

**empik ads**

**Skuteczny sposób  
na wzrost sprzedaży**





# Czym są empik ads

Empik Ads to rozwiązanie do **samodzielnego** zarządzania kampaniami reklamowymi, dostępnymi na empik.com.

To **łatwe i skuteczne** narzędzie do promowania produktów, które pozwala wyróżnić ofertę sprzedawcy na tle konkurencji oraz wpłynąć na decyzję zakupową klienta.

## Dla kogo są Empik Ads?

- Sprzedawców
- Producentów
- Dystrybutorów





# Ile kosztują empik ads

Efektywność tego rozwiązania opiera się o model

**CPC („cost per click”),**

w którym **Sprzedawca płaci** nie za wyświetlenie reklamy, tylko dopiero za **kliknięcie w reklamę** produktu lub marki sponsorowanej.

**Sprzedawca sam może decydować**, ile chce zapłacić za kliknięcie i jaki maksymalny budżet przeznaczy na kampanię!



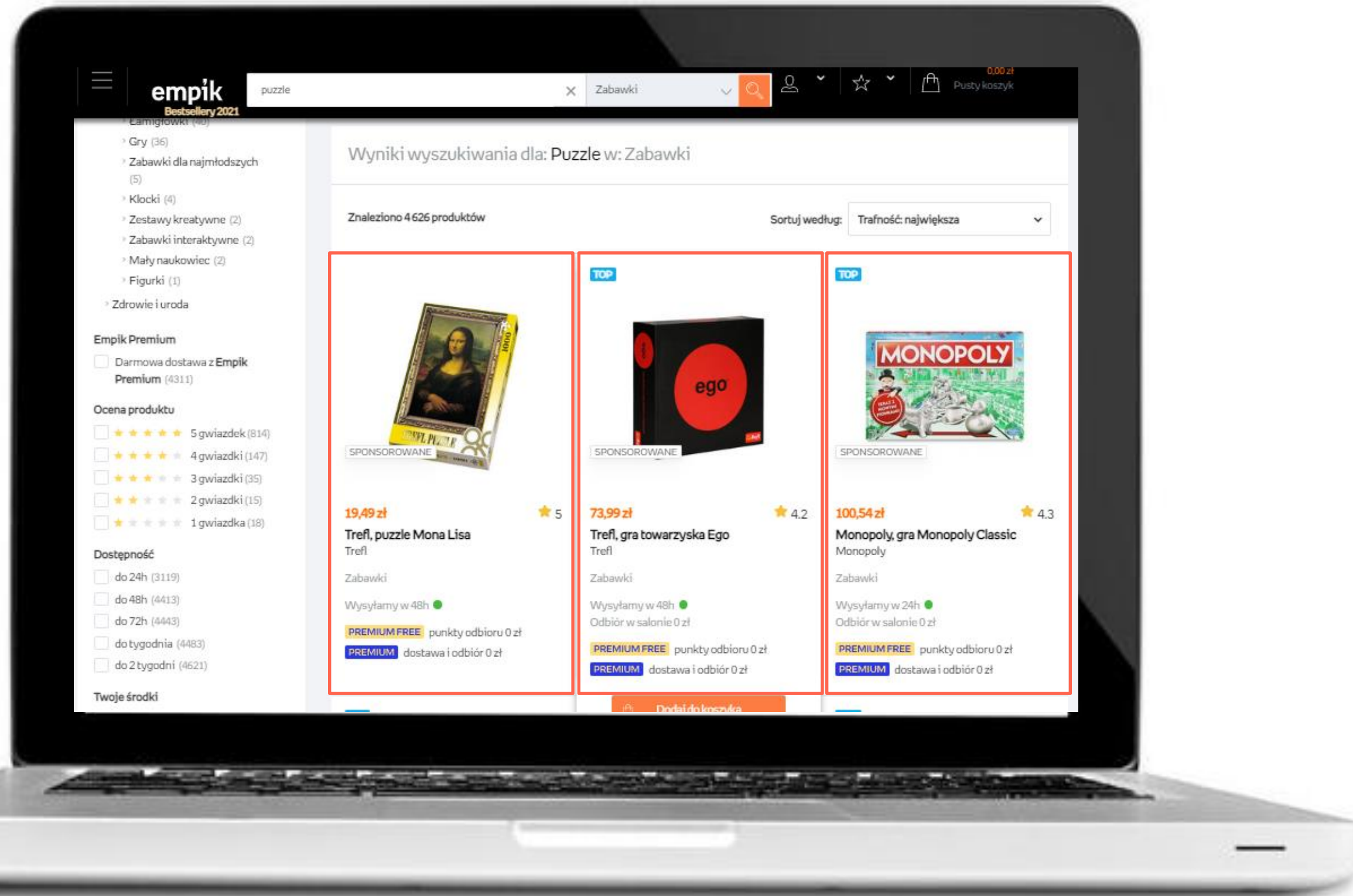
# Dostępne formaty

**Produkt  
sponsorowany**

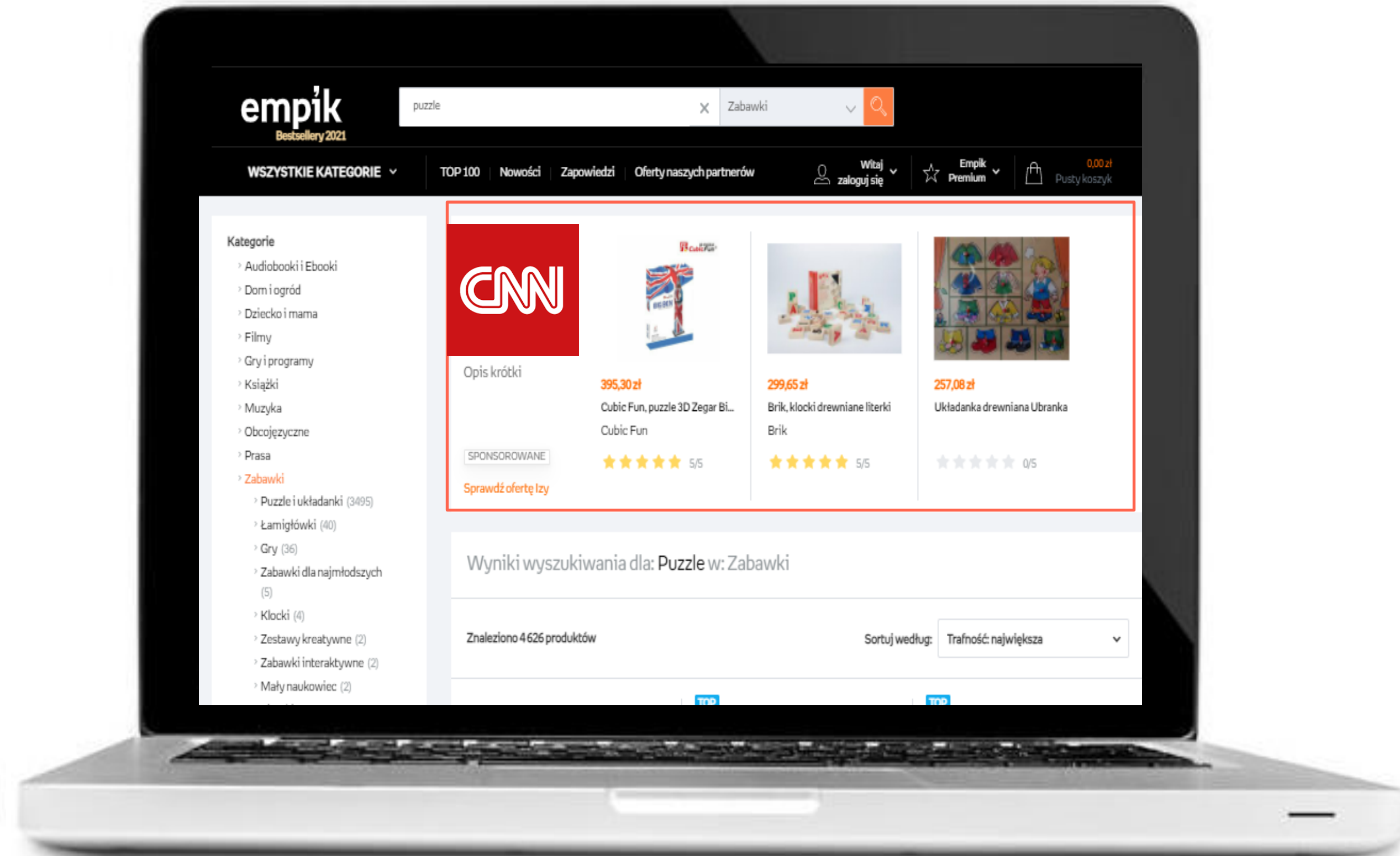
**Marka  
sponsorowana**



# Dostępne formaty



**Produkt sponsorowany**



**Marka sponsorowana**

# Produkt sponsorowany

Promowanie produktu, gdy ktoś ich poszukuje.

Reklama produktów sponsorowanych to szansa na dotarcie do użytkowników, którzy są na etapie poszukiwania produktu poprzez **drzewko wyszukiwania**, bądź **wpisany frazę**, ale jeszcze nie podjęli decyzji zakupowej.

Reklama wyświetla się między innymi na podstawie **słów kluczowych**.

Składa się z produktu opatrzonego dyskretnym wyróżnieniem „**SPONSOROWANE**”

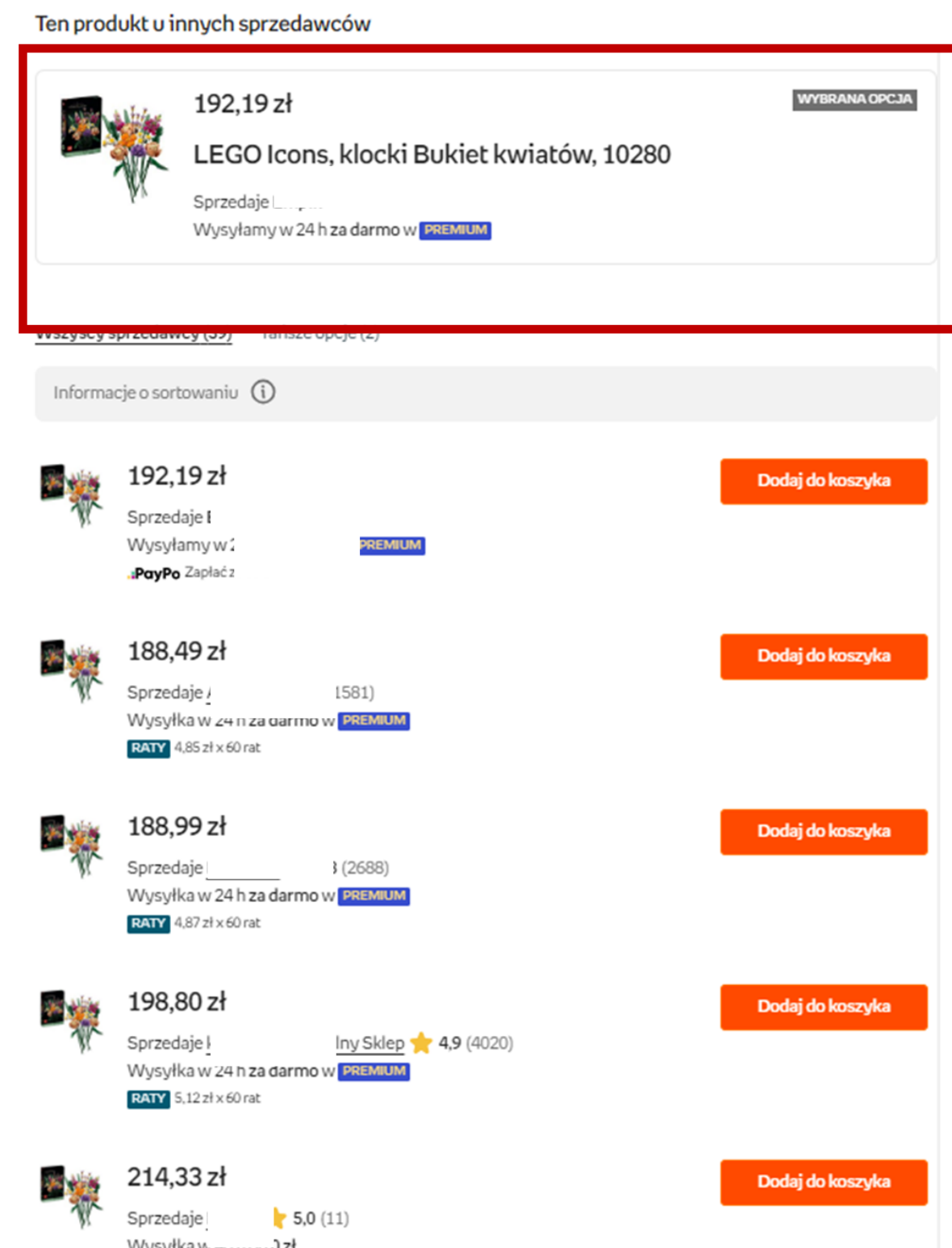
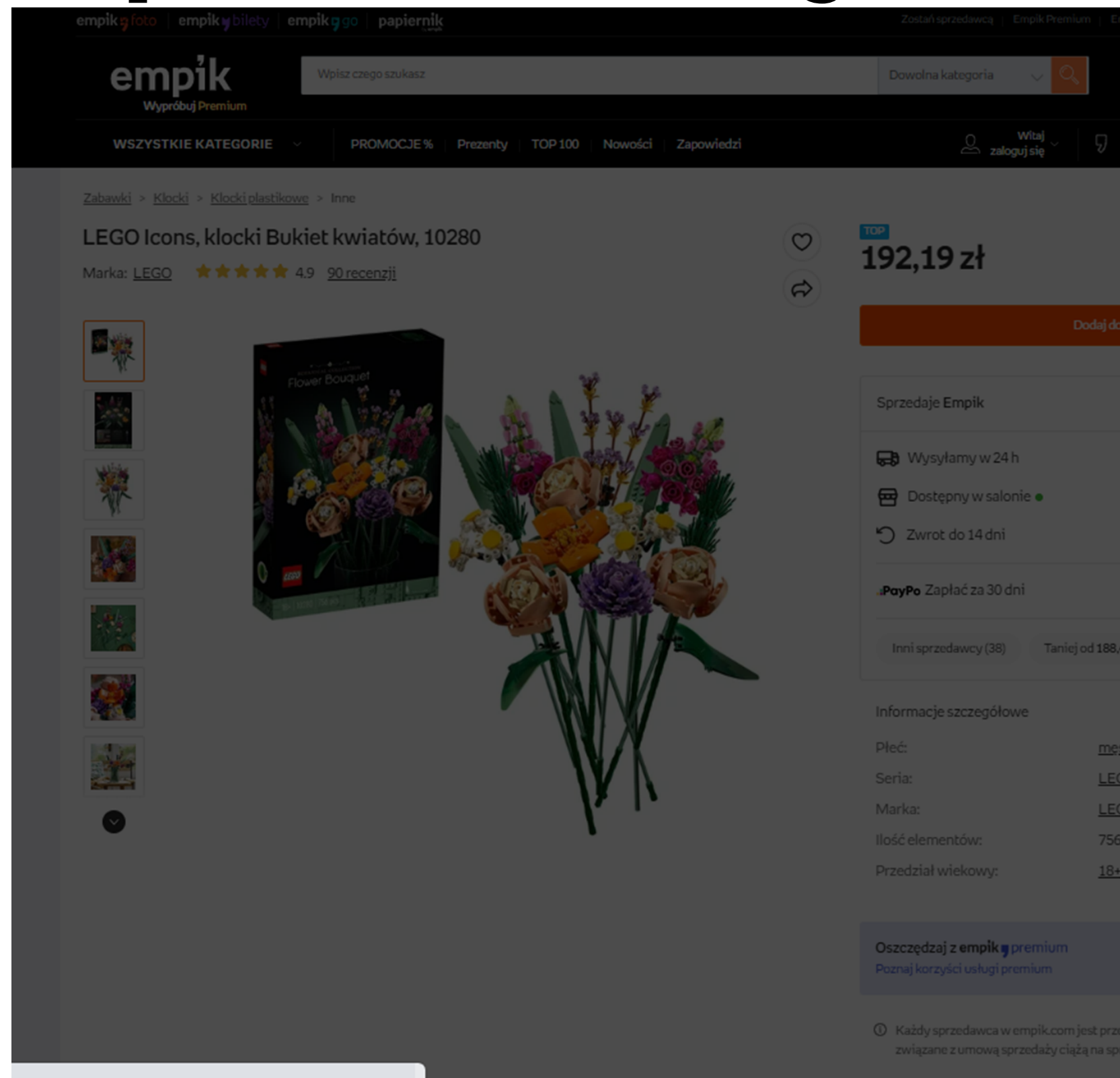
Pojawiają się:

- w wynikach wyszukiwania,
- na stronie kategorii na **1 i co siódmej pozycji**

The image shows a screenshot of the Empik website's search results for 'puzzle'. The main product featured is 'Trefl, puzzle Mona Lisa', which is marked as 'SPONSOROWANE' (sponsored). The price is 19,49 zł, and it has a 5-star rating. The product is shown in a box with the Mona Lisa image. The page also displays a search filter sidebar on the left with categories like 'Gry', 'Zabawki dla najmłodszych', 'Klocki', etc. On the right, there are other product listings, including one with a 4.3 star rating.



# Produkt sponsorowany



Aby reklama produktu sponsorowanego mogła pojawić się na stronie empik.com, oferta sprzedawcy musi być numerem 1 na karcie produktu. Dzięki temu promujemy najlepsze oferty, będące na karcie produktu nr.1 i zwiększamy zakup promowanego produktu.

# Marka sponsorowana

## Budowanie świadomości marki na empik.com

Reklama graficzna wyświetla się nad wynikami wyszukiwania m.in. na podstawie słów kluczowych

### Składa się z:

- grafiki (np. logo sklepu)
- krótkiego opisu np. wiosenna promocja
- min. 3, max. 15 wskazanych produktów
- opatrzona dyskretnym oznaczeniem „SPONSOROWANE”

### Lokalizacja:

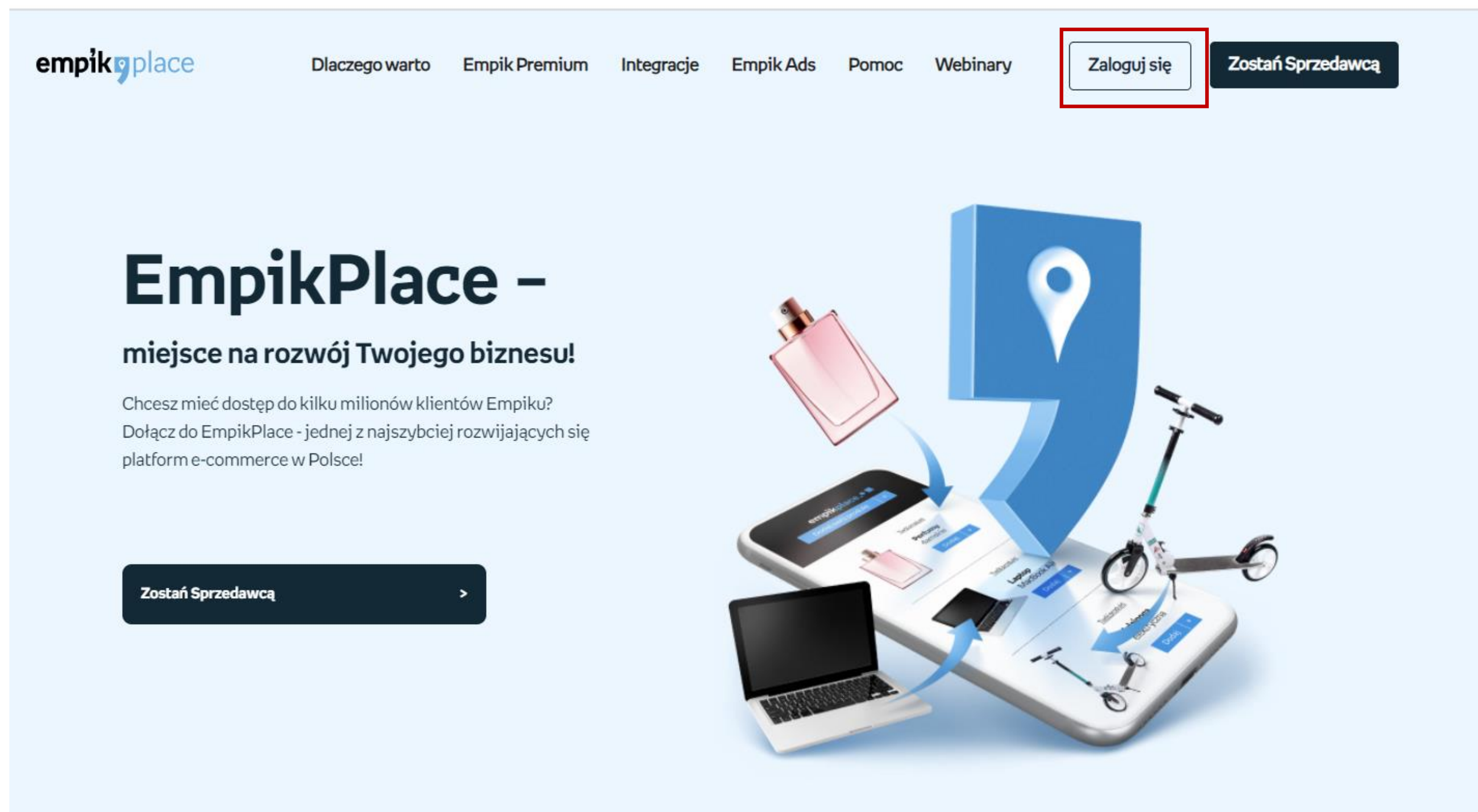
- nad wynikami wyszukiwania

The screenshot shows the Empik website interface. At the top, there's a navigation bar with links for 'empik foto', 'empik bilety', 'empik go', and 'papiernik'. The main header features the Empik logo, a search bar with 'watchmark' entered, and a dropdown menu for 'Dowolna kategoria'. A promotional banner at the top right says 'Odbiór w salonach Empik w 2 godziny!'. Below the header, there's a navigation bar with 'WSZYSTKIE KATEGORIE', 'PROMOCJE%', 'Prezenty', 'TOP 100', 'Nowości', and 'Zapowiedzi'. The main content area is divided into a left sidebar and a main product grid. The sidebar contains filters for 'Kategorie' (Elektronika, Sport), 'Empik Premium', 'Darmowa dostawa sprzedawcy', 'Cena' (0 zł to 1599 zł), 'Dostępność' (do 24h, do 48h, powyżej 2 tygodni), and 'Ocena produktu'. The main grid displays three sponsored products: 'Smartwatch Watchmark - SMARTONE, Złoty' (349,99 zł), 'Smartwatch WDT95- Funkcje Sportowe,...' (364,99 zł), and 'Smartwatch Watchmark WG1' (560,00 zł). Each product card includes a 'PROMOCJA' badge, a 'SPONSOROWANE' label, and a 'PREMIUM' badge. Below the grid, there's a section titled 'Szukaj "watchmark" w kategorii:' with three sub-sections: 'Smartwatche' (42 produkty), 'Zegarki sportowe' (11 produktów), and 'Monitory aktywności' (1 produkt).



# Jak zalogować się do EmpikAds

Wystarczy zalogować się do Centrum Zarządzania Sprzedawcy



The image shows a screenshot of the EmpikPlace website. At the top left is the logo "empikplace". The navigation menu includes "Dlaczego warto", "Empik Premium", "Integracje", "Empik Ads", "Pomoc", and "Webinary". A red box highlights the "Zaloguj się" button, and a dark button next to it says "Zostań Sprzedawcą". The main content area features the heading "EmpikPlace - miejsce na rozwój Twojego biznesu!" followed by the text: "Chcesz mieć dostęp do kilku milionów klientów Empiku? Dołącz do EmpikPlace - jednej z najszybciej rozwijających się platform e-commerce w Polsce!". Below this is another "Zostań Sprzedawcą" button with a right-pointing arrow. On the right side, there is a 3D illustration of a smartphone displaying the EmpikPlace app interface, with a laptop and a scooter nearby. A large blue location pin icon is positioned above the phone, and blue arrows point from the phone to the laptop and scooter, suggesting connectivity and reach.

# Jak zalogować się do EmpikAds

The screenshot displays the EmpikPlace Seller Center interface. At the top, the logo 'empikplace' and 'Centrum Zarządzania Sprzedawcy' are visible, along with a dropdown menu for 'EmpikPlace Shop (ID 2439)', a grid icon, a user profile icon, and a Polish flag. The left sidebar contains navigation categories: 'Promowanie ofert' (Empik Ads, Centralne akcje handlowe, Inne formy reklamy, Empik Premium), 'Zarządzanie i dane' (Panel Sprzedawcy, Panel raportów i analiz, Rozliczenia, Dane firmy i sklepu), 'Twoje oferty' (Dodaj ofertę, Twoje oferty, Raport importu ofert, Wszystkie zamówienia), 'Oferty partnerskie' (Dodatkowe finansowanie, Konto biznesowe Nest!, Kredyt bankowy Nest!), and 'Pomoc' (Integracje, Centrum Pomocy, Strefa wiedzy YouTube, Formularz kontaktowy).

The main content area features several key sections:

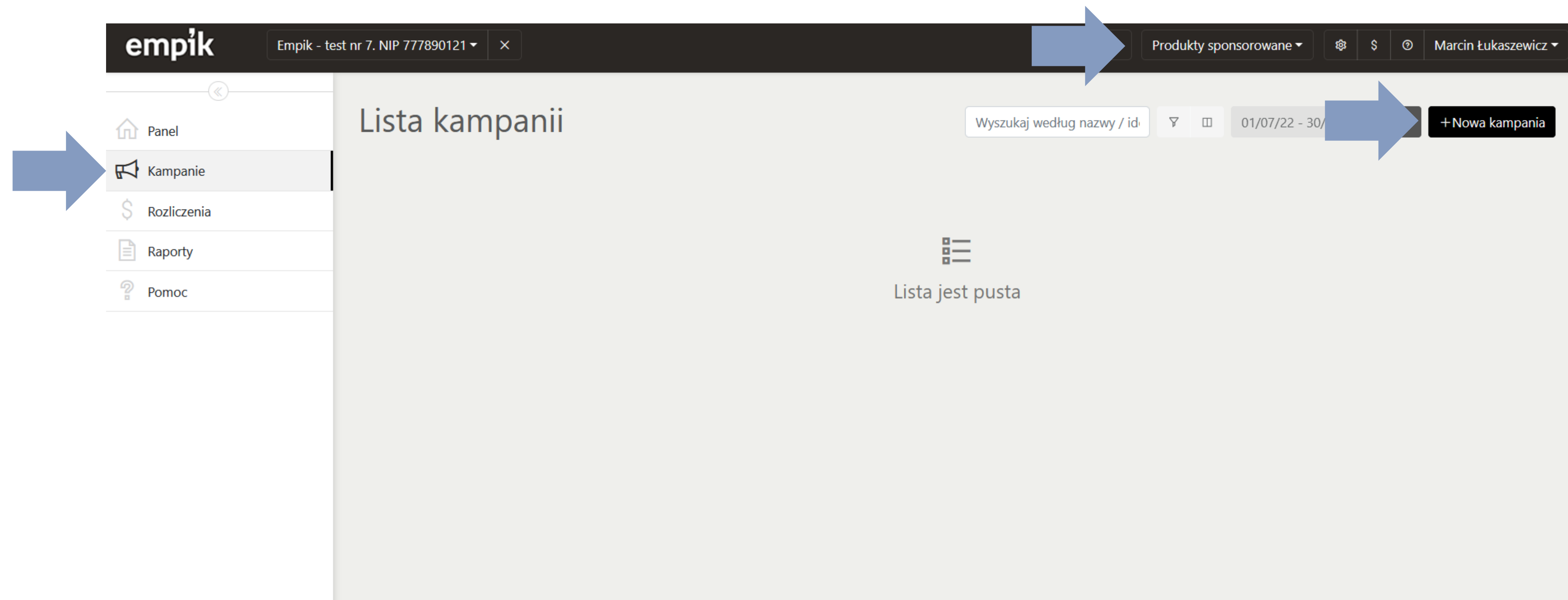
- Advertisement:** A purple banner for 'Otwórz konto w Nest Banku i zyskaj nawet 1100 zł' with an 'Otwórz >' button.
- Operational Status:** 'Bądź na bieżąco z najważniejszymi działaniami' with four cards: 'Wiadomości' (Sprawdzone 119 dni temu), 'Otwarte incydenty' (0), 'Opóźnienia' (0), and 'Nowe zamówienia' (0).
- Service Quality:** 'Jakość obsługi z ostatnich 3 miesięcy' with a 'Więcej' link. It shows an overall rating of 0,0 (5 stars) and a note: 'Spróbuj podnieść ocenę ogólną do 4,3, aby spełnić wymagania Empik Place'. Below are four metrics: 'Wskaźnik przyjęcia' (50%, Minimalnie 97%), 'Wskaźnik zwrotów' (0%, Maksymalnie 30%), 'Wskaźnik incydentów' (0%, Maksymalnie 3%), and 'Czas akceptacji' (0 min, Maksymalnie 12 h).
- Empik Ads Summary:** 'Empik Ads z bieżącego miesiąca' with a 'Więcej' link. Metrics include: 'Liczba aktywnych kampanii' (3), 'ACoS' (0%), and 'Sprzedaż z kampanii' (0 zł).
- Settlements:** 'Rozliczenia' with a 'Więcej' link. It shows 'Twoja ostatnia wypłata' (599,16 zł) and 'Data następnej wypłaty' (31.08.2023).
- Inventory:** 'Twoje zapasy' with tabs for 'Oferty', 'Importy ofert', and 'Importy produktów' and a 'Więcej' link. A note states: 'Informacje dla ofert "Dodane" odświeżane są na bieżąco i podawany jest ich aktualny status. Pozostałe dane są odświeżane raz dziennie i podawane są z godziny 5.00 rano'.

At the bottom of the main area, a table header is partially visible with columns: 'Dodaj ofertę', 'Liczba ofert', and '% z całej oferty'.



# Zaczynamy!

1. Na górze ekranu wybierz odpowiedni typ reklamy
2. Kliknij w menu po lewej stronie na „Kampanie”
3. A następnie w prawym, górnym rogu na „+Nowa Kampania”



# Utwórz kampanię

## Nowa kampania

Nazwa Kampanii

Typ Kampanii Produkty sponsorowane

---

**Czas trwania (Strefa czasowa UTC)**

Data rozpoczęcia Natychmiast ▾

Data zakończenia Bez daty zakończenia ▾

---

Budżet  Dzienny ▾

---

**Licytowanie**

Strategia licytowania Automatyczna stawka ▾

[Zaawansowane](#)

## Nazwa kampanii

Wpisz nazwę kampanii, która będzie dla Ciebie intuicyjna, np. buty damskie. Widzisz ją tylko Ty, nie pojawia się nigdzie na stronie. Ważne aby dobrze ją opisać „co jest w środku”.

## Typ Kampanii

Tu widzisz jakiego typu kampanię tworzysz: produkty czy marki sponsorowane.

## Czas trwania

Jeśli chcesz, możesz też wyznaczyć jej konkretną datę startu. Możesz też wskazać konkretny dzień zakończenia. Jeśli wybierzesz „bez daty zakończenia” to będzie ona trwała do momentu aż ją sam zatrzymasz lub do wyczerpania się budżetu.

## Budżet

Budżet, jaki masz zamiar przeznaczyć na kampanię. Możesz wskazać dzienny budżet (np. 200zł na dzień) lub całkowity (np. 800zł na cały czas trwania kampanii np. tydzień). Po osiągniętego budżetu reklamy przestaną się wyświetlać. Nie ma możliwości przekroczenia budżetu. Pamiętaj, że płacisz dopiero wtedy, gdy ktoś kliknie w reklamę. Budżet możesz zmienić lub zatrzymać kampanię w dowolnym momencie.

## Licytowanie

Automatyczna stawka: zalecamy w pierwszych kampaniach w Empik Ads Obecnie domyślny ACoS = 10%. W opcji „Zaawansowane” samodzielnie wskazujesz poziom ACoS.

## Manualne określanie stawek:

Samodzielnie ustawiasz stawkę CPC. Minimalna stawka to 20 gr za kliknięcie (CPC)





# Strategie licytowania

## Strategia Automatyczna:

Wybierasz żądany ACoS, a licytacja odbywa się automatycznie na podstawie konkurencji.

- domyślnie ACoS jest ustawiony na 10% - sugerujemy go na początku nie zmieniać
- później w dowolnym momencie możesz go także zmienić

Czym jest ACoS (Advertising Cost of Sales)?

$ACoS = \text{wydatki poniesione na kampanię} / \text{przychód z tych kampanii} \times 100$

Czyli ACoS to średni koszt sprzedaży. Jest to stosunek wydatków poniesionych na kampanie do przychodu z tych kampanii. Pokazuje, jaki % swoich pieniędzy wydałeś na każdą zarobioną złotówkę.

Przykład:

- wydatki poniesione na kampanie: 100 zł
- przychód z tych kampanii: 1 000 zł

$ACoS = 10\%$

## Strategia Manualna:

Ustalasz maksymalną stawkę, jaką chcesz zapłacić za kliknięcie (CPC).

Wybierając strategię manualną, musisz podać swoją max stawkę oraz określić rodzaj licytacji

- a) czy chcesz licytować słowa kluczowe (możesz ustawić różne stawki dla każdego wyszukiwanego hasła)
- b) czy licytować będziesz produkty (możesz ustawić różne stawki dla każdego produktu w kampanii, a słowa w tym przypadku dopasujemy my)

# Wybierz produkty

Nowa kampania 1 Utwórz kampanię **2 Wybierz produkty**








---

**Produkty**

Wybierz produkty do swojej kampanii:

**Twoje produkty**

| SKU

-  Trefl, puzzle światła dubaju
-  Small foot design, puzzle zwierzęta z zoo
-  Psi patrol, pojazd transportowiec
-  Big, świnka peppa, klocki domek letni
-  Trefl, puzzle dachy jerozolimy
-  Trefl, kubuś puchatek i przyjaciele, puzzle małe co nieco
-  Trefl, puzzle uroczy zakątek

**Produkty do promocji**

Możesz także przesłać plik z listą produktów.  
Obsługiwane pliki to: CSV, XLS i TXT w formacie UTF8.  
W pliku powinna być jedna kolumna ze wszystkimi kodami SKU (jeden SKU w każdym rzędzie) bez linii nagłówka.  
[Kliknij tutaj, aby pobrać przykładowy plik.](#)

---

**Słowa kluczowe**

Słowa kluczowe

Możesz ręcznie wybrać odpowiednie słowa kluczowe dla kampanii lub pozwolić nam wybrać najtrafniejsze słowa kluczowe automatycznie na podstawie wybranych produktów.

"słowo kluczowe" = dopasowanie ściśle  
słowo kluczowe = dopasowanie do wyrażenia  
Jeśli na przykład wybierzesz "niebieskie buty", będziemy wyświetlać Twoją reklamę tylko wtedy, gdy ktoś szuka niebieskich butów, ale nie osobom, które szukają niebieskich butów kobiecych.

Możesz dodać produkty na kilka sposobów:

1. Wybrać produkty z listy umieszczonej obok (przeciągając je do prawego pola).
  2. Wpisać pojedynczo nazwy lub numery szukanych produktów po portalowym numerze zaczynającym się od „p...”: p1144313117.
  3. Po wejściu w ikonę „folderu”, dodasz produkty wg całych kategorii / podkategorii.
  4. Zbiorczo przesyłać listę produktów posiłkując się numerem portalowym zaczynającym się od p1144313117.
- Ważne! Numery produktów powinny być wpisane jeden pod drugim np.:
5. Przesłanie całej gamy produktów w pliku .csv posiłkując się numerem portalowym zaczynającym się od „p”.



# Słowa kluczowe i ich rola

## Słowa kluczowe:

W kampanii automatycznej, to system dobiera najodpowiedniejsze słowa kluczowe.

W opcji manualnej masz możliwość samodzielnie wybrać słowa kluczowe do kampanii wg. dwóch różnych typów dopasowania.

### 1. Dopasowanie do wyrażenia:

Oznacza, że reklamy będą również wyświetlane, gdy kupujący szuka wyszukiwanego hasła, które zawiera wybrane przez Ciebie słowa kluczowe.

Przykład: jeśli wybierzesz frazę niebieskie buty z dopasowaniem do wyrażenia, reklama będzie również wyświetlana, gdy ktoś wpisze niebieskie buty dla kobiet

*Domyślnie jest ustawione dopasowanie do wyrażenia.*

### 2. "Dopasowanie ścisłe":

Najbardziej szczegółowy i ograniczający typ dopasowania słów kluczowych. Użytkownicy zobaczą reklamę tylko wtedy,

gdy wpiszą dokładnie to konkretne słowo kluczowe.

Przykład: "niebieskie buty" z dopasowaniem ścisłym (pisane w cudzysłowie), reklama będzie wyświetlana tylko wtedy, gdy ktoś szuka niebieskich butów, ale nie pojawi się dla hasła "niebieskie buty dla kobiet,,

Aby użyć dopasowania ścisłego, musisz umieścić słowo kluczowe w cudzysłowie: "niebieskie buty"

# Gotowe!

## Twoja kampania produktów sponsorowanych została właśnie utworzona!

Znajdziesz ją na liście kampanii w zakładce „Kampania” menu głównego. Kliknij w jej nazwę, aby zobaczyć więcej na temat jej wyników.

empik Empik - testowanie. NIP 1234567890

Produkty sponsorowane

Marcin Łukaszewicz

### Lista kampanii

Wyszukaj według nazwy / id

01/07/22 - 30/09/22

+ Nowa kampania

<input type="checkbox"/>	Status	Nazwa	Licytacja	Słowa kluczowe	Przychody	Koszt	ACoS	CPC	Data zakończenia
<input type="checkbox"/>		Test	Automatyczna	Automatyczna	0,00 zł	0,00 zł	0%	0,00 zł	-



# Raporty

+ Generuj

Już po 24h możesz sprawdzić pierwsze efekty swoich kampanii. My zalecamy wygenerowanie raportu po 7 dniach od założenia

- Panel
- Kampanie
- Rozliczenia
- Raporty**
- FAQ

## Raporty

+ Generuj

Nazwa	Rodzaj	Harmonogram	Stworzono	Status	
test	Wydajność według raportu EAS	Raz	31/05/22	Gotowe	↓
ewa	Wydajność Kampanii	Każdego dnia do 10/11/22	10/05/22	Gotowe	↓ <span>27</span>
nazwa	Wydajność Kampanii	Raz	10/05/22	Gotowe	↓
ewa	Wydajność według raportu EAS	Raz	05/05/22	Gotowe	↓
sprzedaż skarpetek	Wydajność według raportu EAS	Raz	16/03/22	Gotowe	↓
Boxy jedzeniowe	Wydajność według raportu EAS	Raz	16/03/22	Gotowe	↓

**Nazwa:**  
Nadana przez Ciebie nazwa raportu

**Rodzaj:**  
Wybrany z listy typ raportu

**Harmonogram**  
Częstotliwość generowania raportu np. jednorazowo,

**Data utworzenia raportu**  
Dzień, kiedy raport był generowany

**Status**

# Dodatkowe materiały – strona EmpikAds

empikplace

Dlaczego warto

Empik Premium

Integracje

Empik Ads

Pomoc

Webinary

Zaloguj się

Zostań Sprzedawcą

## Materiały instruktażowe

- Prezentacja "EmpikAds - skuteczny sposób na wzrost sprzedaży" [Pobierz](#)
- Filmy szkoleniowe na kanale YT [Zobacz](#)
- 4 wskazówki dobrze ustawionej kampanii znajdziesz [tutaj](#).
- 3 kroki doboru produktów do kampanii znajdziesz [tutaj](#).
- Jak znaleźć numer ID produktu wymagany przy założeniu kampanii? Sprawdź [tutaj](#).
- Jak optymalizować wskaźnik ACoS (% wydatków poniesionych na reklamę) znajdziesz [tutaj](#).
- Jak optymalizować wskaźnik CTR (kliknięcia w reklamę) znajdziesz [tutaj](#).
- Prezentacja "Optymalizacja kampanii - skuteczny sposób na wzrost sprzedaży." [Pobierz](#)
- Jak optymalizować konwersję reklam (sprzedaż) znajdziesz [tutaj](#).
- Centrum pomocy znajdziesz [tutaj](#).







**Strefa Wiedzy**

empikplace