

Case study: Sklep z branży sport & fitness

TikTok Ads

Typ e-commerce

Branża sport i fitness

Rynek polski

Budżet 3 000 zł / mies.

Polska marka dostarczająca wysokiej klasy sprzęt sportowy – od akcesoriów do domowej siłowni po specjalistyczny ekwipunek outdoorowy. Brand stawia na innowacyjność i wysoką jakość, budując silną społeczność wokół aktywnego trybu życia.

Wyzwania

Głównym wyzwaniem było przebicie się przez szum informacyjny na TikToku i dotarcie do grupy docelowej 18–35 lat z produktami o dużej sezonowości. Klient potrzebował strategii, która zbuduje rozpoznawalność i przełoży potencjał viralowy platformy na realną, mierzalną sprzedaż w sklepie internetowym.

Cel

Dominacja w kategorii sport/fitness na TikToku i skalowanie sprzedaży sezonowej

Rozwiązanie

Wdrożyliśmy model zarządzania portfolio kampanii, oparty na sezonowej rotacji kreacji. Wykorzystaliśmy formaty POV oraz demonstracje sprzętu w terenie.

To pozwoliło na dynamiczne dopasowanie komunikacji do pory roku (zima: domowy trening, wiosna/lato: SUP i outdoor). Zastosowaliśmy lejek konwersyjny z dedykowanymi landing page'ami dla każdej kategorii produktowej.

Efekty

- Po starcie kampanii TikTok zaobserwowano **znaczący wzrost wyszukiwań organicznych** promowanej marki.
- **38,9 mln wyświetleń** budujących potężny zasięg marki wśród aktywnych użytkowników.
- **18 899 przejść do sklepu** przy zachowaniu niskiego kosztu kliknięcia (CPC 1,95 zł).
- **157 bezpośrednich transakcji** przy niskim koszcie CPM na poziomie 6,59 zł.

38,9M
wyświetleń

18 899
kliknięć

6,59 zł
CPM



Nikodem Szarata
Customer Success Manager

