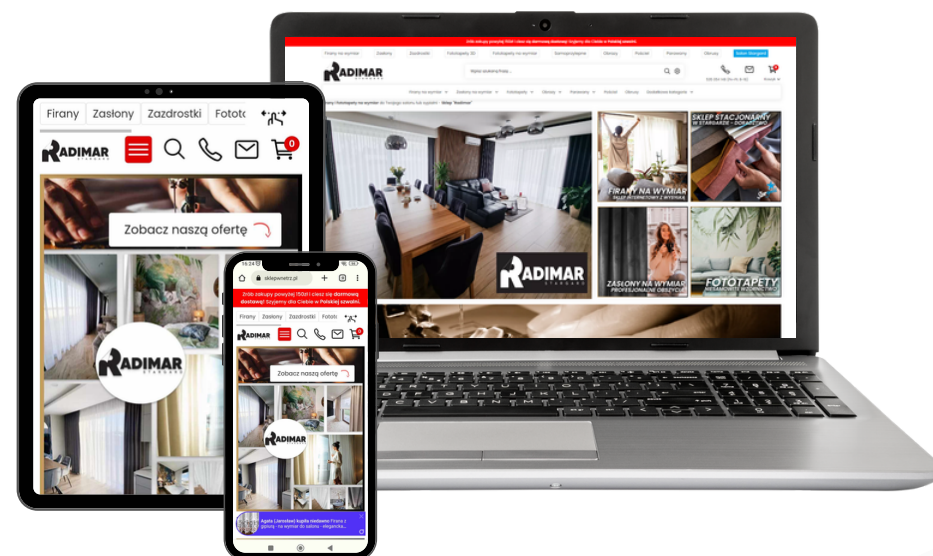


 Typ e-commerce |
 Branża wyposażenie wnętrz |
 Rynek polski

Mały ruch na stronie klienta i niska rozpoznawalność marki.
Oczekiwanie większej ilości odwiedzin strony przez osoby
gotowe na zakup.



Cel
Zwiększenie przychodów i liczby transakcji

Kampania

Rozpoczęliśmy prace od kampanii produktowej w Google Ads. Po pierwszych wspólnych sukcesach rozszerzyliśmy działania o kampanie Facebook Ads, które świetnie uzupełniły dotychczasowe aktywności w Google. W branży wyposażenia wnętrz, zmysł wzroku silnie oddziałuje i wpływa na decyzje zakupowe, dlatego umiejętnie skomponowane kampanie w Social Media okazały się równie skuteczne, a w szczególności remarketing. Przystąpiliśmy także do stopniowych działań w zakresie pozycjonowania. Po roku zaproponowaliśmy nową strategię, opartą na zmianie kategorii oraz wzbogaceniu ich treścią. Te decyzje przyniosły znakomite efekty w postaci zwiększonej widoczności.

Analiza

Liczby bez kontekstu zwodzą. Cieszy zatem, że nasz klient aktywnie uczestniczył w raportowaniu działań, wymianie spostrzeżeń i osadzeniu danych w kontekście biznesowym, by aktualizować strategię. Z czasem, kampanie produktowe, zastąpiliśmy skuteczniejszymi kampaniami Performance Max opartymi na strategii smart biddingu.

Od 4 lat, naszym spotkaniom z klientem towarzyszy zrozumienie wzajemnych potrzeb i zadań. Połączenie eksperckiej wiedzy marketingowej opiekuna Verseo, z otwartością klienta do dzielenia się świadomością sytuacyjną w biznesie, skutkuje dobrymi rezultatami. I tak np. porównując okres 06.2023-07.2022 do analogicznego czasu rok wcześniej, uzyskaliśmy:

- wzrost liczby użytkowników o **65%** ↑
- wzrost liczby transakcji o **44%** ↑
- wzrost przychodów o **64%** ↑

Efekt
Zwiększenie przychodów
i liczby użytkowników.

