

Case Study Google Ads

 **Typ** e-commerce |  **Budżet** 100 000 zł/mies. |  **Rynek** europejski, północnoamerykański



Klient oczekiwał zwiększenia widoczności sklepu internetowego na kluczowym dla niego rynku europejskim i północnoamerykańskim. Ponadto za cel działań pozycjonerskich przyjęliśmy wzrost sprzedaży w e-sklepie, przy zachowaniu efektywnego udziału kosztów w przychodach. E-commerce posiada w ofercie ponad 300 000 produktów, co należy uwzględnić w konstrukcji kampanii reklamowej i w zarządzaniu feedem produktowym.

Marek Pankowski
Customer Success Manager



Nasze działania

01 Strategia

Opracowanie strategii uwzględniającej specyfikę każdego rynku. Optymalizacja kampanii pod kątem wdrożenia mieszanych technologii VCM i Google Marketing Platform. Stałe zarządzanie bazą produktów, efektywny podział i wysoka jakość feedów produktowych.

02 Start kampanii

Przygotowanie i wdrożenie narzędzi do masowego zarządzania kampaniami w czasie rzeczywistym na każdym rynku oraz stała aktualizacja wprowadzanych wykluczeń.

03 Analiza

Przeprowadziliśmy optymalizację struktury produktów rozbudowaliśmy analitykę, dzięki czemu mogliśmy na bieżąco reagować i wprowadzać zmiany w kampanii.



Rezultat

Dzięki optymalnemu połączeniu technologii i doświadczenia specjalistów, efektem prowadzonych działań był **wzrost przychodów z kampanii o ponad 1 000%, przy jednoczesnym obniżeniu kosztów pozyskania pojedynczego klienta o 44%**. A dzięki bieżącej kontroli i optymalizacji kampanii zostały także spełnione założone reguły wydatkowe.



Cel

Zwiększenie przychodów na rynkach zagranicznych



Efekt

Wzrost przychodów
z kampanii o

1000%