

Case Study VCM

 **Typ** e-commerce |  **Budżet** 2 000 zł/mies. |  **Rynek** polski



Klient oczekiwał wzrostu widoczności e-sklepu w wyszukiwarce Google oraz zwiększenia liczby wejść na stronę z kampanii Google Ads. Celem nadrzędnym było opracowanie strategii, która przy utrzymaniu budżetu kampanii na dotychczasowym poziomie, zwiększy liczbę transakcji.

Inez Jabłońska
Customer Success Specialist



Nasze działania

Strategia

Opracowanie planu modyfikacji kampanii pod kątem zwiększenia ilości konwersji. Plan zakładał wykorzystanie narzędzia VCM do automatyzacji kampanii Google Ads.

Start kampanii

Przebudowa kampanii pod kątem współpracy z VCM. Bieżące sprawdzanie poprawności funkcjonowania kampanii i wprowadzanie niezbędnych zmian parametrów kampanii, strategii, tekstów oraz słów kluczowych.

Analiza

Bieżący monitoring wyników. Dzięki temu dokonywaliśmy korekt w założeniach z uwzględnieniem trendów i sugestii pochodzących z narzędzia do optymalizacji kampanii VCM.



Rezultat

Dzięki optymalnemu połączeniu technologii VCM i doświadczeniu specjalistów Verseo, mogliśmy zaobserwować zwiększenie liczby wyświetleń reklamy o prawie 200%, a kliknięć o ponad 100%. Widoczny wzrost uzyskała także liczba transakcji o 37%. Dzięki wykorzystaniu do monitorowania i optymalizacji kampanii narzędzia VCM, obniżyliśmy koszt pojedynczej konwersji o 34% i zmniejszyliśmy wydatki na kampanię o ponad 10%.

	Liczba kliknięć	Liczba wyświetleń	Liczba konwersji	Koszt kampanii	Koszt konwersji
przed	2 667	2 667	52	2 001	38
po	5 568	5 568	71	1 790	25
wzrost	↑ 109%	↑ 194%	↑ 37%	↓ -11%	↓ -34%



Cel

Zwiększenie liczby transakcji



Efekt

Wzrost liczby transakcji o

37%