powinien mieć indywidualne ustawienia wyświetlania.



5. Wyłączenie podlinkowania głównych kategorii w sklepie lub ustawienie dla nich pośredniej strony nawigacji

Ważną kwestią, na którą należy zwrócić uwagę, jest ustalenie nadrzędnych elementów menu. Główne kategorie powinny wyświetlać się jako linki do pośredniej strony nawigacji lub nieklikalny element statyczny.

Klienci sklepu klikają bardzo często w nadrzędny element menu (główny) i widzą wtedy wszystkie produkty, które są przypisane bezpośrednio do niego i wszystkich jego potomków. To może prowadzić do wyświetlenia w wynikach bardzo dużej ilości towarów i zwiększenia liczby podstron, przez które klient musi przejść, aby znaleźć poszukiwany produkt – takie działanie nie tylko zmniejsza szybkość ładowania strony, ale może również negatywnie odbić się na konwersji.

Operacje	<ul style="list-style-type: none"> Publikuj zmiany w sklepie Wygeneruj automatycznie menu na podstawie kategorii, parametrów, serii, producentów Pokaż towary nieprzypisane do tego menu Posortuj alfabetycznie Domyślne ustawienia filtrów Domyślne ustawienia sortowania i liczba wyświetlanych towarów
Aktualnie edytujesz ustawienia dla języka	Polski
Zmień język edycji	English

+ Dodaj element na górze

- Elektronika
 - ustawienia ogólne
 - ustaw
 - IMac
 - MacBook
 - iPad
- Konsole
- Nowości
- Bestsellery

+ Dodaj element na dole

Edycja elementu 'Elektronika' (ID=237)

Nazwa w menu	Elektronika
Nazwa pokazywana w nagłówku strony	<input checked="" type="checkbox"/> wygeneruj automatycznie (Elektronika) <input type="checkbox"/> kliknij, aby zmienić nazwę
Ten element w menu jest	<input checked="" type="checkbox"/> elementem statycznym (bez linku) ← <input type="checkbox"/> linkiem do listy towarów <input type="checkbox"/> linkiem do pośredniej strony nawigacji ← <input type="checkbox"/> linkiem do strony tylko z opisem <input type="checkbox"/> linkiem do podanego URL
Grafika w menu	<input checked="" type="checkbox"/> Wyłączona <input type="checkbox"/> Włączona
Grafika na pośredniej stronie nawigacji	<input checked="" type="checkbox"/> Wyłączona <input type="checkbox"/> Włączona
Domyślnie wyświetl elementy zagnieżdżone	<input checked="" type="checkbox"/> nie <input type="checkbox"/> tak
Element menu ukryty na stronie przed klientami	<input checked="" type="checkbox"/> nie <input type="checkbox"/> tak

Zapisz

6. Przejrzenie/wyłączenie Dodatków HTML

Zbyt duża liczba dodatków, to jeden z głównych powodów spowolnienia działania strony sklepu.

Zweryfikuj zatem, czy faktycznie wszystkie aktywne dodatki są potrzebne. Możliwe, że w sklepie wczytuje się skrypt rozwiązania, z którego od dawna już nie korzystasz.

Przykładowo – jeśli korzystałeś w przeszłości z usług firmy afiliacyjnej, a konto u nich zostało zamknięte, prawdopodobnie skrypt w twoim sklepie nadal jest aktywny. To niepotrzebnie obciąża i spowalnia stronę.

Listę dodatków znajdziesz w [MODERACJA > Wygląd sklepu > Dodatki HTML i JavaScript](#)

7. Ograniczenie ilości towarów wyświetlanych na jednej podstronie

Bardzo duży wpływ na konwersję ma szybkość wczytywania się listy towarów i prezentowanie wyników. Należy zadbać o to, żeby strona z produktami nie pokazywała od razu bardzo długiej listy, ponieważ negatywnie wpłynie na szybkość ładowania. Powinno się ograniczyć liczbę towarów prezentowanych na stronie. W przeciwnym razie, przy zwiększonym ruchu podstrona może wczytywać się bardzo długo, co skutecznie zniechęci kupujących.

MODERACJA > Menu i podstrony opisowe w masce > np. Menu1

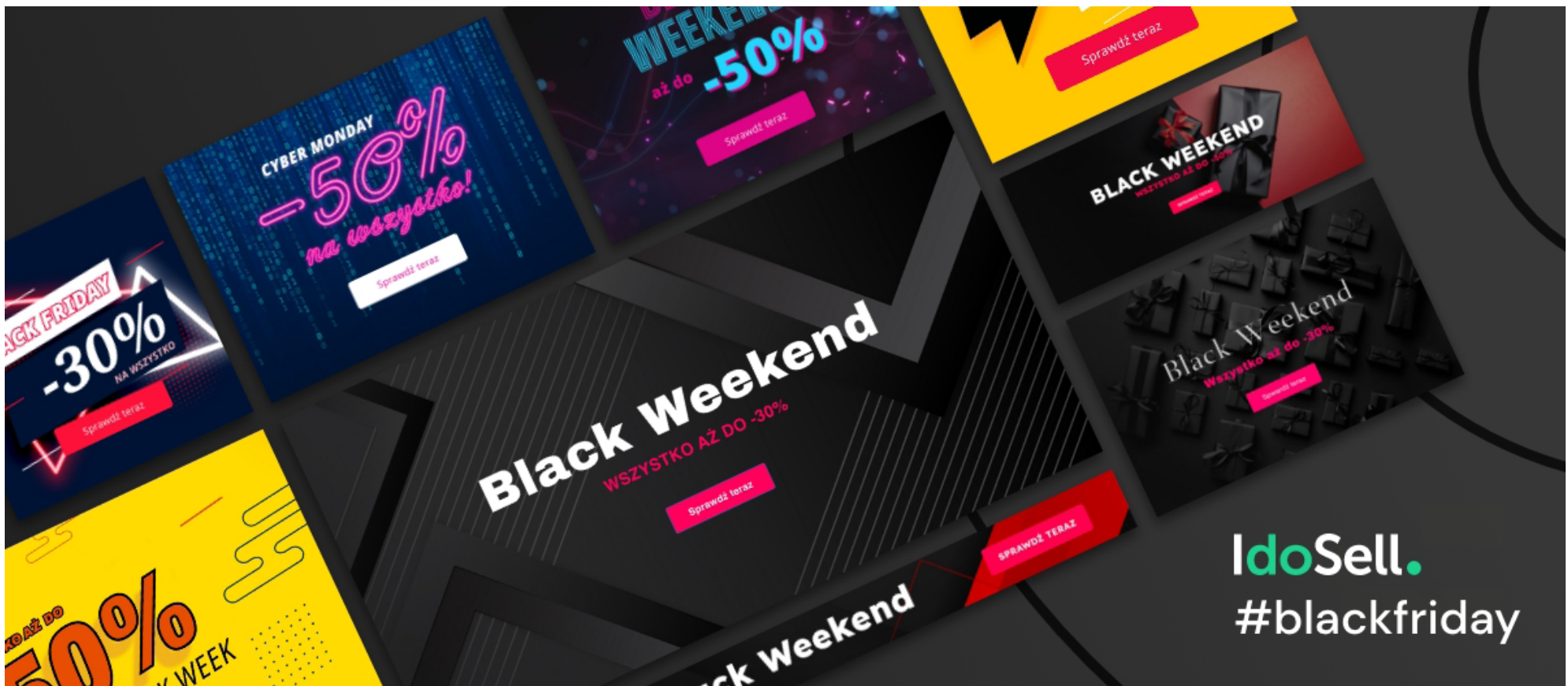
a) Wybieramy domyślne ustawienia sortowania i liczba wyświetlanych towarów i ustawiamy, ile ma się wyświetlać na jednej stronie. Optymalne wartości to od 20 do 30.

b) Pamiętaj, że każdy węzeł menu może mieć swoje indywidualne ustawienia wyświetlania.

8. Zaplanowanie i zaprojektowanie banerów, newslettera i innych kwestii marketingowych

Zadbaj o odpowiednie materiały promocyjne z wyprzedzeniem. Nasz zespół specjalistów może zaprojektować i przygotować niezbędne grafiki na stronę w formie banerów czy szatę graficzną newslettera. Możesz też wykorzystać gotowe grafiki i banery przygotowane przez IdoSell na Black Friday.

www.idosell.com/pl/blog/zaoszczedz-czas-i-pieniadze-pobierz-paczke-banerow-na-black-friday-i-cyber-monday-1235327800



9. Zaplanowanie promocji oraz ustawienie daty ich uruchomienia lub skonfigurowanie kodów rabatowych z wyprzedzeniem

Jeśli planujesz uruchomić promocje w sklepie, zrób to z wyprzedzeniem. W konfiguracji masz możliwość określenia rozpoczęcia ich z dokładnością do godziny. Zaplanowanie promocji pozwoli ci również przygotować akcje marketingowe i komunikację z klientami.

Towary do promocji można dodać na 2 sposoby:

a) W sekcji **MARKETING i SEO > Promocje: towary objęte promocją** możemy dodać jako pojedyncze id, węzły menu, kategorie, serie czy markę (wówczas zostaną przecenione wszystkie towary, które mają przypisany dany parametr).

b) Drugą opcją jest dodanie produktów z poziomu grupowej edycji towarów, poprzez opcję „zrób promocję” czyli wyszukiwania w **TOWARY > Wyszukiwarka towarów**

Dodaj nową promocję

Ustawienia promocji
Towary objęte promocją

Nazwa promocji:

Data i godzina rozpoczęcia: Rozpocznę ręcznie

Data i godzina zakończenia: Zakończę ręcznie

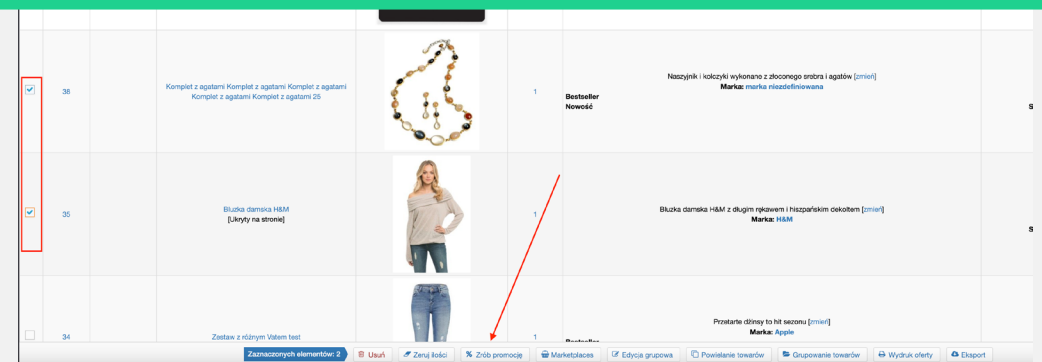
Promocja obejmuje ceny:

Ustawienia obniżki:

Zaokrąglij cenę: XX.XX zł

Obniż na podstawie ceny: brutto netto

Sposób naliczania obniżki: sumuj z pozostałymi promocjami zastosuj tę promocję, jeśli wartość obniżki jest wyższa od pozostałych promocji



Warto mieć na uwadze, że kiedy dodajemy do promocji pojedyncze ID, maksymalnie możemy dodać do kampanii 500 towarów. W przypadku wyprzedaży większej liczby towarów, sugerowanym rozwiązaniem jest utworzenie nowego węzła menu (nie musi być widoczny w sklepie), a następnie przypisanie do niego towarów, które chcemy przecenić.

Pamiętaj o zaplanowaniu i ustawieniu promocji z wyprzedzeniem oraz o tym, żeby wystartowała automatycznie. Dzięki temu system będzie miał czas na aktualizację oferty cenowej na stronie.



To wszystkie rady, które mamy dla ciebie przed Black Week.

Jeśli masz dodatkowe pytania, [skontaktuj się z nami](#).

Trzymamy za ciebie kciuki!

Poinformuj nas po Black Week, czy udało ci się osiągnąć zamierzoną sprzedaż i czy nasze rady były dla ciebie przydatne.