

Case Study Google Ads i SEO

 **Typ** e-commerce |  **Branża** artykuły gospodarcze dla firm |  **Budżet** 30 000 zł-70 000 zł |  **Rynek** polski



Klient oferujący sprzęty, artykuły i akcesoria gospodarcze dla firm, jasno określił swoje oczekiwania "Zabrać większą część tortu z rynku". Jednak byśmy mogli tego dokonać, musieliśmy dopasować i połączyć działania płatne z organicznymi oraz ułożyć całą kampanię na nowo. Dodatkowo w ramach współpracy, w pełni wspieraliśmy klienta w trakcie zmiany jego domeny.

Krzysztof Borzymowski
Strategic Business Development Manager



Cel

Wzrost przychodów z kanałów online



Nasze działania

Strategia

Skupienie się na długofalowych działaniach SEO. Na nowo ułożenie kampanii Google Ads, wg sprawdzonego przez nas podziału. Podłączenie konwersji Google Ads, ustawienie struktury konta od początku, uwzględniając ważne dla Klienta marki i produkty oraz odejście od granularnego podziału kampanii, na rzecz szerokiego działania.

Kampania

Pracowaliśmy od początku z algorytmami, a działania dopasowywaliśmy do budowy serwisu. Testowaliśmy prawdopodobnie większość rozwiązań, które mogły przyczynić się do wzrostu przychodów. Prowadziliśmy kampanie dla wszystkich produktów, wydzielaliśmy kampanie pod dane kategorie, prowadziliśmy kampanie DSA oparte o scoring produktów. Największą rolę nieustannie odgrywały kampanie PLA/Performance.

Analiza

Na bieżąco mierzyliśmy i reagowaliśmy na wprowadzane zmiany w kampanii. Eliminowaliśmy działania, w których pomimo wzrostu przychodów, ROAS był niesatysfakcjonujący.



Rezultat

Dzięki optymalnemu połączeniu technologii AI, wiedzy i doświadczeniu ekspertów Verseo, osiągnęliśmy założony cel. Efekt prowadzonych działań był zarówno widoczny w SEO jak i w kampaniach płatnych:

- widoczność w TOP10 z 348 do 1957 fraz | wzrost 462% ↑
- współczynnik konwersji z 1,10% do 1,87% ↑
- przychody Google Ads - wzrost o 234% ↑



Efekt

Wzrost przychodów z kampanii online

234%