



Jak zwiększyć miesięczny przychód dzięki kampanii Smart Display?

O kliencie

Nasz klient posiada sklep internetowy z modą męską, działający na polskim rynku prawie od dekady. W ciągu tego czasu, dzięki szerokiej gamie produktów, okazynym cenom oraz nowoczesnemu designowi, **obecnie jest jednym z najbardziej rozpoznawalnych brandów w branży**. Oferuje produkty na prawie każdą okazję, jednak największym powodzeniem cieszą się wygodne spodnie, t-shirty i bluzki. Ubrania naszego klienta – dzięki unikalnemu wzornictwu i intensywnym kolorom – zdecydowanie wyróżniają się w tłumie.

Grupą docelową marki są głównie chłopcy oraz młodzi mężczyźni w wieku od 14 do 35 lat. **Nasz klient działa obecnie w czterech różnych krajach, systematycznie powiększając swój biznes. Korzysta przy tym ze wszystkich dostępnych kanałów cyfrowych.** Jednym z najważniejszych czynników wzrostu w ciągu ostatnich trzech lat było wykorzystanie kampanii Google Ads.

Moda	23.05 - 23.06.2019	PPC
Branża	Okres	Obszar

Wyzwanie

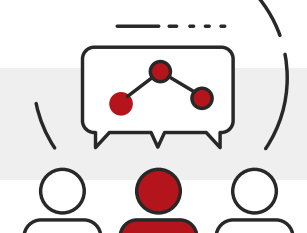
Z naszym klientem współpracujemy w wielu kanałach cyfrowych od ponad 3 lat. Pozwoliło nam to bardzo dobrze zrozumieć jego biznes. Dzięki temu wiemy, że zapewnienie trwałego i szybkiego wzrostu w bardzo konkurencyjnej branży stanowi ogromne wyzwanie. **Podjęte przez nas działania zapewniły klientowi stały wzrost przychodów o co najmniej 45% w skali roku.** Chcieliśmy jednak więcej.

Z początkiem 2019 roku zauważyliśmy „wąskie gardło”, które hamowało rozwój nie tylko w Google Ads, ale także w innych kanałach. Dotychczas skupialiśmy się przede wszystkim na ostatnim etapie lejka sprzedażowego. Zapewnienie przychodów w ramach określonych kluczowych wskaźników wydajności było dla nas priorytetem numer jeden. To nie wystarczyło, aby przenieść kampanię na wyższy poziom, ponieważ wyczerpaliśmy wszystkie możliwości na tym poziomie. **Aby się rozwijać, musieliśmy iść wyżej w ścieżce sprzedaży.**

Postanowiliśmy najpierw zebrać dane do analizy. Przyjrzeliliśmy się szerzej branży, w której działa nasz klient. Jakie jest tempo wzrostu? Jak nasycony jest rynek innymi firmami? **Następnie przeprowadziliśmy dogłębną analizę konkurencji i przyjrzeliliśmy się podobnym biznesom na największych rynkach na świecie.** Dzięki ścisłej współpracy między SEO a specjalistami mediów społecznościowych zebraliśmy odpowiedni zestaw danych.

Obraz, który wyłonił się z tego badania, nie był dla nas dużą niespodzianką – **rynek jest wyjątkowo trudny, konkurencja zacięta, a Polska stała się celem podobnych zagranicznych firm.** Wzrost rynku jest wyższy niż wzrost gospodarki – i to dobra wiadomość – ale prowadzenie online według sprawdzonych metod przestało wystarczać.

Cele

	Wygenerowanie co najmniej 40 000 zł wartości konwersji wspomaganej z kampanii SDC.		Wygenerowanie co najmniej 10 000 zł przychodu z kampanii SDC (w oparciu o domyślny model atrybucji w GA) przy jednoczesnym utrzymaniu ROAS na minimum 140%.
	Wygenerowanie co najmniej 300 wyświetleń po wyświetleniu z SDC.		

Strategia

Doszliliśmy do wniosku, że musimy przedstawić klientowi nową wizję kampanii Google Ads. **Aby się rozwijać, musimy aktywnie poszukiwać większej liczby nowych użytkowników.** Nasz lejek sprzedażowy jest zbyt wąski, a bieżące kampanie działają z najwyższą prędkością - w tym sektorze nie ma wielu opcji do rozwoju.

Planowano użyć jednego z niedawno wydanych wówczas rozwiązań automatyzacji oferowanych przez Google - Smart Display Campaign. Testy, które mieliśmy okazję przeprowadzić u innych klientów, **udowodniły nam, że tego rodzaju kampaniadisplayowa może być bardzo skuteczna pod względem konwersji.** Ustaliliśmy mierzalne KPI, które były oparte na wartości konwersji wspomaganej, przychodach z Google Analytics (ostatnie bezpośrednie kliknięcia) i konwersji po wyświetleniu w Google Ads. Siła inteligentnej kampanii displayowej polega bowiem na środkowych etapach ścieżki sprzedaży.

W trakcie tworzenia strategii i przed przystąpieniem do działania musieliśmy zachować szczególną ostrożność. Nasz klient wymagał od nas sprawdzonych rozwiązań, nie chcąc inwestować w formaty, które nie przynoszą przychodów.

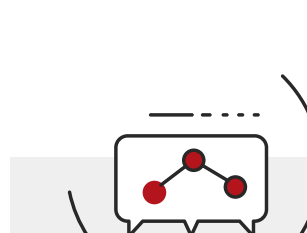
Realizacja

Kreacje wizualne stanowiły sedno tej kampanii. **Stworzyliśmy je w ścisłej współpracy z zespołem marketingu naszego klienta.** Poprosiliśmy o różnorodne przykłady zdjęć, CTA, a także nagłówków i treści reklam. Następnie zbudowaliśmy zestaw reklam displayowych, wysłaliśmy je do klienta w celu akceptacji i byliśmy gotowi do pracy.

Wykorzystaliśmy znane nam mechanizmy Smart Display Campaign oraz fakt, że machine learning, stojące za tym formatem, **intensywnie poszukuje użytkowników na podstawie już utworzonych list remarketingowych i grup odbiorców** - postanowiliśmy zacząć od trzech zestawów produktów: bluzek, T-shirtów i spodni.

Na podstawie historycznych danych o sprzedaży poszczególnych produktów ustaliliśmy średnie CPA dla każdej kategorii i zwiększyliśmy je **co najmniej 5-krotnie w pierwszych tygodniach kampanii.** W tym czasie ściśle współpracowaliśmy z naszym dedykowanym dla agencji opiekunem z Google. Dla nas najważniejsze było zapewnienie jak najwyższych przychodów z tej kampanii.

Efekty

	52 294,75 zł - wartość konwersji wspomaganej		15 331 zł - uzyskany przychód
	532 konwersje po wyświetleniu z SDC		

Kampania Smart Display okazała się odpowiednim narzędziem do zrealizowania zadania, które postawiliśmy przed sobą. Spodziewaliśmy się wysokiego zwrotu z inwestycji w wartość konwersji wspomaganej, ale **końcowy ROAS (493%) był znacznie powyżej naszych oczekiwań.**

Kolejnym znaczącym wynikiem były konwersje po wyświetleniu – **było ich aż 532!** Analiza wielokanałowa z szerszej perspektywy pokazała, że SDC odgrywa kluczową rolę w górnej i środkowej fazie ścieżki zakupowej.

Podsumowanie

Podsumowując: w ciągu zaledwie jednego miesiąca wartości wygenerowana przez tę kampanię była ogromna. Zauważyliśmy to nie tylko w statystykach kampanii SDC, ale ogólnie we wszystkich kanałach w których zaobserwowaliśmy wzrost konwersji (bez skoków sezonowych) wkrótce po uruchomieniu kampanii.

Nowe narzędzie do automatyzacji Google stało się podstawą sukcesu działań Google Ads. W połączeniu z bliską współpracą z klientem i wszystkimi zaangażowanymi w projekt osobami byliśmy w stanie zapewnić wysokie

Jesteśmy agencją performance 360, specjalizującą się w cyfrowych kampaniach wielokanałowych. W naszej pracy wdrażamy niestandardowe strategie, zapewniając naszym klientom i partnerom biznesowym najbardziej efektywną synergię.



Potrzebujesz oferty?

Joanna Kasprzyk
Sales Director

+48 500 160 856
joanna.kasprzyk@semahead.pl