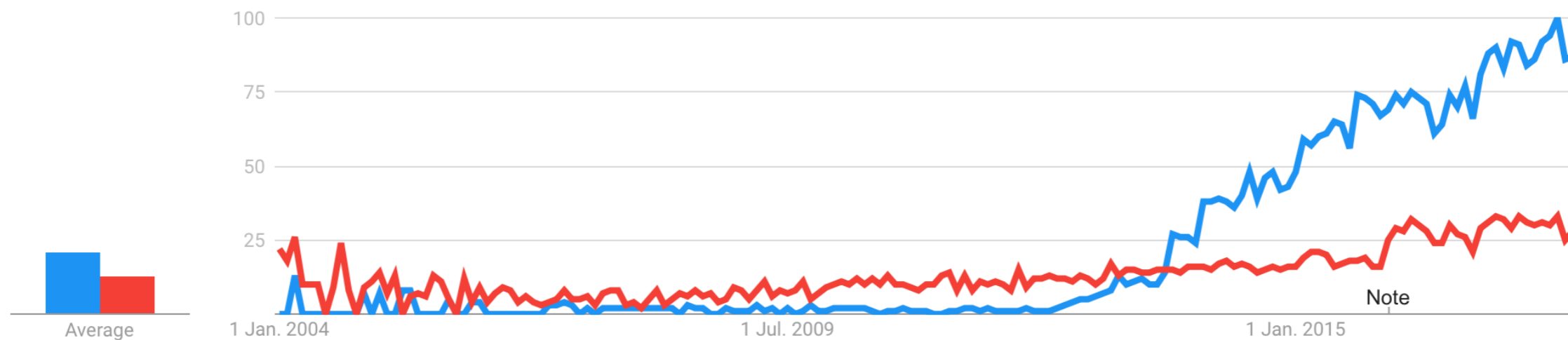


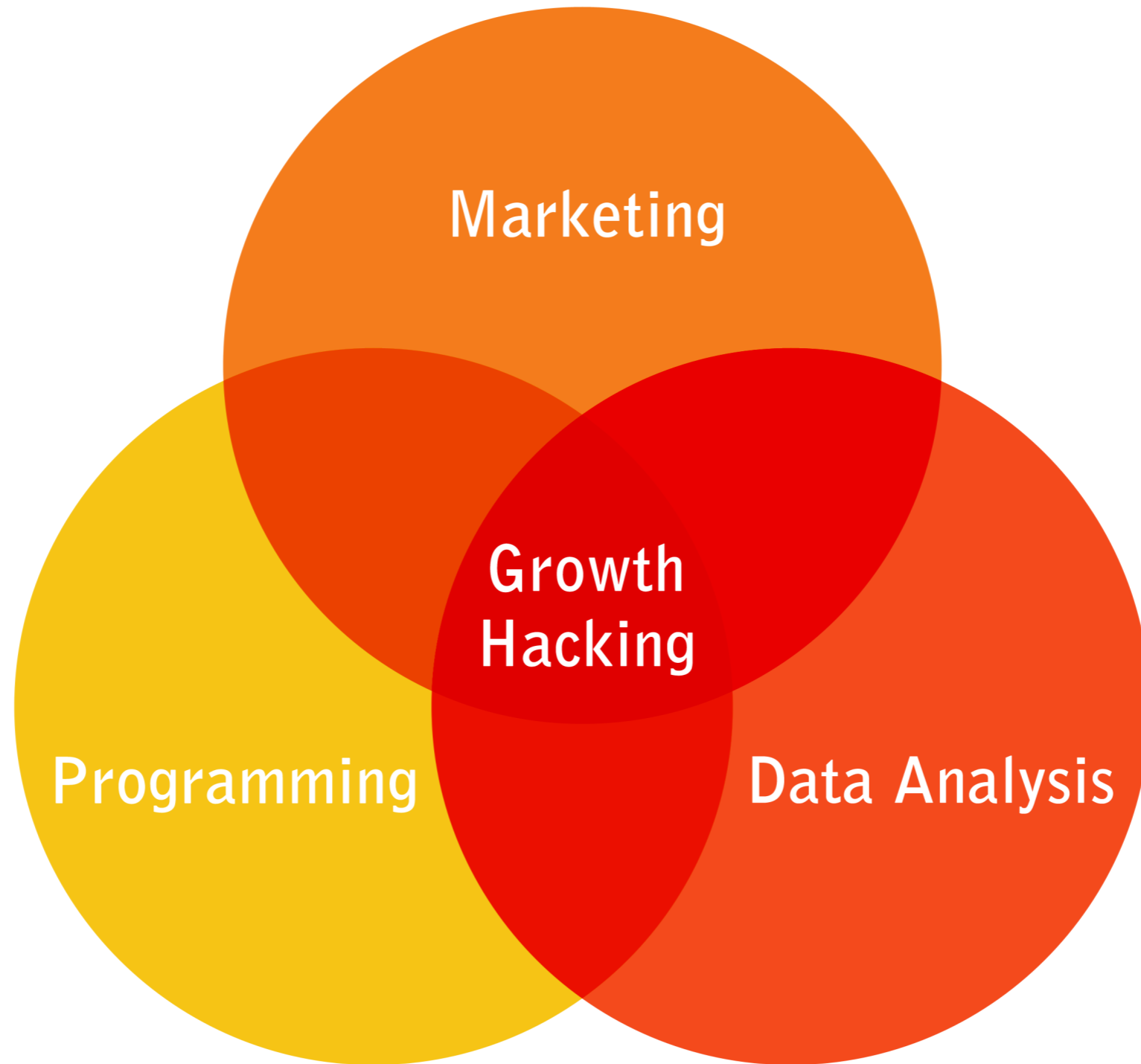


Interest over time ?

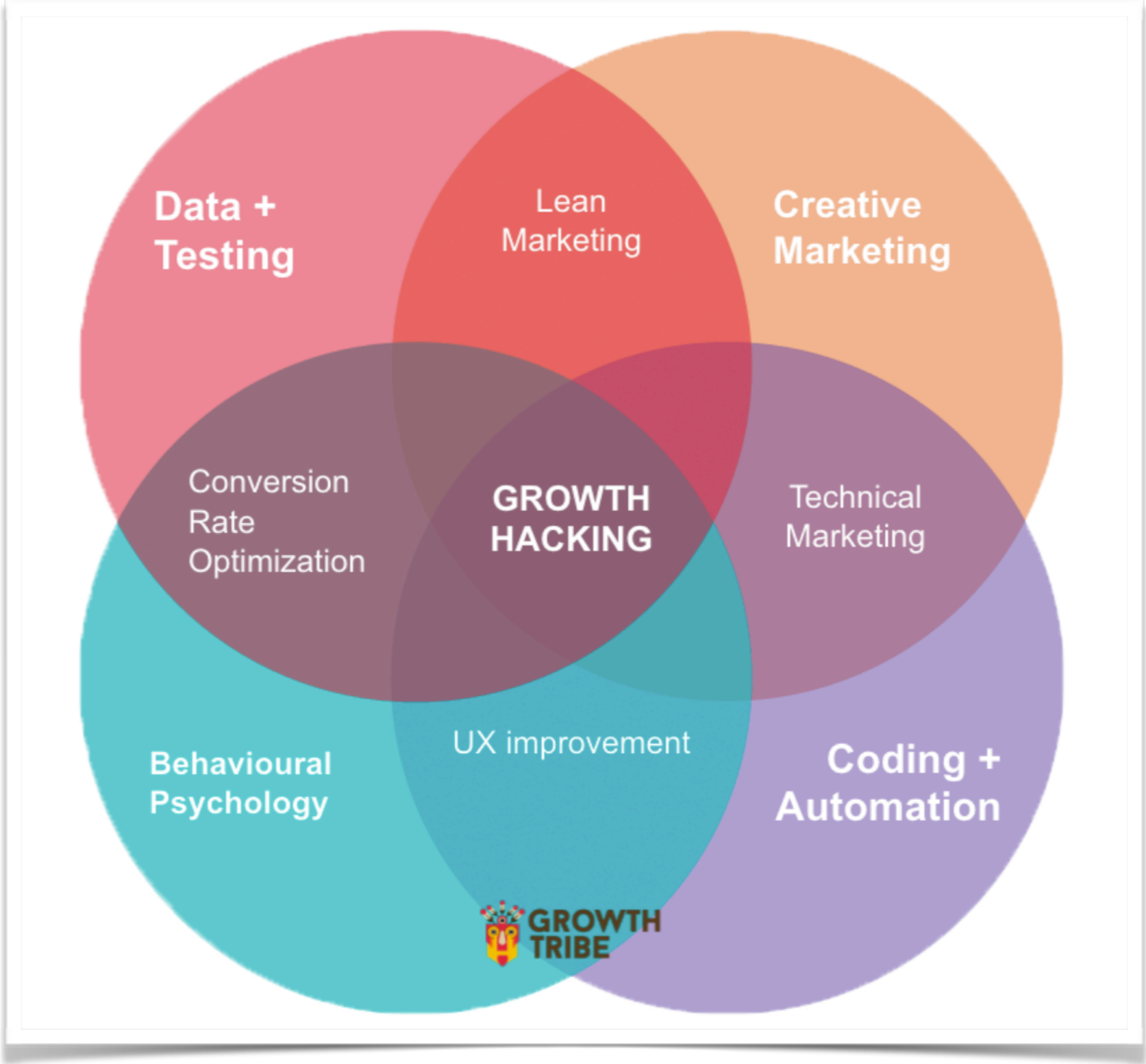


● growth hacking
Search term

● conversion optimization
Search term



**THE TALENT
INSTITUTE.**



3 principy Growth Hackingu

- Zaměř se na aktivity, které mohou daný byznys posunout co nejdál
- Neomezuj se na hranice vlastního oddělení
- Využívej data, ale i selský rozum







Ben McRedmond

Senior Director of Growth, Intercom

*"Real growth originates from the very first line of code, from a **great product**, and from the work of an **entire team**."*

"Growth hacking is bullshit" - blog.intercom.com/growth-hacking-is-bullshit

Nabídka již není aktivní

Growth hacker

Společnost rohlik.cz

Před 1 rokem | Praha | Full-time | Online Marketing Specialista



Za poslední rok vyrostl Rohlik.cz trojnásobně a v podobném tempu hodláme pokračovat i letos. K tomu potřebujeme skvělé lidi. Do marketingového oddělení proto hledáme člověka, jehož pozice má "růst" přímo v názvu.

Potřebujeme někoho, kdo bude hledat každou příležitost, jak by mohl být Rohlík lepší, výkonnější a efektivnější – a to jak z pohledu marketingu, tak UI.

Co bude tvým denním rohlíkem:

- Vymýšlení, jak by mohl Rohlík zas o něco vyrůst. Nechybí na webu nějaká drobná feature, která zlepší konverzí poměr? (Chybí.) Segmentujeme dost chytře? (Ne.) Vytěžujeme automatické e-maily dostatečně? (Ne.) Možností jsou stovky a každé procento se počítá.
- Co vymyslíš, si taky musíš obhájit a uvést do praxe. A samozřejmě vyhodnotit.
- Práce s daty (pokud tě baví, v Rohlíku najdeš zlatý datový důl).
- Úzká spolupráce s marketingovým týmem, který už se teď těší, co společně vymyslíte.

Koho hledáme:

- Člověka se zkušenostmi z online/výkonnostního marketingu (hodně tě toho můžeme naučit, ale zas ne úplně všechno).
- Preferujeme strukturované a analytické typy.

Na co se můžeš těšit:

- Budeš se podílet na jednom z nejzajímavějších e-commerce projektů v ČR.
- Každý den bude jiný a každý den bude výzva.
- Nadšení kolegové tě podpoří tím, v čem jsou nejlepší.
- Naučíš se spoustu nového.
- Káva a zmrzlina u nás nikdy nedojde.

Fáze I: Naivita

Chtělo by to na úvod nějaký
quick win..

Tak se kouknu na objednávkový
proces, tam je dopad přeci
největší, ne?

Rekapitulace objednávky

V košíku máte celkem **1 položku** za **25,00 Kč**.

[ZOBRAZIT KOŠÍK](#)

Nezapomněli jste na něco za výhodnou cenu? [ZOBRAZIT LAST MINUTE ZBOŽÍ](#)

Jméno a příjmení

Telefon

Váš e-mail

Adresa doručení

Břeclavská 1674/3, Praha 19800

Kdy chcete nákup doručit?

--- Vyberte čas dodání ---

[ZMĚNIT](#)

Způsob platby

[Jak na to?](#)



KARTOU
ONLINE



HOTOVĚ
KURÝROVI



ZAPLATÍM
ZA 14 DNÍ



KARTOU
NA MÍSTĚ

Spropitné kurýrovi

Spropitné 0 Kč - případně hotově

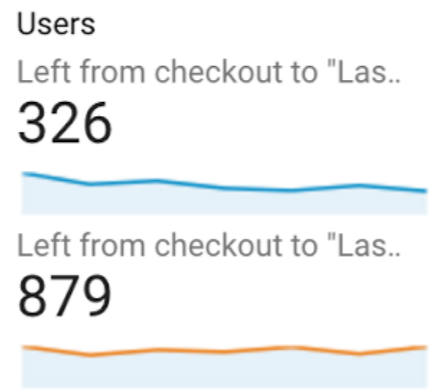
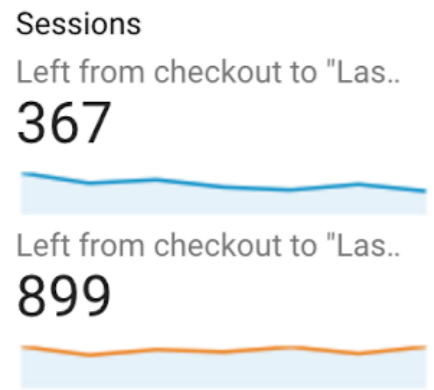
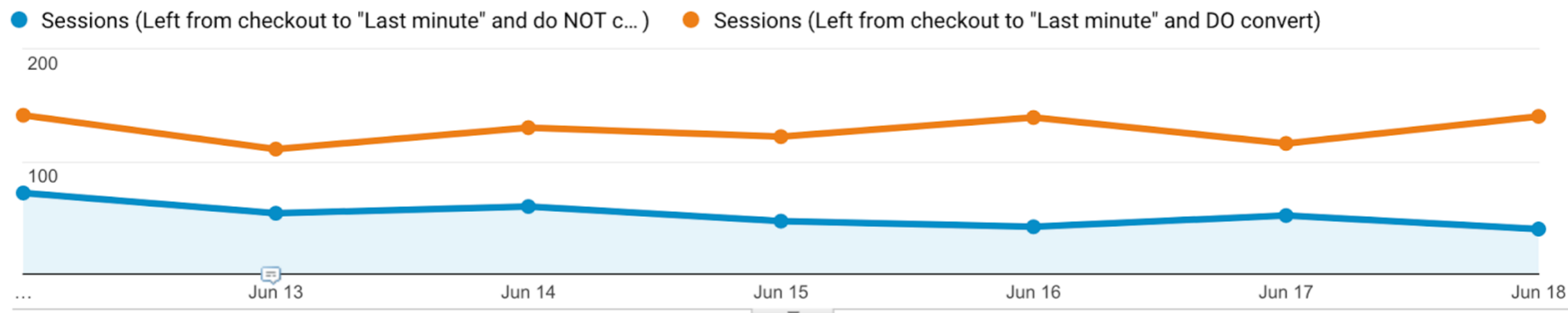
Poznámka pro kurýra

Např. číslo bytu nebo patro

Celkem k úhradě: **124,00 Kč**

[Dokončit objednávku](#)

Odesláním souhlasíte s [obchodními podmínkami](#).



300+ lidí týdně odejde z objednávky a nedokončí ji. To budou statisíce Kč týdně navíc, wow!

Rekapitulace objednávky

V košíku máte celkem **1 položku** za **25,00 Kč**.

[ZOBRAZIT KOŠÍK](#)

Nezapomněli jste na něco za výhodnou cenu? [ZOBRAZIT LAST MINUTE ZBOŽÍ](#)

Jméno a příjmení

Telefon

Váš e-mail

Adresa doručení

Břeclavská 1674/3, Praha 19800

Kdy chcete nákup doručit?

--- Vyberte čas dodání ---

[ZMĚNIT](#)

Způsob platby

[Jak na to?](#)



KARTOU
ONLINE



HOTOVĚ
KURÝROVI



ZAPLATÍM
ZA 14 DNÍ



KARTOU
NA MÍSTĚ

Spropitné kurýrovi

Spropitné 0 Kč - případně hotově

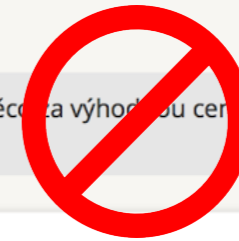
Poznámka pro kurýra

Např. číslo bytu nebo patro

Celkem k úhradě: **124,00 Kč**

[Dokončit objednávku](#)

Odesláním souhlasíte s [obchodními podmínkami](#).



Variant ↑	Improvement	Probability to be Best	Probability to beat baseline	Conversion Rate
<input checked="" type="checkbox"/> Original 29,174 sessions	Baseline	41%	Baseline	.77% ——— .08%
<input checked="" type="checkbox"/> Info o doobjednávce 29,226 sessions	-9% to 8%	31%	44%	.54% ——— .74%
<input checked="" type="checkbox"/> Skrytí last minute 28,074 sessions	-9% to 8%	29%	42%	.34% ——— .74%



30

minut

25

položek

Poučení

Čím více úsilí uživatelé dají do výběru zboží (na vašem webu),
tím více zkousnou v
objednávkovém procesu.

Fáze I: Naivita

Pokračování

Rohlík má přes **12,000** položek.
Lidé určitě nevědí, co si vybrat.

Pomůžeme jim s výběrem!

Pivo


- ALE
- Bio pivo
- Černá, tmavá a polotmavá
- DIA a bezlepková
- Ležáky do 12°
- Mikro a malé pivovary
- Nealkoholická
- Portery od 18°
- Pšeničná a kvasnicová
- Radlery a ochucená piva
- Speciály od 13°
- Výčepní do 10°
- Zahraniční



Podle oblíbenosti Od nejdražšího Od nejlevnějšího Novinka Akce

Značky ▾ Země ▾ Speciální ▾ Objem ▾ Obal ▾ Balení ▾


Výhodná cena

♥ 
🇨🇪 Klasik Pivo výčepní světlé
500ml
7,90 Kč (15,80 Kč/l)
- 1ks + [Do košíku](#)

Nejoblíbenější

♥ 
🇨🇪 Pilsner Urquell pivo světlý ležák
500ml
24,90 Kč (49,80 Kč/l)
- 1ks + [Do košíku](#)

Špičková kvalita

♥ 
🇨🇪 Matuška Raptor IPA
0.75l
129,90 Kč (173,20 Kč/l)
- 1ks + [Do košíku](#)

KPI: Přidání do košíku na návštěvu (na testovaných stránách)

Původní varianta	1.61
Testovaná variant	1.58
Rozdíl	-2 %

Dopad na AOV? 0





Sortiment

Oblíbené

Akce

Novinky

Recepty

Grilování

České produkty

Pekárna a
cukrárnaOvoce a
zelenina

Maso a ryby

Uzeniny a
lahůdkyMléčné a
chlazené

Trvanlivé

Mražené

Nápoje

Speciální
výživaDrogerie a
kosmetika

Dítě

Domácnost

Zvíře

Pekárna a cukrárna

12 427 Kč

Chléb

Slané pečivo

Tortilly a pita chleby

Sladké pečivo

Dorty a zákusky

Balené pečivo

Racio a Knäckebrot

Pečící směsi a strouhanka

Nejprodávanější

- Pekárna Kabát Staročeský Kabátův pecen 1/4 (53,20 Kč/kg) 39,99 Kč - 1ks + [Do košíku](#)
- Pekárna Kabát Staročeský Kabátův pecen 1/4 (53,20 Kč/kg) **-20%** 34,99 Kč ~~39,99 Kč~~ - 1ks + [Do košíku](#)
- Pekárna Kabát Staročeský Kabátův pecen 1/4 (53,20 Kč/kg) 39,99 Kč - 1ks + [Do košíku](#)

 Podle oblíbenosti Od nejdražšího Od nejlevnějšího Novinka Akce

Značky

Země

Speciální

Pekárna Kabát Staročeský Kabátův pecen 1/4	Toustový chléb z tvrdozrné pšenice s olivovým olejem	Rohlík jemný 43g	Kaiserka cereální 55g ROZPEČEME PŘÍMO PRO VÁS	Houska ražená bez nosvny - Merhautovo

	A - Doporučujeme	B - Nejprodávanější
Stránky	Kategorie s "Doporučujeme"	Kategorie s "Doporučujeme"
Návštěvy	55 252	54 370
Pageviews	56 912	54 594
Přidání do košíku	48 412	47 911
.. z toho z boxu "Doporučujeme" / "Nejprodávanější"	3 691	2 602
	7,6%	5,4%
		-28,77%
Přidání do košíku / Návštěvy	0,88	0,88
		0,57%



Poučení

Čím více lidé znají předmět koupě, **tím méně se dají oblbnout** marketingovými triky.

Fáze I: Naivita

Pokračování

Lidé se určitě bojí **kvality**
čerstvých potravin jako ovoce,
zelenina atd.

Testimonials!

Ovoce a zelenina

Ovoce

Zelenina

Houby

Bylinky a koření

Čerstvé šťávy a smoothie

Hotové saláty

Květiny

Podporujeme českou produkci
nejchutnější jsou české brambory



„Chválím zeleninu a ovoce, dlouho jsem neviděla tak krásné brambory, papriky, okurky, banány.“

HANA G., PRAHA

Podle oblíbenosti

Od nejdražšího

Od nejlevnějšího

Novinka

Akce

Značky ▾

Země ▾

Speciální ▾



Nezavírat

23

1 988 Kč



Vyborne!
K nákupu vám přibalíme
dárek.

	Giana Rajcata loupána krajena 425ml	×
- 2 ks +	29,80 Kč	
	Pilsner Urquell pivo světlý ležák 500ml	×
- 5 ks +	114,50 Kč	
+ Vratná lahev	15,00 Kč	
	Klasik Pivo vycepni světlé 500ml	×
- 6 ks +	47,40 Kč	
+ Vratná lahev	18,00 Kč	
	Zaloha / prepravka na piva prázdná	×
- 1 ks +	100,00 Kč	
	Okurka hadovka 1ks (cca 300g)	×
- 1 ks +	12,90 Kč	
	ZON jablko 330ml	×
- 2 ks +	21,00 Kč	

	V0	V1	V0 noví	V1 noví
Zobrazení stránky ovoz	3275	3276	815	844
Přidání do košíku	5933	5562	1317	1281
Zobrazení / přidání	1,81	1,70	1,62	1,52



90

procent

85

procent

3

procenta

Poučení

Nedělat věci jenom proto, že
jsou **snadné**.

Fáze II: Učení

Konečně!

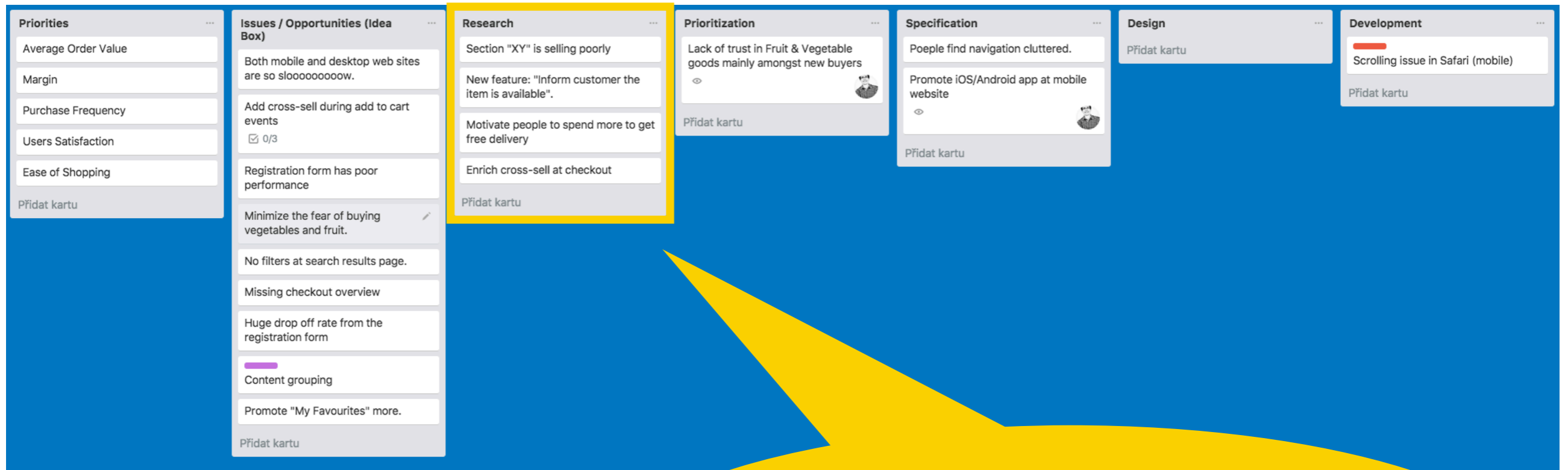
Kvantitativní výzkum

Kvalitativní výzkum

Důraz na **pochození** problému i celého byznysu, správné **prioritizaci** a odhadu **přínosu**

(Ne)úspěšné A/B testy

Fáze II: Učení



Nejdůležitější "sloupec":
výzkum / pochopení problému

Fáze II: Učení

Spočítání business case a prioritizace

Návštěvnost kategorie	15,000
Počet objednávek obsahující zboží z kategorie	10,000
Průměrná útrata v kategorii	100 Kč
Průměrná útrata v kategorii na jeden produkt	25 Kč
Konverzní poměr kategorie:	66,6 %
Nárůst konverze:	5 %
Nárůst návštěvnosti:	5 %
Inkrementální objednávky:	900
Vzorec #1	= (Návštěvnost kategorie x (1 + Nárůst návštěvnosti) x (Konverzní poměr kategorie x Nárůst konverze) - Počet objednávek obsahující zboží z kategorie
Inkrementální tržby:	90,000 Kč
Vzorec #2	= Vzorec #1 x Průměrná útrata v kategorii

Fáze II: Učení

Spočítání business case a prioritizace

Návštěvnost kategorie	15,000
Počet objednávek obsahující zboží z kategorie	10,000
Průměrná útrata v kategorii	100 Kč
Průměrná útrata v kategorii na jeden produkt	25 Kč
Konverzní poměr kategorie:	66,6 %
Nárůst konverze:	5 %
Nárůst návštěvnosti:	5 %
Inkrementální objednávky:	900
Vzorec #1	= (Návštěvnost kategorie x (1 + Nárůst návštěvnosti) x (Konverzní poměr kategorie x Nárůst konverze) - Počet objednávek obsahující zboží z kategorie
Inkrementální tržby:	90,000 Kč
Vzorec #2	= Vzorec #1 x Průměrná útrata v kategorii

90
procent

85
procent

3
procenta

0,06 % zlepšení obrátu

Fáze II: Učení

Kdo jsou naši zákazníci?

Jak často nakupují?

Odkud si přidávají do košíku?

Pochopení **byznysu, zákazníků** a
zákaznického **mind setu**

Proč u nás nenakupují
častěji?

Proč chodí na web?

Jací zákazníci kupují
jaký sortiment?

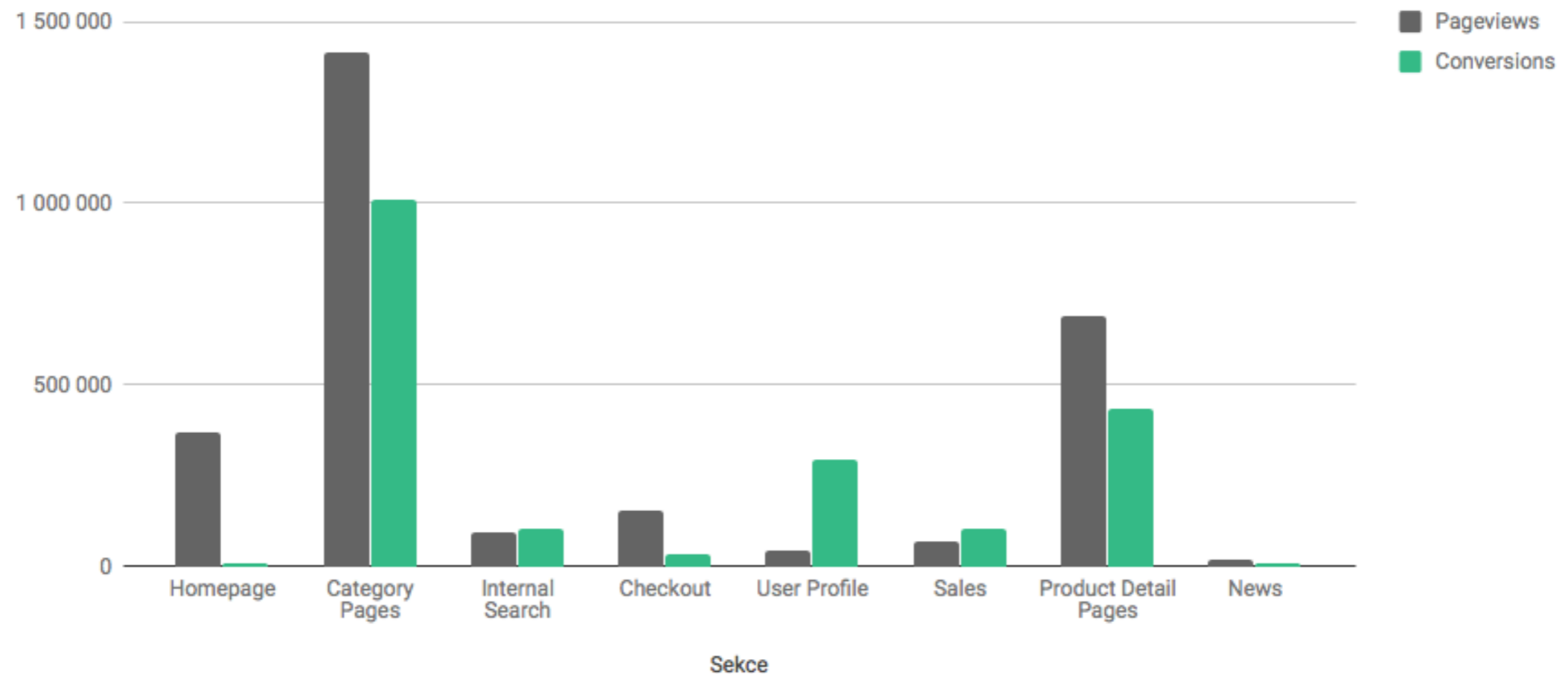
Na základě čeho si vybírají
zboží?

Typický e-shop vs. rohlik.cz

	Typický e-shop	<u>rohlik.cz</u>
% opakovaných nákupů	Nízké	Vysoké
Znalost sortimentu u zákazníků	Spíše nižší	Spíše vyšší
Počet koupených položek	1-5 ?	25+
Konkurence	Jiné online e-shopy	Kamenné krámy
Konverzní poměr	2 % ?	15+ %

Odkud zákazníci přidávají zboží do košíku?

Shopping Behavior - Sections



Fake data

Jak často u vás zákazníci nakupují? Co kupují? Kdy nejčastěji odpadnou?

Buyers with 3+ orders		Buyers
Medián DSP 0-10	týdenní zákazník	10%
Medián DSP 11-30	měsíční zákazník	35%
Medián DSP 31-90	čtvrtletní zákazník	45%
Medián DSP 91+	roční zákazník	10%

Zastoupenost v objednávce	Medián DSP 0 - 10	Medián DSP 11-30	Medián DSP 31-90	Medián DSP 91+
Kategorie #1	60%	89%	86%	78%
Kategorie #2	43%	88%	82%	76%
Kategorie #3	89%	78%	78%	89%
Kategorie #4	34%	69%	64%	56%
Kategorie #5	70%	68%	68%	89%
Kategorie #6	60%	60%	55%	67%
Kategorie #7	55%	49%	54%	89%

Počet objednávek	Zákazníci	RunningTotal
1	60%	60%
2	13%	73%
3	10%	83%
4	6%	89%
5	4%	93%
6	2%	95%
7	1%	96%
8	1%	97%

Fake data

Fáze III: Výsledky

Jooo!



vs.



Fáze III: Výsledky

Jooo!

To be continued...

Rada na závěr

Zaměřte se na **pochopení
problému**



That's all Folks!