

Case Study Google Ads

 **Typ usługi** |  **Budżet** 25 000 zł/mies. |  **Rynek** polski



Oczekiwania

Uzyskanie obniżenia kosztów prowadzenia kampanii przy jednoczesnym minimalnym wpływie na dotychczas uzyskiwaną konwersję.



Nasze działania

Strategia

Pierwszym podjętym krokiem było przeorganizowanie listy słów kluczowych i stworzenie listy wykluczeń. Ponadto należało zoptymalizować stawki za pojedyncze kliknięcia i uruchomić remarketing w sieci wyszukiwania.

Kampania

Podstawową czynnością specjalisty Verseo był stały nadzór nad przebiegiem kampanii oraz bieżąca jej optymalizacja. Udoskonalanie kampanii opracowane zostało na podstawie wyników i pojawiających się trendów na rynku branżowym.

Analiza

Istotnym elementem w trakcie trwania kampanii było optymalne zarządzanie budżetem kampanii na podstawie analizy bieżących wyników. Dzięki temu budżet został przeniesiony na najbardziej efektywne działania promocyjne, a kierowanie reklam zostało zmienione z szerokiego na precyzyjne.



Rezultat

Dzięki połączeniu technologii i doświadczenia specjalisty Verseo osiągnęliśmy najbardziej pożądaną efekt przez klienta: więcej konwersji przy jednoczesnych mniejszych wydatkach na reklamę. Zmniejszeniu uległa liczba wyświetleń reklamy i kliknięć w skutek zmiany kierowania reklam. W związku z tym wydatki na kampanię zmniejszyły się do poziomu niecałych 19 000 zł. A dzięki optymalizacji kampanii, uzyskaliśmy jednoczesny wzrost konwersji o 11%.



Cel

Obniżenie kosztów kampanii.



Efekt

Obniżenie kosztów kampanii przy jednoczesnym wzroście konwersji.

	Liczba kliknięć	Liczba wyświetleń	Liczba konwersji	Koszt kampanii	Koszt konwersji
przed	2 925	265 566	151	24 310	160,99
po	2 126	203 527	167	18 564	116,16
wzrost	↓ -27%	↓ -23%	↑ 11%	↓ -24%	↓ -28%

Niższy koszt kampanii o **24%**