

Case study: inglot.pl

TikTok Ads

Typ e-commerce

Branża beauty

Rynek polski

INGLOT to ikona polskiej branży kosmetycznej z ponad 30-letnim doświadczeniem i globalną dystrybucją. Sklep inglot.pl stanowi kluczowy i dynamicznie rosnący filar sprzedaży marki, łącząc tradycję z nowoczesnymi kanałami dotarcia.

Wyzwania

Przejęcie i zoptymalizowanie kampanii TikTok Ads, by skutecznie docierać do generacji Z oraz Millenialsów – grup o najwyższej wartości koszyka w sektorze beauty. Wzrost wartości sprzedaży kwartał do kwartału przy jednoczesnym obniżeniu kosztu pozyskania zamówienia. Przekształcenie platformy rozrywkowej w maszynę do generowania zysku.

Cel

Skalowanie sprzedaży online i obniżenie CPA z kampanii TikTok Ads

Rozwiązanie

Wdrożyliśmy podejście full-funnel, łącząc sprzedażową moc katalogu produktów Smart+ z autentycznością formatów Spark Ads i treści UGC. Dzięki wykorzystaniu materiałów od influencerów zbudowaliśmy natywne zaufanie, które skróciło ścieżkę zakupową i obniżyło koszt zamówienia.

Kluczem do sukcesu była optymalizacja kampanii pod kątem konwersji (Complete Payment) oraz docieranie do nowych odbiorców poprzez grupy Lookalike. Do tego stała rotacja kreacji co 14 dni oraz promowanie bestsellerów – ołówków Velvet Define, kremowych różów w sztyfcie oraz podkładów Skin Focused.

Efekty

- **Wysoka efektywność skali:** Osiągnięto 6-krotny wzrost liczby zamówień (Q4 2025 vs Q4 2024) przy wzroście budżetu o zaledwie 28%.
- **Optymalizacja kosztów pozyskania:** Wykorzystanie Spark Ads oraz treści UGC pozwoliło na obniżenie kosztu zamówienia o 79%.
- **Wzrost zwrotu z inwestycji:** Wartość sprzedaży wzrosła o 160%, przy jednoczesnym wzroście wskaźnika ROAS o 103%.

+506%

wzrost
zamówień r/r

+103%

wzrost ROAS

+160%

wzrost sprzedaży

INGLOT

verseo
magnetyczny marketing

Marta Burchard
Senior Digital Ads & Analytics Specialist