

Wasze sklepy marek — szybciej i konwertują lepiej

Evidence-first audyt i modernizacja sklepów D2C (PrestaShop). Zrobiliśmy audyt momi.pl jako próbkę — to samo podejście na każdą markę.

Próbka: co znaleźliśmy na momi.pl (twarde dane)

36/100 Lighthouse mobile	16,4 s LCP (cel < 2,5 s)	10,1 MB waga strony	0,46 CLS (cel < 0,1)
--	---	---	---

- 7 MB autoodtwarzanego wideo na stronie głównej = ~70% wagi. Główny hamulec LCP.
- PHP 7.2 (koniec wsparcia 2020) na Debian 10 (EOL) — ryzyko bezpieczeństwa sklepu z płatnościami.
- Newsletter popup + cookie banner na wejściu (mobile) = wysoki bounce; 66/84 obrazów bez lazy-load; brak sitemap.xml.
- SEO on-page jest OK (H1, meta, dane strukturalne, hreflang) — hamulcem jest **wydajność**, nie treść.

Pełny raport: MoMi-audyt-sklepu-2026-07-27.pdf (findingi + Tier 1–4 + dowód wizualny).

Jak podchodzimy do Waszych sklepów (metoda, powtarzalna per marka)

- Evidence-first — Lighthouse/CWV, Playwright, WHOIS/DNS/SSL. Twarde liczby, nie opinie.
- Bez migracji platformy, jeśli nie trzeba — PrestaShop zostaje, modernizujemy i optymalizujemy.
- Audyt → naprawa → pomiar na każdy sklep marki, ten sam standard i raport.

Co naprawiamy — i co świadomie zostawiamy

Tier 1 (szybkie winy): wideo → lazy/poster, obrazy → WebP+lazy, popup opóźniony, dedup trackingu → **wydajność realnie w okolice 70+ z dzisiejszych 36, bez migracji** (Lighthouse zmienny — cel, nie gwarancja).

Tier 2 (2–4 tyg): PHP 7.2→8.x + update PrestaShop, sitemap, cache/CDN.

Tier 3–4: modernizacja motywu/checkoutu (konwersja), DNSSEC, pilot automatyzacji (porzucone koszyki).

Nie obiecujemy na wyrost: migracji platformy (PrestaShop wystarczy) · nowych rynków/multilang (macie hreflang) · **gwarancji wzrostu w %** (nieuczciwe bez danych). Zakres i cena — po ustaleniu priorytetów.