



E-commerce Alapok



Ekereskedelmi alapfogalmak

- **Webáruház:** Olyan digitális platform, ahol termékeket és szolgáltatásokat árusítanak az interneten keresztül.
- **Kosár:** Az a virtuális kosár, amelyben a vásárlók a kiválasztott termékeket gyűjtik a vásárlás befejezése előtt.
- **Konverzió:** Amikor egy weboldal látogatója egy kívánt cselekvést végez el, például vásárlást vagy feliratkozást.
- **Kosárérték:** Az az összeg, amelyet egy vásárló átlagosan költ egy vásárlás során. A kosárérték növelése célzott upsell és cross-sell ajánlatokkal lehetséges.
- **Upsell és Cross-sell:** Az upsell a vásárlóknak drágább vagy nagyobb értékű termékek ajánlása, míg a cross-sell más, kapcsolódó termékek ajánlását jelenti a vásárlási folyamat során.

Ekereskedelmi alapfogalmak

Kosárelhagyás: Az a jelenség, amikor a vásárló termékeket helyez a kosarába, de nem fejezi be a vásárlást. Az e-mailekben történő újracélzás és kedvezmények segíthetnek csökkenteni ezt az arányt.

Konverziós arány: Az arány, amely megmutatja, hogy a látogatók hány százaléka végez el egy kívánt cselekvést, például vásárlást vagy regisztrációt.

Checkout folyamat: A vásárlási folyamat utolsó lépése, amely során a vásárló kitölti a fizetési és szállítási adatokat, és véglegesíti a rendelést.

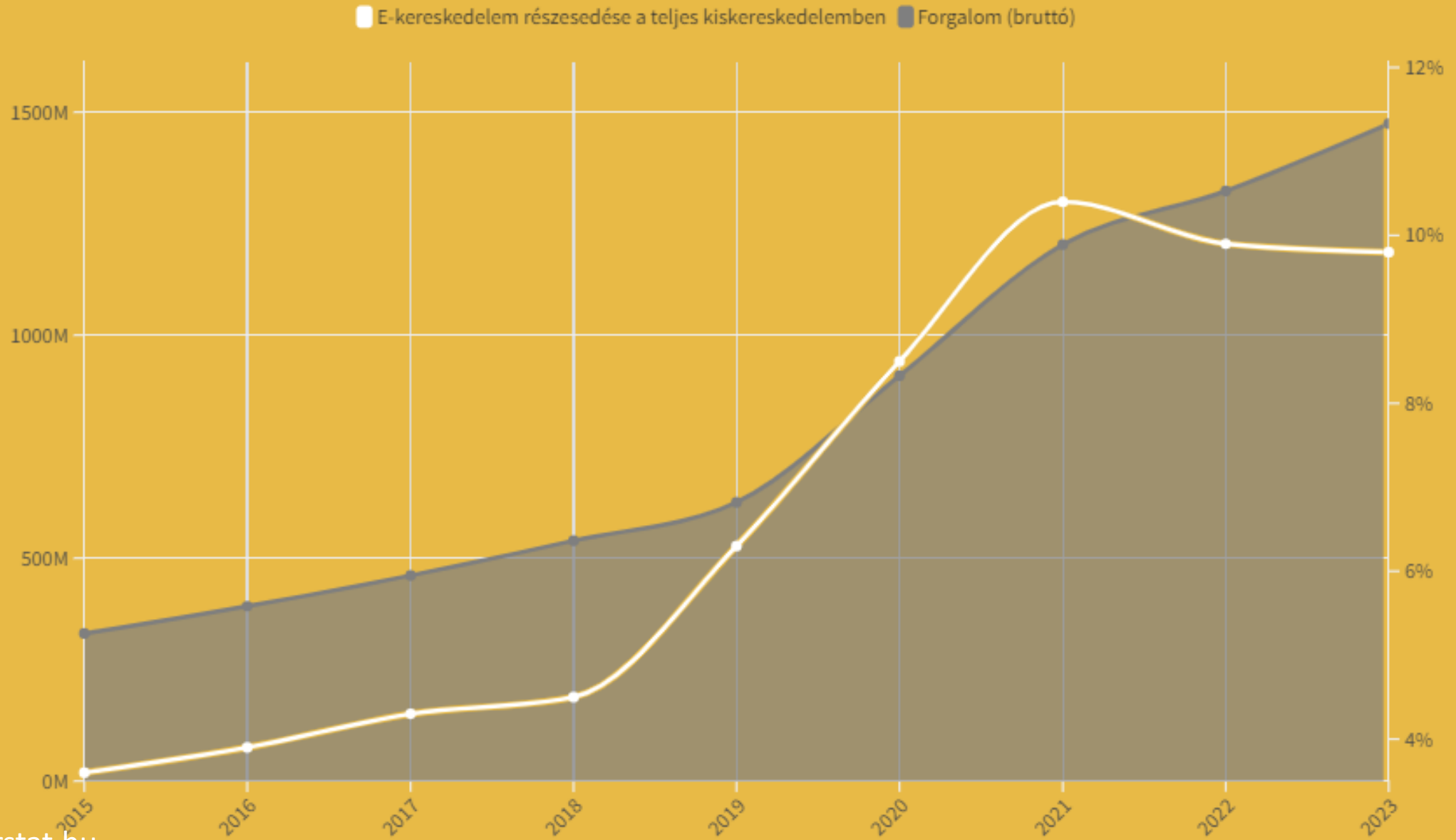




E-kereskedelem helyzete



Az e-kereskedelem helyzete



Miért fontos a marketing szerepe?



Az ekerstat.hu oldal adatai szerint a magyar e-kereskedelem 1474 milliárd forintos forgalmat ért el, ami 11,41%-os éves növekedést jelent. Az országban jelenleg 38 240 webáruház működik, amelyek száma 2,25%-kal nőtt az előző évhez képest. Az e-kereskedelem részesedése a teljes kiskereskedelmi forgalomból 9,8%, de ez az arány 1,01%-kal csökkent.



Miért fontos a marketing szerepe?

A piaci részesedés növelése és megtartása

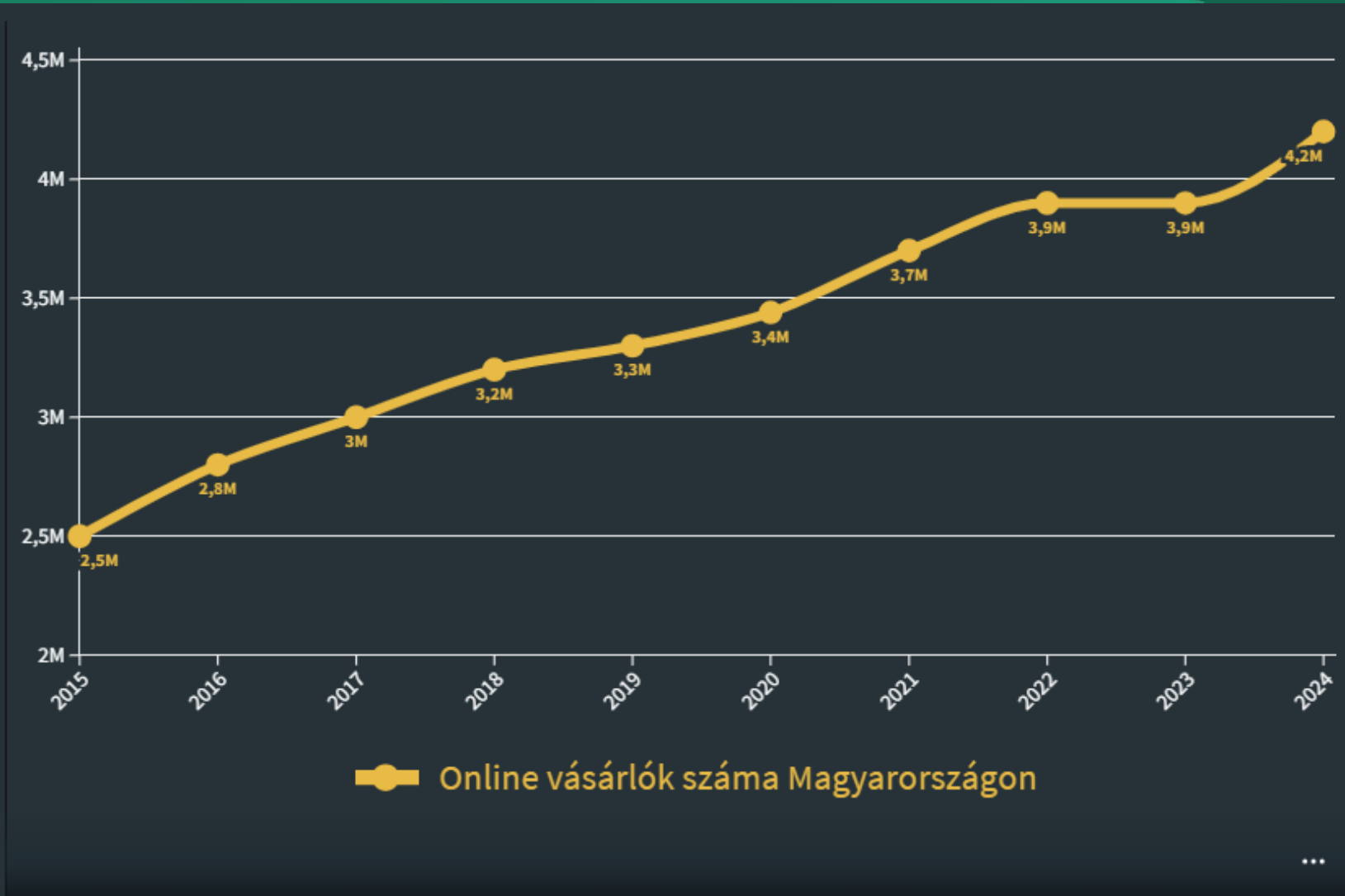
A magyar e-kereskedelem részesedése a teljes kiskereskedelemről 9,8%. A marketing segítségével a vállalkozások erősíthetik a jelenlétüket, új ügyfeleket szerezhetnek. A piaci részesedés növelése a folyamatos és célzott marketingtevékenységek eredménye lehet, amely segít abban, hogy a vásárlók a mi vállalkozásunkat válasszák.

Az e-kereskedelmi piac növekedésének kihasználása

Az éves forgalom növekedése +11,41%, ami komoly lehetőségeket kínál az e-kereskedelemben működő vállalkozások számára. A marketing elengedhetetlen annak érdekében, hogy a növekvő keresletet kiaknázzuk, és a forgalom növekedéséből minél nagyobb szeletet tudjunk megszerezni.

Webáruházak számának bővülése miatti verseny

A 38 240 webáruház megléte és a 2,25%-os éves növekedés azt jelzi, hogy az e-kereskedelmi piacon egyre nagyobb a verseny. A marketing eszközei segítenek abban, hogy egy adott webáruház kitűnjön a többi közül, vonzóbb ajánlatokat nyújtson, és így új vásárlókat nyerjen meg.



6,74%

éves növekedés az online
tranzakciók számában

21 rendelést

adott le egy ember egy évben
átlagosan 2023-ben

3,9 millió

online vásárló
2023-ben Magyarországon



E-kereskedelem alapjai



Mit értékesítsünk?

A termék kiválasztása kulcsfontosságú.

- Népszerű kategóriák, mint a divat vagy az FMCG, erős versennyel néznek szembe a nemzetközi és régiós szereplőkkel (pl. TEMU, SHEIN, eMAG).

Fizikai vagy digitális termék?

- Fizikai termékek logisztikát igényelnek, míg a digitális termékek (pl. e-könyvek, online kurzusok) egyszeri előállítással skálázhatók.

Üzleti fenntarthatóság

- A megfelelő árrés és költséghatékonyság kritikus az üzleti sikerhez.

Egyszeri vagy visszatérő vevők?

- Az ismételt vásárlások növelik a hosszú távú bevételt.



Mit értékesítsünk?

Mennyire jól kommunikálható a termék?

- Fontos, hogy a termék köré tartalmat építsünk, ami illeszkedik a szélesebb marketingstratégiába. Ideális esetben a termék különböző formátumokban reklámozható.

Mennyire nehéz kezelni az árut?

- A szállítás, csomagolás és romlandóság hatással van a költségekre és a logisztikára. A kényes termékek több ügyfélszolgálati feladatot igényelhetnek.

Milyen jogszabályok vonatkoznak a termékekre?

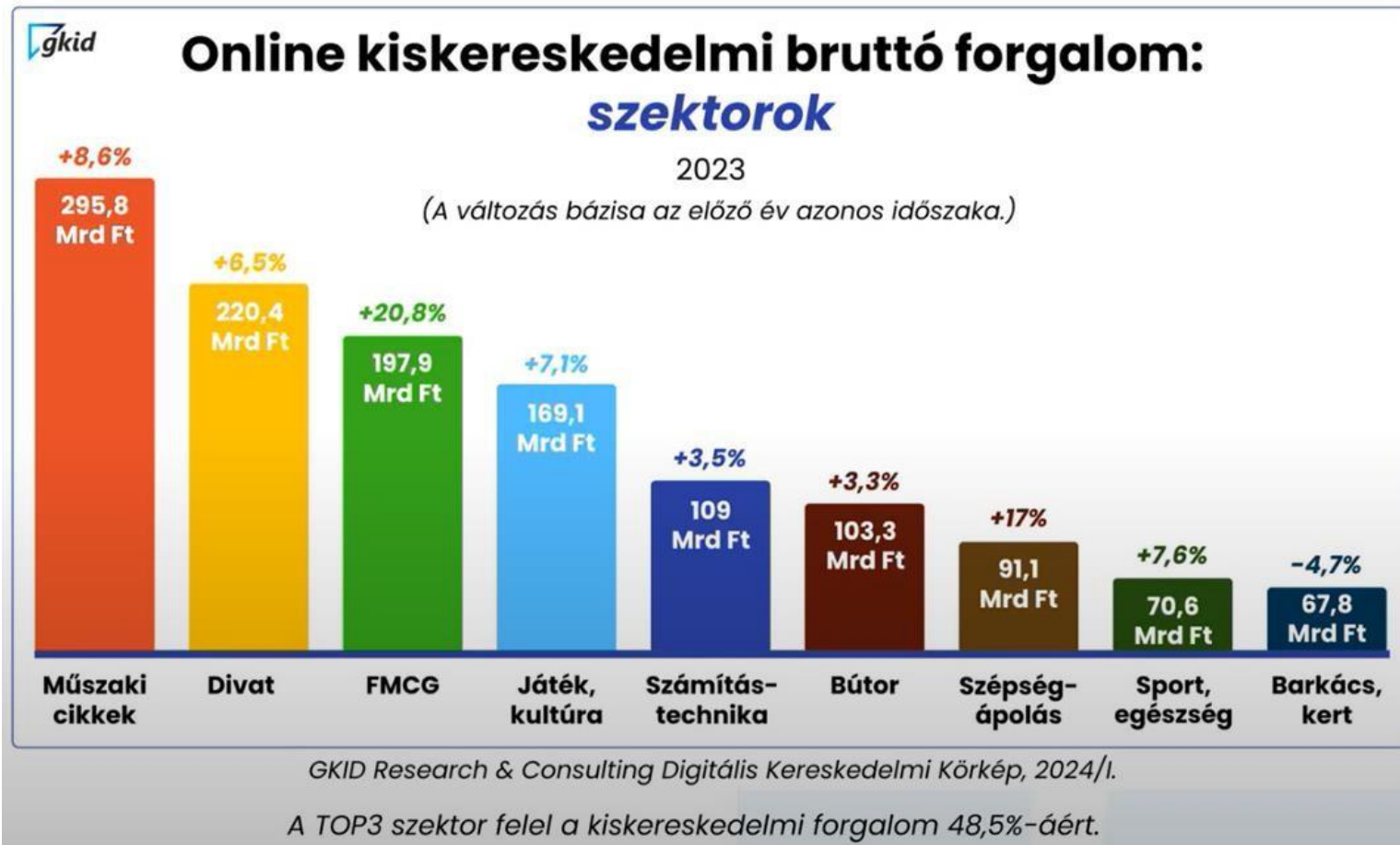
- Szabályozási követelmények (pl. engedélyek, garanciák) plusz költségeket és kihívásokat jelenthetnek.

Mit értékesítsünk?

Az e-kereskedelmi szektor legnagyobb bruttó forgalmát a **műszaki cikkek** generálják, 2023-ban 295,8 milliárd forinttal és +8,6%-os növekedéssel.

A **divat** és az **FMCG** szektor szintén kiemelkedő, utóbbi 20,8%-os növekedést mutatott, elérve a 197,9 milliárd forintot.

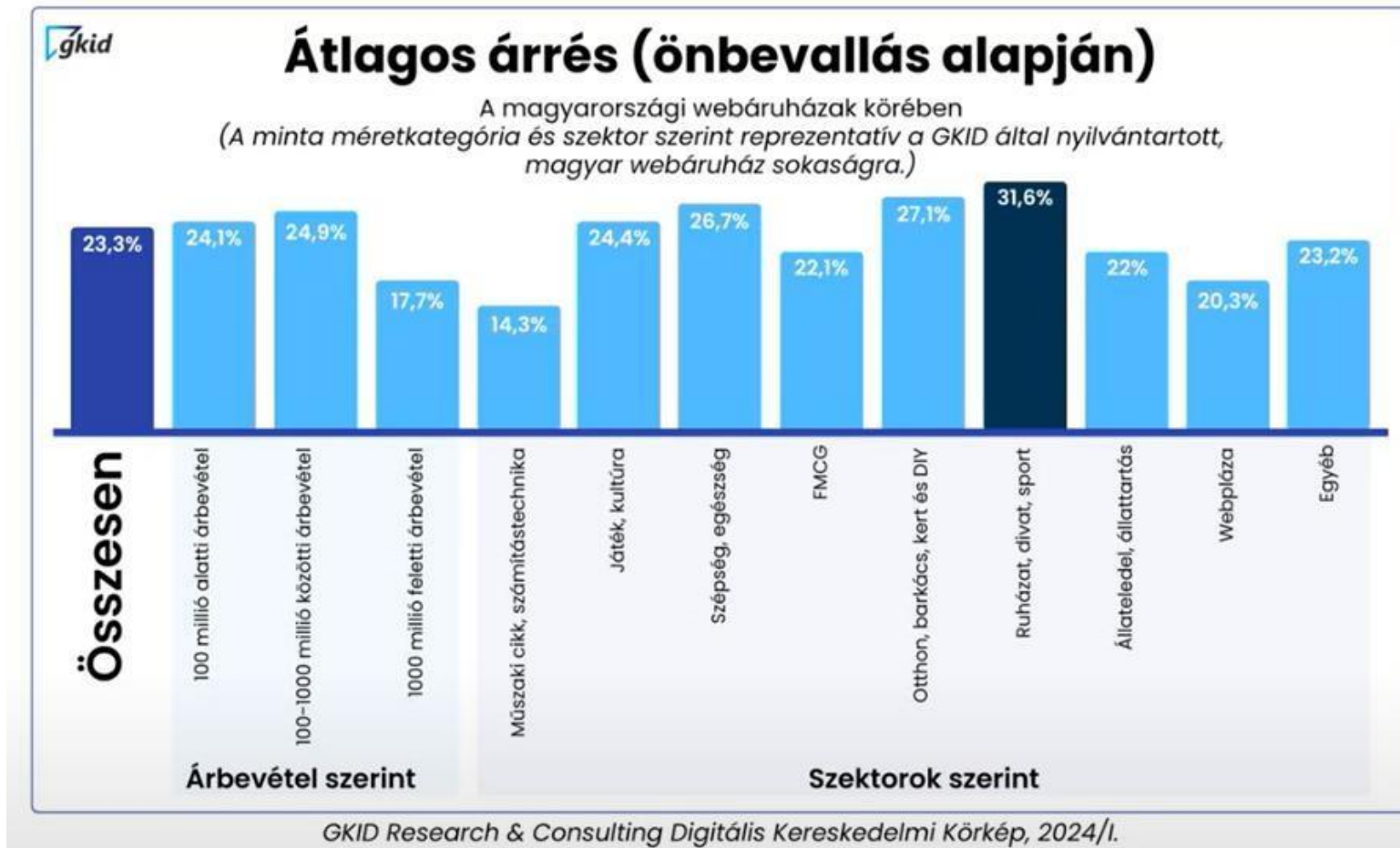
A legdinamikusabban növekvő kategóriák közé tartozik az **FMCG** és a **szépségápolás**.



Mit értékesítsünk?

A legmagasabb átlagos árrést a **ruházat, divat, sport** szektor éri el, 31,6%-kal.

Ez jelentős mértékben összefügg azzal, hogy ezek a kategóriák népszerűek a vásárlók körében, és magasabb árréssel lehet őket értékesíteni.





Webárúház nyitása



Bérelhető webáruház platformok

Shoprenter, Unas: Ezek a megoldások azok számára ideálisak, akik gyorsan szeretnének online áruházat indítani, minimális technikai tudással. Könnyen beállíthatók, biztonsági frissítéseket automatikusan kapnak, és számos dizájn sablon érhető el. Ezek a rendszerek integrált fizetési kapukkal és logisztikai megoldásokkal rendelkeznek.

- **Előnyök:** Kedvező indulási költség, gyors piacra lépés, automatikus frissítések.
- **Hátrányok:** Funkcionális korlátok, kevésbé rugalmas testreszabási lehetőségek.



Nyílt forráskódú webáruházak

WooCommerce, Magento: A nyílt forráskódú platformok rugalmasságot és teljes kontrollt biztosítanak a webáruház felett, hiszen a tulajdonos maga építheti fel és kezelheti a boltot. A technikai tudás itt elengedhetetlen, és fejlesztőkre is szükség lehet a testreszabáshoz. Ezek a megoldások lehetőséget adnak egyedi funkciók, integrációk kialakítására.

- **Előnyök:** Teljes rugalmasság, testreszabhatóság, egyedi megoldások beépíthetősége.
- **Hátrányok:** Magasabb technikai igények, karbantartás és fejlesztési költségek, időigényes beállítás.



Egyedi fejlesztésű webáruházak

- **Személyre szabott webáruházak:** Teljesen egyedi fejlesztések, amelyek lehetővé teszik, hogy a vállalkozás minden részletét saját igényei szerint alakítsa. Ideális választás azok számára, akik komplex integrációkat, egyedi funkcionalitást szeretnének.
- **Előnyök:** Maximális rugalmasság, különleges funkciók beépítése.
- **Hátrányok:** Magas kezdeti költségek, hosszú fejlesztési idő.

Legnépszerűbb webáruház megoldások:

WooCommerce

23%

Unas

20%

Shoprenter

14%

Shopify

12%

Opencart

6%

PrestaShop

3%

VirtueMart

3%

Egyéb

20%

Jellemző értékesítési modellek:

Fizikai üzletben is

42%

Marketplace értékesítés

20%

Külföldi értékesítés

14%

Ügyfélkör szerinti csoportosítás:

B2B és B2C értékesítés egyaránt

53%

B2C értékesítés

39%

D2C értékesítés

4%

B2B értékesítés

3%



Tanácsok

- A bérelhető és nyílt forráskódú megoldások egyaránt elérhetőek, mindegyik különböző technikai tudást és igényeket kielégítve. A WooCommerce magas fokú rugalmasságot kínál, míg az Unas és Shoprenter egyszerűbb, gyorsan beállítható megoldásokat kínálnak. A technikai háttér és az ügyfélszolgálati támogatás kulcsfontosságú a hosszú távú siker érdekében.
- Érdemes először bérelhető, magyar supporttal rendelkező webshop motort választani, mert eleinte sok kérdésünk lesz
- Marketing oldalról mindegyik nagyon jó

Technikai alapok

- **Gyors és biztonságos tárhely:**

- A webshop sebessége kritikus a felhasználói élmény és a SEO szempontjából. A gyors betöltés és a megbízható tárhely kiemelten fontos, különösen akkor, ha növekedés várható. Emellett a biztonsági intézkedések is alapvető fontosságúak, mint például a SSL tanúsítvány és a rendszeres biztonsági mentések.

- **Reszponzív megjelenés:**

- Az e-kereskedelem jelentős része mobileszközökön történik, így a webshopnak mobilbarátnak kell lennie. Ez magában foglalja a rezponzív dizájnt, amely biztosítja, hogy minden eszközön megfelelően jelenjen meg a webáruház. A felhasználói élmény szoros összefüggésben van a konverziós arányokkal.

Minőségi elvárások

- **Termékleírások:**

- A részletes, informatív és vonzó termékleírások növelik a vásárlói bizalmat. Fontos, hogy minden termékhez pontos információkat adjunk meg, amelyek segítenek a vásárlóknak a döntéshozatalban. Az elérhető információ hiánya csökkentheti a vásárlások esélyét.

- **Minőségi képek és videók:**

- A vizuális tartalom kulcsfontosságú az online vásárlás során. A termékek részletes, több szögből készült képei és videói segítik a vásárlókat abban, hogy megbizonyosodjanak a termék minőségéről. A felhasználók nagyobb valószínűséggel vásárolnak, ha pontos képet kapnak a termékről.

- **Hasznos tartalom**

- Az olyan tartalmak, mint blogbejegyzések, útmutatók és tanulmányok, nemcsak értéket nyújtanak a látogatóknak, hanem segítik őket abban, hogy hiteles szakértőként tekintsenek a vállalkozásra. Ez a tartalommarketing egyik fontos eleme, amely segít a keresőoptimalizálásban is.

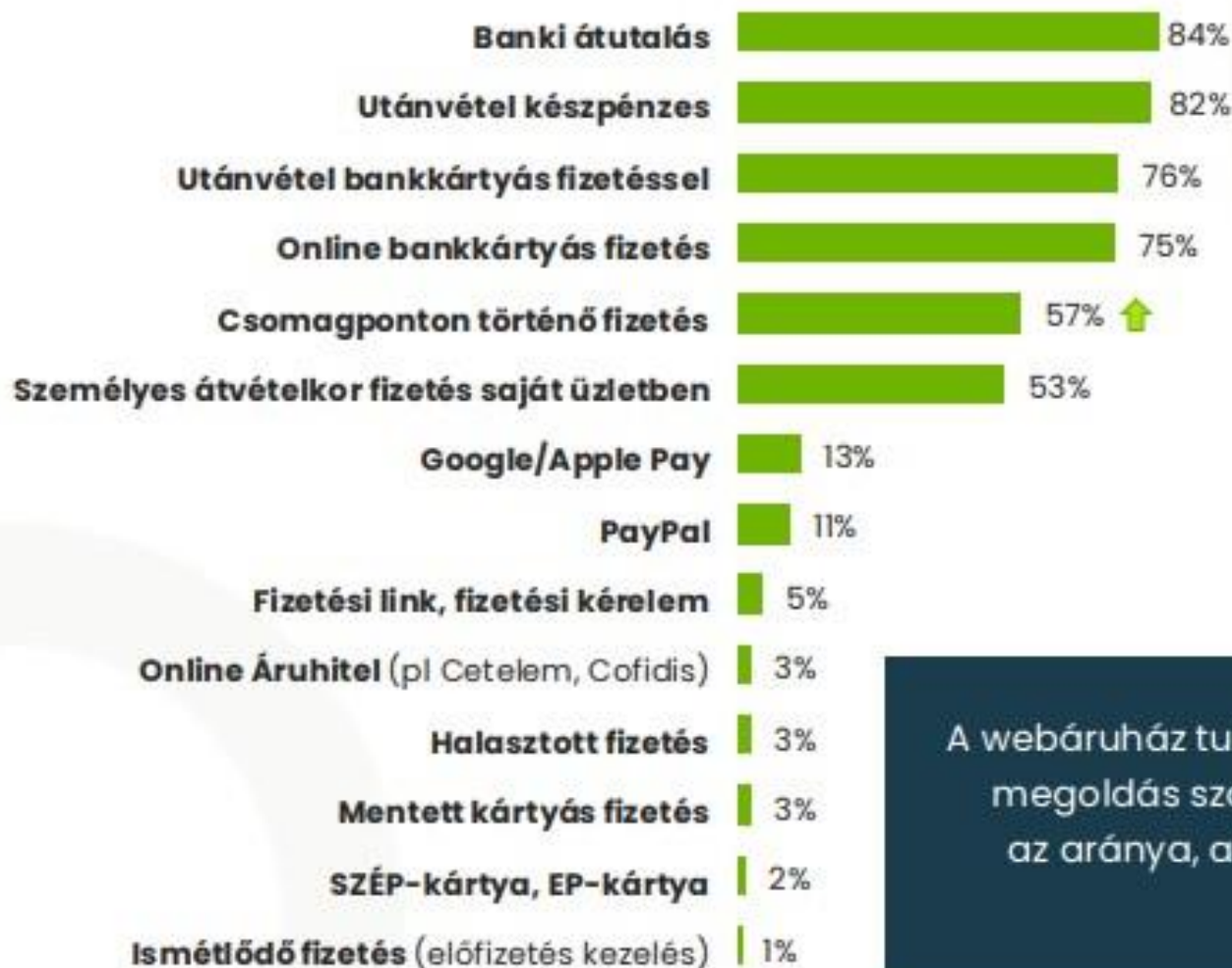


Fizetési módok

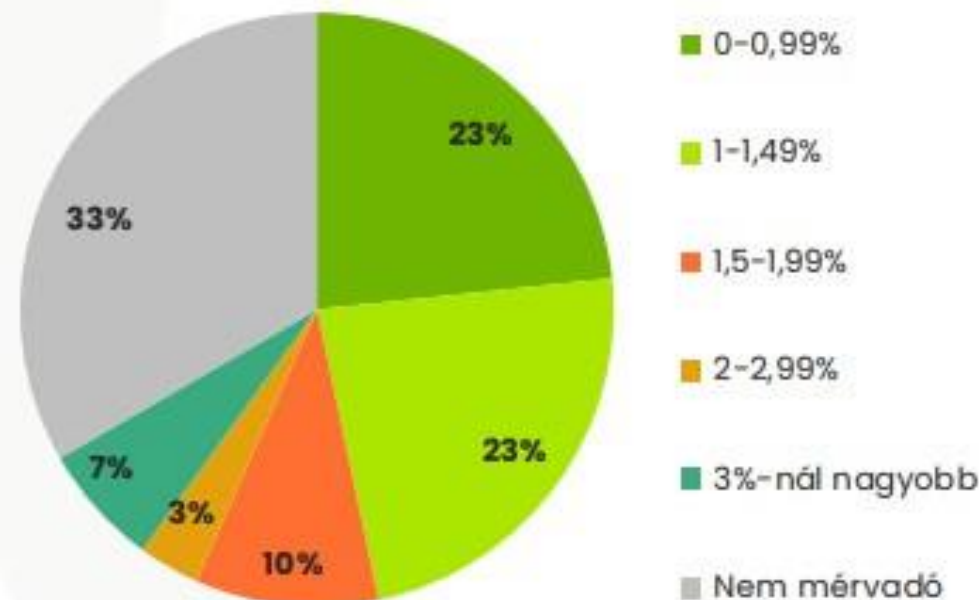


Webáruházban biztosított fizetési módok

Milyen fizetési módokat biztosít webáruházában?



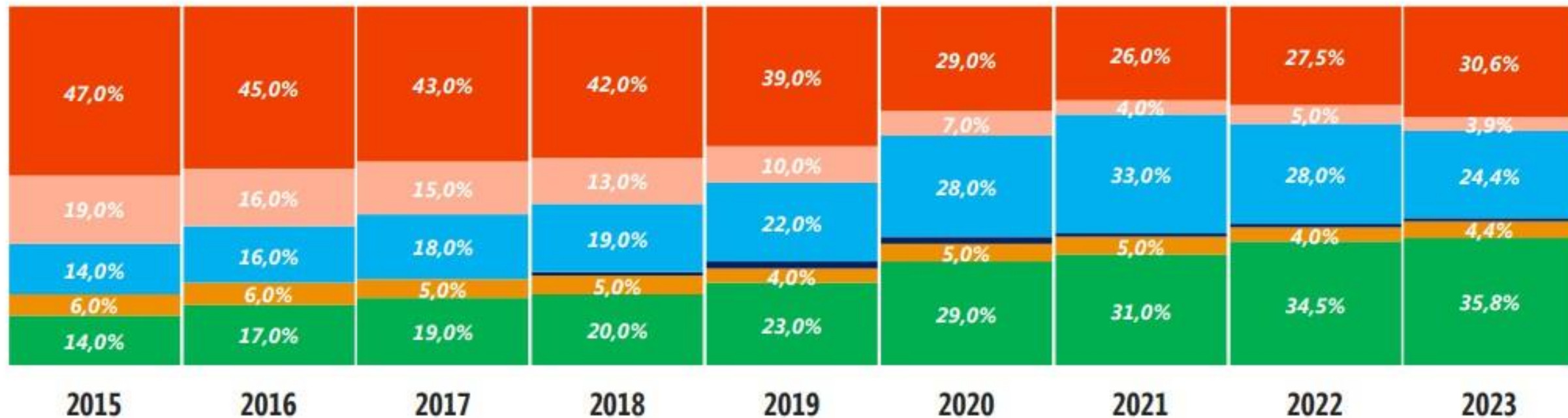
Mekkora jutalékot fizet a fizetési megoldás szolgáltatójának?



A webáruház tulajdonosok közel fele legfeljebb 1,49% jutalékot fizet fizetési megoldás szolgáltatójának. Tavalyhoz képest nem változott azoknak az aránya, akik 1,5% vagy ettől több jutalékot fizet fizetési megoldás szolgáltatójának.

Az online rendelések megoszlása fizetési megoldások szerint

Az egyes fizetési megoldások használatának súlya az online kiskereskedelmi tranzakciókban



Készpénzes utánvét

A futárnál vagy csomagponton

Készpénzes utánvét

Bolti, személyes átvételkor

Bankkártyás utánvét & Elektronikus utánvét

Online áruhitel & Halasztott fizetés

Bankszámla alapú fizetés

Online fizetés

Eseti vagy mentett kártyával, e-pénztárcával

UTÁNVÉTES TRANZAKCIÓK



Legnépszerűbb elektronikus fizetési megoldások:



 **simplepay**
by  **otp Mobil**



barion



 **CIB BANK**
Együtt, a jövőről.

Fizetési kapuk

A **fizetési kapu** (payment gateway) egy olyan szolgáltatás, amely lehetővé teszi a vásárlók számára, hogy online vásárláskor biztonságosan fizethessenek különböző fizetési módokkal, például bankkártyával, mobilos fizetéssel vagy elektronikus pénztárcával. A fizetési kapu az online fizetések feldolgozásának központi eleme, mivel biztosítja, hogy a tranzakciók biztonságosan és megbízhatóan menjenek végbe, titkosítja a felhasználói adatokat, és összeköti a vásárló bankját a kereskedő bankszámlájával.

Hogyan működik a fizetési kapu?

- 1. Pénztárnál történő fizetés:** A vásárló kiválasztja az online áruházban a kívánt terméket, majd a fizetési folyamat során megadja a kártyaadatait vagy más fizetési módot választ.
- 2. Adatok továbbítása:** A fizetési kapu titkosítva továbbítja a megadott adatokat a banki rendszerekhez.
- 3. Engedélyezés és jóváhagyás:** A vásárló bankja ellenőrzi az adatokat, majd jóváhagyja vagy elutasítja a tranzakciót.
- 4. Fizetés feldolgozása:** A sikeres tranzakció esetén az összeg levonásra kerül a vásárló számlájáról, és a kereskedő megkapja az összeget a saját számlájára.

Fizetési kapuk

SimplePay

- **Előnyök:** A SimplePay az OTP Bank csoport része, ami stabilitást és elismertséget biztosít Magyarországon. Kiemelkedik az integrálhatósággal, és a vásárlók többféle fizetési módot használhatnak, beleértve a QR-kódos és mobilos fizetéseket. Több pénznem kezelését támogatja, és rugalmas szerződéskötést kínál.
- **Hátrányok:** A SimplePay esetében a szerződéskötés időigényesebb, és csatlakozási díjat is felszámítanak, amely több tízezer forint is lehet. A kereskedői jutalék 1-2,5% közötti, ami magasabb, mint más fizetési megoldások esetében

Fizetési kapuk

Barion

- **Előnyök:** A Barion az egyik legnépszerűbb magyar alapítású online fizetési szolgáltató, és az alacsony díjak miatt kedvelt megoldás. Nem számítanak fel csatlakozási díjat, a tranzakciós illeték pedig alacsonyabb, 0,5–1,5%. Könnyű az integráció és a regisztráció, nincs havidíj. Támogatja a bankkártyás fizetést regisztráció nélkül, de a Barion tárca használatával kényelmesebb lehet a fizetés.
- **Hátrányok:** Kevesebb vásárlói bizalom a kisebb brand miatt. Kevesebb integrációs lehetőség bizonyos platformokon. A kifizetésekhez külön díj kapcsolódhat, ha a virtuális számláról más bankszámlára történik az átutalás.



Fizetési kapuk

CIB

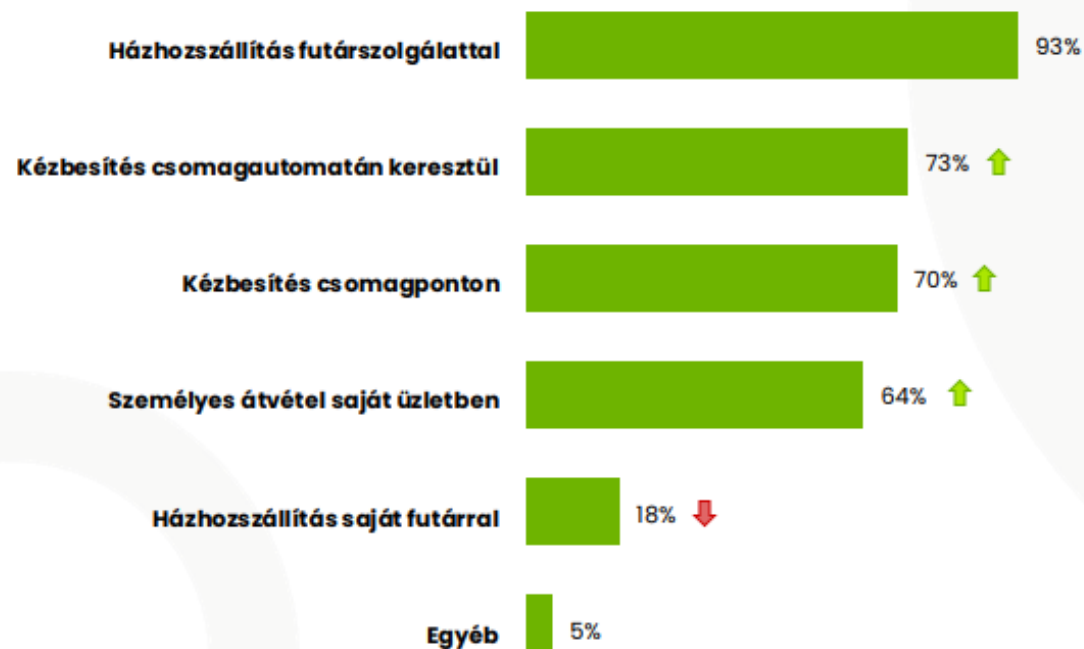
- **Előnyök:** A CIB bankkártyás fizetési rendszere gyorsan és egyszerűen integrálható számos webáruház platformra, mint például a WooCommerce, OpenCart és PrestaShop. A 3DS biztonsági protokollt is támogatja, és az ügyfélszolgálat jól működik. Az online fizetési rendszereiket folyamatosan frissítik, és könnyen használhatók. Nincsenek rejtett költségek, és a tranzakciók azonnal megjelennek a kereskedők rendszerében.
- **Hátrányok:** A CIB rendszere kevésbé ismert a kisebb webáruházak körében, és a tranzakciós díjak nem mindig olyan kedvezőek, mint például a Barionnál

Kiszállítás

34

Elérhető szállítási módok

Milyen áruátvételi módokat biztosítanak az Ön webáruházában?

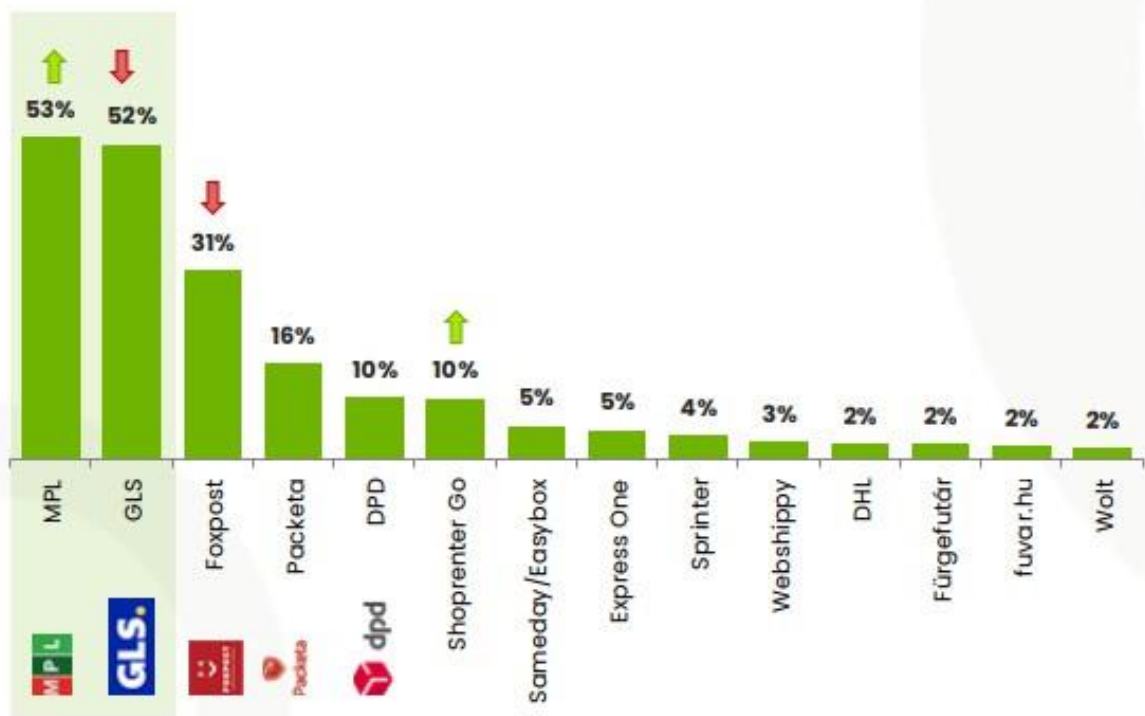


A legnépszerűbb szállítási mód egyértelműen a futárszolgálattal történő házhozszállítás.

A csomagautomatán keresztül és a csomagponton történő kézbesítési módok elérhetősége jelentősen nőtt tavalyhoz képest.

Kiszállítás

Jelenleg az alábbiak közül, mely logisztikai szolgáltatóval van élő szerződése?



A legnépszerűbb logisztikai szolgáltatók az MPL, a GLS és a Foxpost.

A logisztikai szolgáltatók közül az MPL és a Shoprenter Go szolgáltatókkal idén nagyobb arányban szerződtek le az előző évhez viszonyítva.

Fulfillment

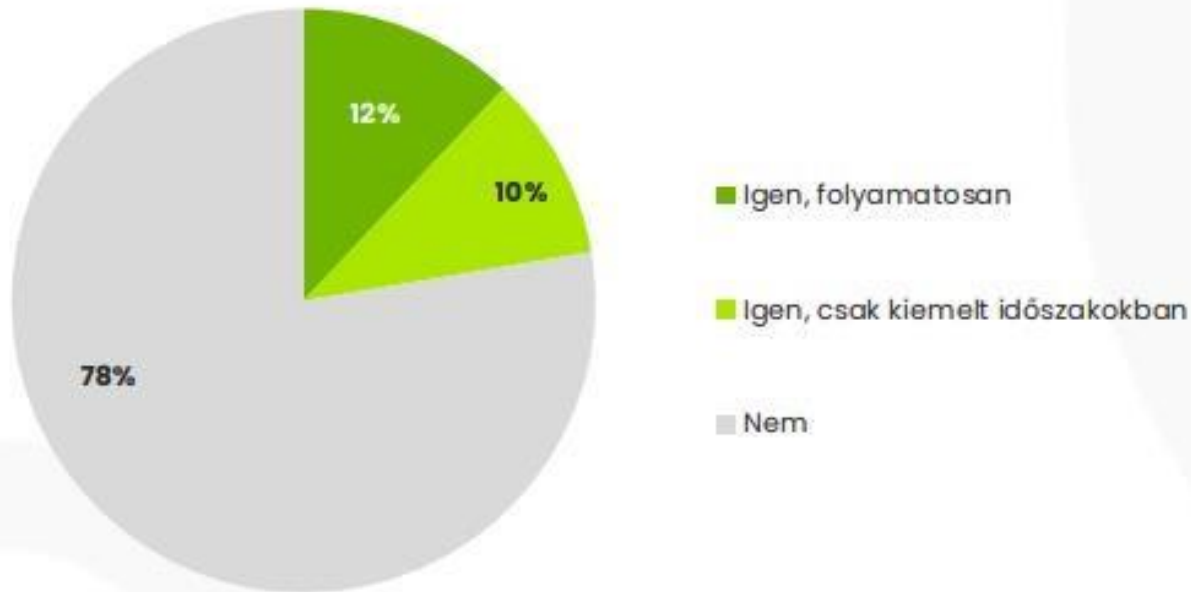
A **fulfillment szolgáltatás** egy olyan logisztikai megoldás, amely magában foglalja az online áruházak termékeinek raktározását, csomagolását és szállítását a végfelhasználókhoz. A fulfillment szolgáltatók segítenek az e-kereskedelmi vállalkozásoknak abban, hogy a teljes rendelésfeldolgozási folyamatot kiszervezzék, így nekik nem kell saját raktárral, csomagolóeszközökkel és szállítási megoldásokkal foglalkozniuk.

Mire való pontosan?

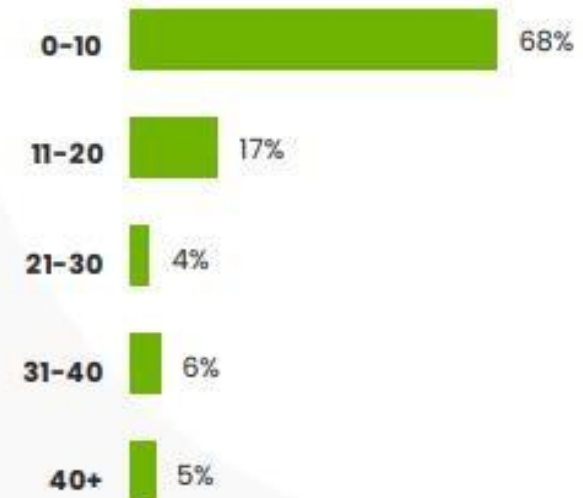
- 1. Raktározás:** A fulfillment szolgáltató tárolja a vállalkozás termékeit a saját raktáraiban.
- 2. Csomagolás:** Amikor egy vásárlás történik az online áruházban, a fulfillment szolgáltató összekészíti és becsomagolja a rendelést.
- 3. Szállítás:** A szolgáltató kezeli a szállítást is, gyakran partneri kapcsolatban áll szállítmányozási cégekkel, így gyors és megbízható kézbesítést biztosít.
- 4. Visszaküldés kezelése:** Ha a vásárló visszaküld egy terméket, a fulfillment szolgáltató kezeli a visszaküldési folyamatot, beleértve az újracsomagolást és visszarakározást is.

Logisztika kiszervezés

Van-e igény arra a webáruházuk esetében, hogy további logisztikai szolgáltatót vonjanak be?



Mennyi erőforrást emésztenek fel a logisztikai feladatok webáruháza tekintetében?
(óra/hét saját erőforrás)



Nem jellemző, hogy Magyarországon, hogy a webáruházak kiszerveznék a logisztikai feladataikat.

Ügyfélszolgálat



Ügyfélszolgálat

Az ügyfélszolgálat minősége közvetlen hatással van a vásárlói élményre és a hűségre. Egy jól működő, hatékony ügyfélszolgálat nemcsak problémákat old meg, hanem elősegíti a hosszú távú kapcsolat kialakítását a vásárlókkal.

Telefonos ügyfélszolgálat:

- 1. Előnyei:** Személyesebb kapcsolatot nyújt, különösen hasznos bonyolult kérdések kezelésére, ahol azonnali interakció szükséges.
- 2. Hátrányai:** Időigényes, magasabb költségekkel járhat. Fontos, hogy jól képzett munkatársak kezeljék, akik türelmesek és segítőkészek.

E-mailes ügyfélszolgálat:

- 1. Előnyei:** Lehetővé teszi a részletes, dokumentálható válaszokat. Könnyen automatizálható, például sablon válaszokkal gyorsítható a folyamat.
- 2. Hátrányai:** Lassabb válaszadási idő, és kevésbé személyes interakciót nyújt, mint például a telefon vagy chat.

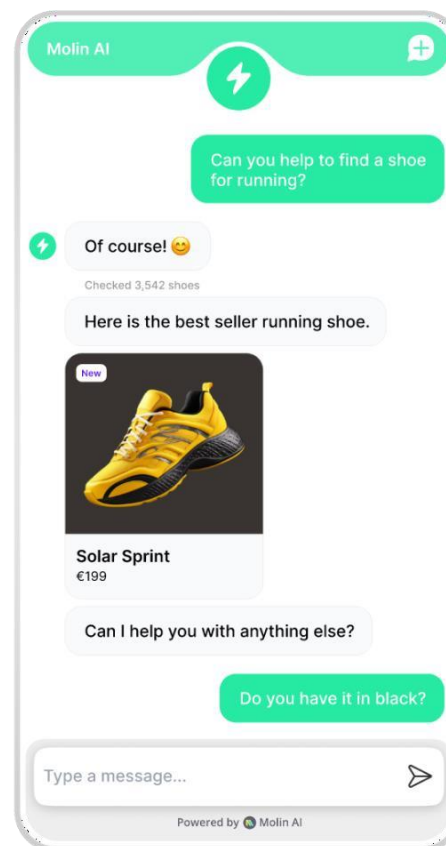
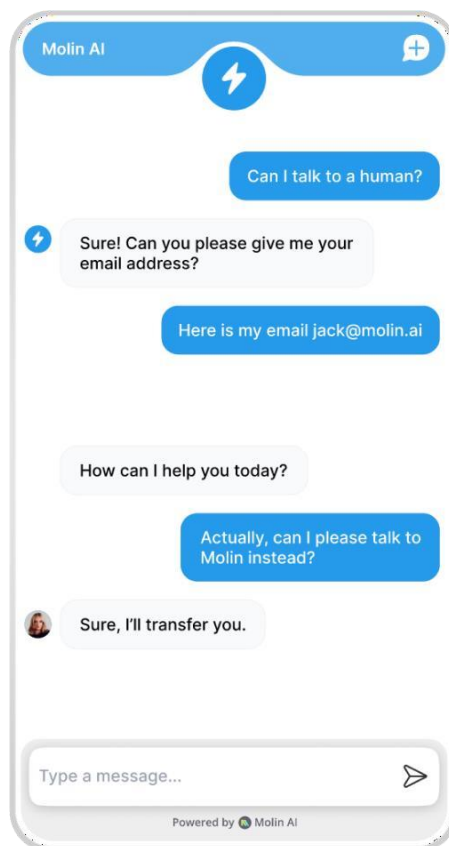
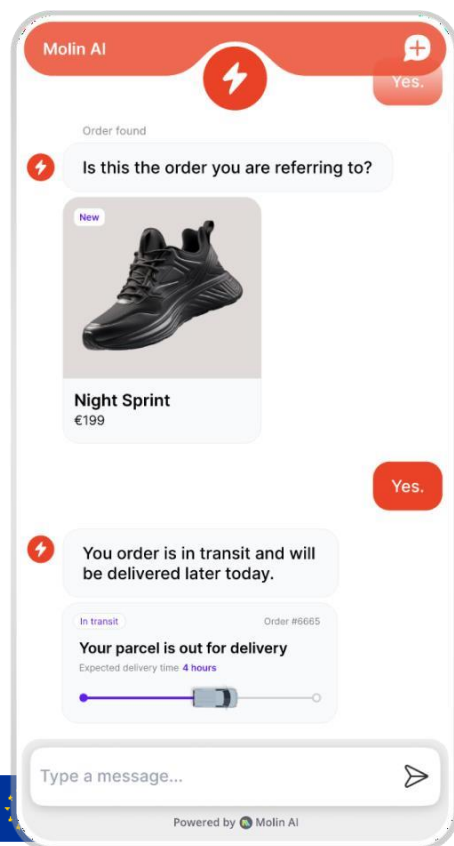
Chat alapú ügyfélszolgálat:

- 1. Előnyei:** Azonnali visszajelzést biztosít, ami különösen népszerű a vásárlók körében. Automatikus chatbotokkal a rutin kérdések könnyen megoldhatók.
- 2. Hátrányai:** Amennyiben a chat funkció nem működik megfelelően, az ügyfelek elégedetlenné válhatnak. Érdemes biztosítani, hogy a chat valós időben működjön, vagy a chatbot jól legyen felprogramozva.

AI chatbot

- 24/7 rendelkezésre állás
- Gyors és pontos válaszok
- Automatizált feladatok
- Tanulás és adaptáció
- Személyre szabott ajánlások
- Felhasználói élmény javítása
- Adatgyűjtés és elemzés

AI chatbot



Ügyfélelégedettség növelése

1. Gyors és megbízható szállítás

- Szállítási idő pontossága
- Rendelés nyomon követése

2. Egyszerű és gyors vásárlási folyamat

- Könnyen navigálható weboldal
- Gyors fizetési folyamat

3. Ügyfélszolgálati támogatás

- Azonnali elérhetőség
- AI chatbotok és automatizált megoldások



Ügyfélelégedettség növelése

4. Vásárlói vélemények és visszajelzések gyűjtése

- Vélemények megjelenítése
- Kérdőívek és visszajelzések

5. Visszatérési és garanciális politika

- Rugalmas visszatérítési lehetőségek
- Garancia és minőségbiztosítás

6. Személyre szabott ajánlatok

- Személyre szabott marketing

7. Hűségprogramok

- Vásárlói hűségprogramok



Marketing

TOFU-MOFU-BOFU modell

A TOFU-MOFU-BOFU (Top of the Funnel, Middle of the Funnel, Bottom of the Funnel) modell a marketing tölcser különböző szakaszait jelöli, amelyek során a potenciális ügyfelek a vásárlási folyamat különböző fázisain haladnak át.

Ez a modell segít nekünk megérteni, hogy a potenciális ügyfelek melyik fázisban vannak, és ennek megfelelően testreszabott tartalmat és üzeneteket nyújthatunk nekik.



TOP OF FUNNEL

GOAL: GET PEOPLE TO YOUR WEBSITE

HOW? Provide quality content like ebooks, whitepapers, and webinars in exchange for contact info.

- Use PPC and SEO strategies to show up in Google
- Be active on social media and use eye-catching posts

MIDDLE OF FUNNEL

GOAL: NURTURE EXISTING LEADS

(AKA now that they know you, get them to like you more)

HOW? Give existing leads more tailored content, such as buying guides.

BOTTOM OF FUNNEL

GOAL: GET THEM TO CHOOSE YOU

HOW? Offer free trials, assessments, demos, and special product offers.

CHOCOLATE BIT at the bottom
aka the **CONVERSION**

TOFU (Top of the Funnel) - Tudatosítás

- **Cél:** Márkaismertség növelése, a potenciális ügyfelek figyelmének felkeltése.
- **Eszközök:** Blogposztok, oktató videók, közösségi média tartalmak, infografikák.
- **Tartalom típusa:** Hasznos, általános információk az iparágról vagy termékről. Célja, hogy az érdeklődő rátaláljon a webshopra. Például: "5 tipp a lakberendezéshez," ha bútorokat árulsz.

MOFU (Middle of the Funnel) - Érdeklődés és fontolgatás

- **Cél:** Mélyebb érdeklődés kialakítása és az érdeklődők elköteleződése.
- **Eszközök:** Hírlevelek, esettanulmányok, termékdemók, webináriumok, email sorozatok.
- **Tartalom típusa:** A termékek bemutatása és a vásárlás előnyeinek hangsúlyozása. Például ajánlások, termékértékelések, részletes termékleírások. Ebben a szakaszban az érdeklődőket a termék részletes bemutatásával segíthetjük a döntéshozatalban.

BOFU (Bottom of the Funnel) - Vásárlás és konverzió

- **Cél:** Vásárlás ösztönzése és konverzió.
- **Eszközök:** Speciális ajánlatok, kuponok, ingyenes szállítás, pénzvisszafizetési garancia.
- **Tartalom típusa:** Konkrét ajánlatok és vásárlásra ösztönző tartalmak, mint például akciós termékek, kedvezményes kuponok. Ezen a ponton a cél az, hogy az ügyfél vásárlást hajtson végre.

Keresőmotor- optimalizálás (SEO)

- . Kulcsszó kutatás, on-page SEO, off-page SEO, technikai SEO.
- . Cél: organikus forgalom növelése a keresőmotorokban való jobb láthatóság révén.

John Wu, egykori Google alkalmazott könyvében, arról ír, hogy a **felhasználói kattintási adatok a rangsorolási szignál 60-80%-át adják.**

(Forrás: ITE Klub)





Nike

<https://www.nike.com> > ...

Női Cipők és Papucsok. Nike HU

Női **Cipők** ; **Nike Air Max Portal** · 109,99 EUR ; **Nike Dunk Low** · 119,99 EUR ; **Nike Air Force 1 '07 Next Nature** · 119,99 EUR ; **Nike Dunk Low Next Nature** · 83,99 EUR ; **Nike ...**



Sportfactory

<https://sportfactory.hu> > termek > selected_manufactu...

Nike cipő

Vásárolj **Nike** cipőt a Sportfactory webáruházban! Sportcipők és sportruházat szuper áron, óriási választékban! | Sportfactory - Minden, ami sport!



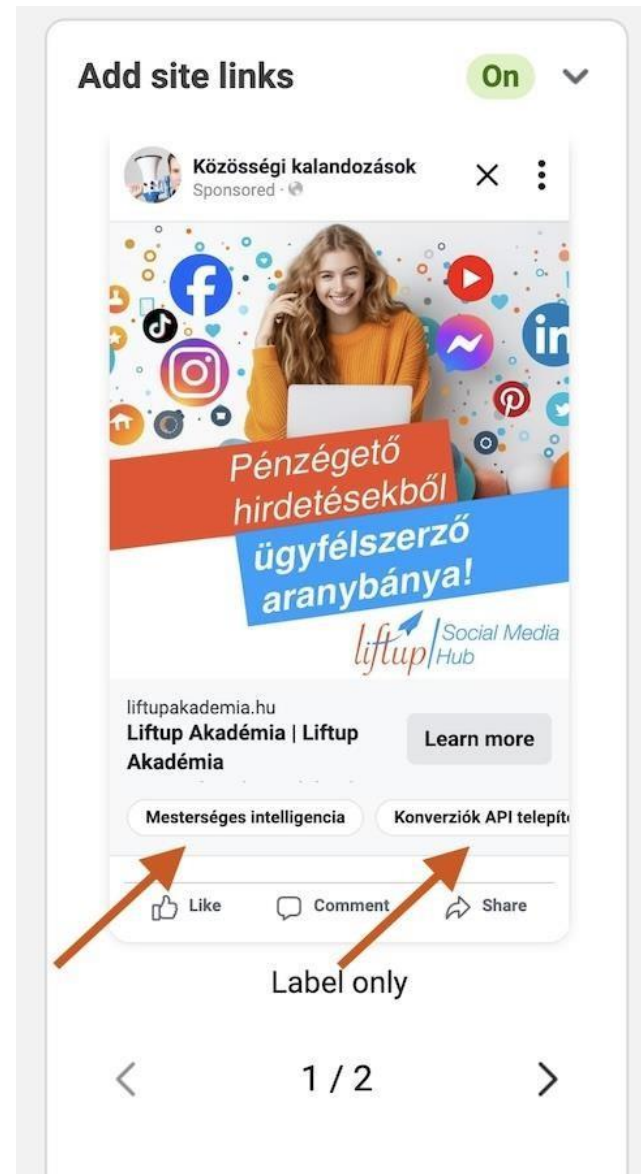
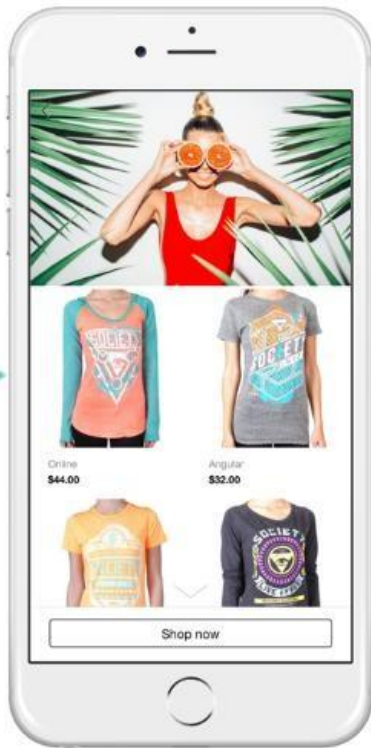
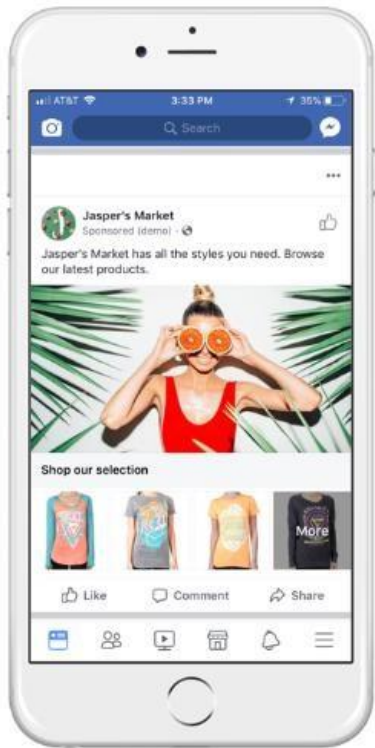
ecipo.hu

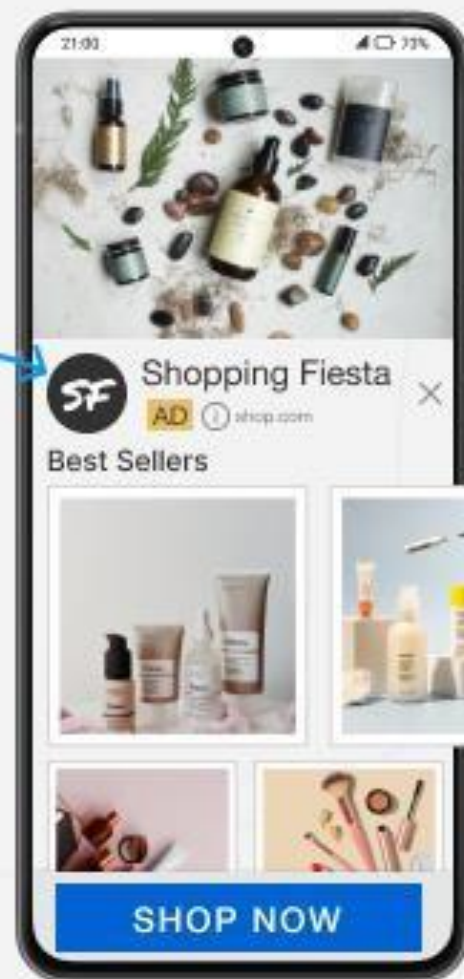
<https://ecipo.hu> > ecipo > marka:nike

Nike cipő választékunk

Nike cipő választékunk. Valósítsd meg önmagad a sport szenvedélyében a fejlett technológiájú **Nike cipők** segítségével!
Férfi. 468 · Férfi · Gyermek. 134.







- Home
- Trending
- Subscriptions
- Library
- History

Sign in to like videos, comment, and subscribe.

SIGN IN

BEST OF YOUTUBE

- Music
- Sports
- Gaming
- Movies & Shows
- News
- Live

FILTER

Suggested products

Reebok Mens Off White Club C 85... PacSun \$75.00	Men's Air Force 1 High '07 Casual... JD Sports \$100.00	Pluto Sneakers, Blue / EU 38 Basso \$69.99	ericdress color block lace-up high-cut... EricDress \$56.48	Men's Comfort Shoes Light Up Sneakers... LightInTheBox \$37.79	Jordan True Flight Black Metallic Gold StockX \$115.00

Shopping Ads



TOP 10 SNEAKERS OF 2020!!! (So Far)

BULL1TRC 135K views • 1 month ago

Here Are My Top 10 Sneaker Releases Of 2020 So Far! What Are Your Top 3 Sneaker Releases Of 2020? Let Me Know In The ...

4K



TOP 10 Sneakers for SUMMER 2020

Seth Fowler 393K views • 5 months ago

Enter on IG: https://www.instagram.com/realsethfowler/ Today I'm counting down the Top 10 Summer Shoes of 2020! Each one of ...

4K

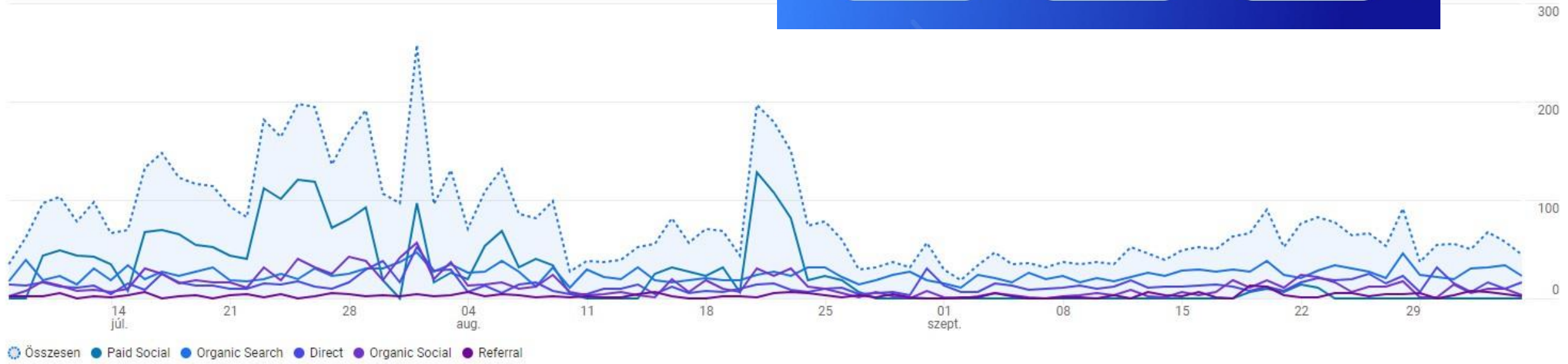
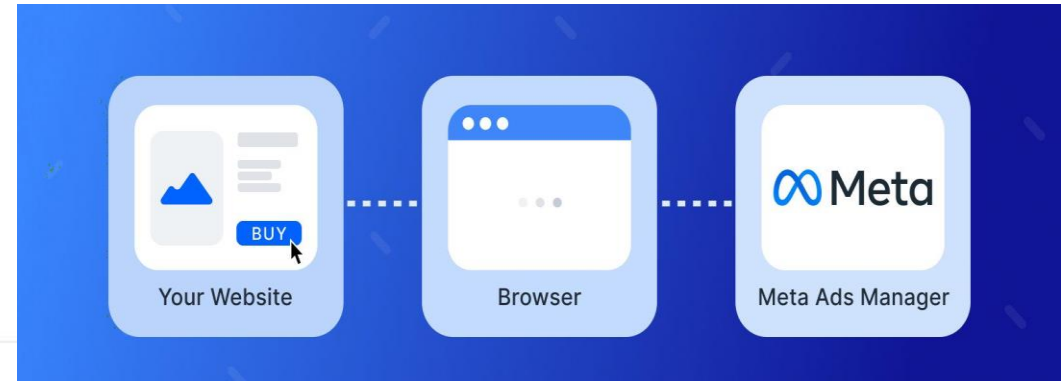
Organic Results

Videómarketing

- YouTube csatorna, videóhirdetések, oktatóvideók, webináriumok.
- Videós tartalmak, amelyek erős vizuális hatással bírnak és növelik az elköteleződést.



Analitika



matches regex | ^https://clarity.microsoft.com/pricing(?:.*)...

Filters

Segments

Save as segment

Clear

Click Scroll Area

Compare

Change screenshot

Summarize heatmaps

Summarize heatmaps

Ranked by most clicks

263 elements

1 Enjoy all the features of Clarity at ... 1,058 clicks (4.44%)

View recordings

2 Clarity: It's free—forever Enjoy all ... 886 clicks (3.72%)

View recordings

3 Clarity is built by Microsoft, one o... 851 clicks (3.57%)

View recordings

4 Why is it free? Our mission at Clar... 694 clicks (2.91%)

View recordings

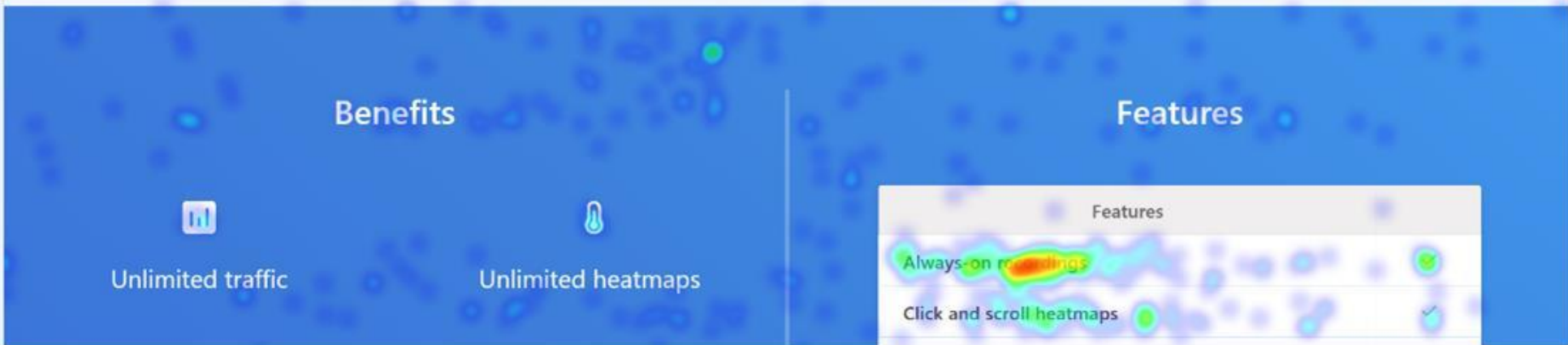
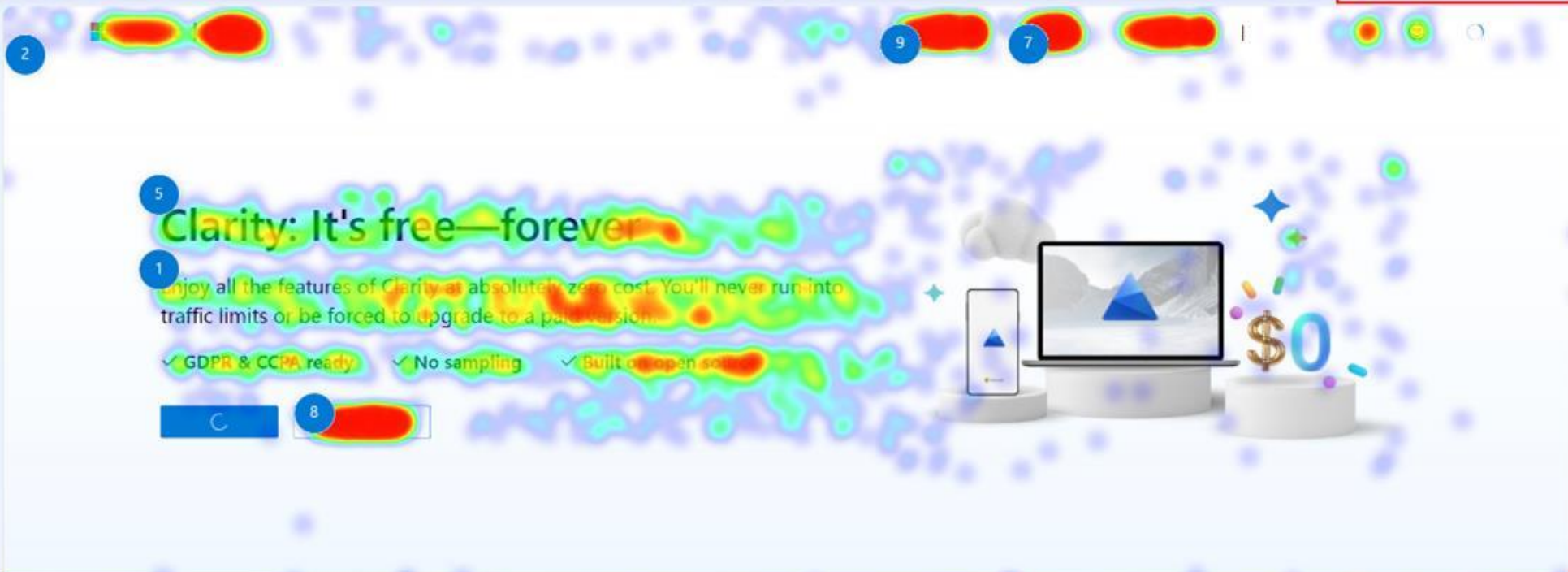
5 Clarity: It's free—forever 641 clicks (2.69%)

View recordings

6 SPAN.ms-Button-label-0 629 clicks (2.64%)

View recordings

7 Pricing 588 clicks (2.47%)



12,804 page views 23,838 clicks

Most popular Least popular

Settings icons