

ZAYA JEWELLERY

Marreina Bruurs
Niels Welling
Thomas Jansen
Zowi Smit

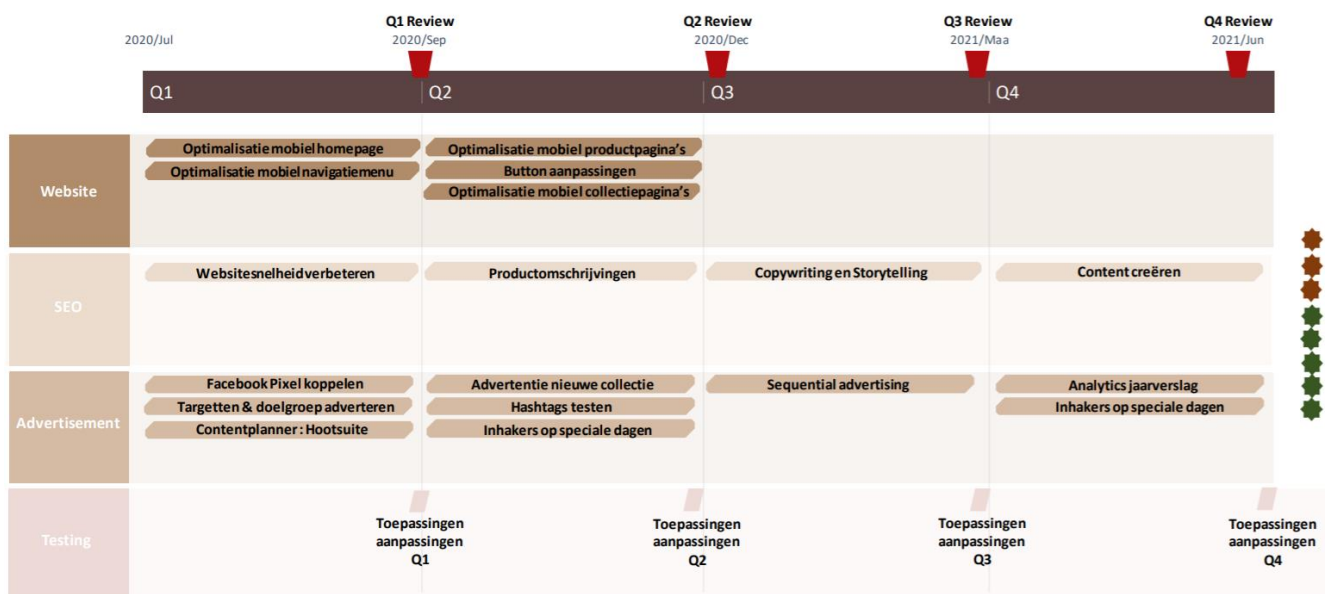
In opdracht voor Lois van Werkum van ZAYA Jewellery.

Omschrijving opdracht:

De vraag vanuit ZAYA Jewellery luidde als volgt: Hoe verhoog ik de conversiepercentage?

Wij zijn met deze vraag aan de slag gegaan. Hierbij is er gekeken naar verschillende aspecten binnen online marketing. Vanuit onderzoek naar de verschillende aspecten binnen online marketing zijn er verschillende adviesrapporten voor ZAYA Jewellery opgesteld die betrekking hebben tot de volgende onderwerpen: SEO, User experience (website), social media marketing en storytelling. Het optimaliseren van deze onderwerpen leidt gezamenlijk naar een verhoging van de conversie (aankopen).

Het gezamenlijke advies is opgedeeld in verschillende rapporten waar stap voor stap staat uitgewerkt wat er moet worden aangepast/toegevoegd aan de online aanwezigheid van ZAYA Jewellery. Dit advies is opgedeeld in 3 categorieën over een periode van een jaar bestaande uit 4 kwartalen van 3 maanden. Dit is gevisualiseerd in een roadmap (zie hieronder) die precies verteld wat er op welk moment moet worden ondernomen. Dit zodat er een geleidelijke verandering plaatsvindt en er gebruik gemaakt kan worden van A/B testing. Door het stapsgewijs toe te passen is het makkelijker om via analytics bij te houden wat voor effect het heeft op het conversiepercentage.



Roadmap Zaya Jewellery

