

Google Ads

Typ e-commerce

Budżet 100 000 zł/mies.

Rynek europejski, północnoamerykański

Wprowadzenie

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.

Cel

Zwiększenie
przychodów na rynkach
zagranicznych



Marek Pankowski
Customer Success Manager

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.

Kampania

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

Analiza

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

Efekt

Wzrost przychodów
z kampanii

+1000%

Rezultat

Dzięki optymalnemu połączeniu technologii i doświadczenia specjalistów, uzyskaliśmy 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.

wzrost przychodu	1000%
spadek kosztu pozyskania klienta	44%