

## CASE AHEAD

Zobacz, jak **zwiększyliśmy**  
**sprzedaż** w branży usług  
tłumaczeniowych.

SUMMA  
LINGUÆ  
TECHNOLOGIES





# O kliencie

W kampanii realizowanej dla Summa Linguae Technologies stanęliśmy przed zadaniem **zwiększenia sprzedaży usług** z oferty naszego klienta. Realizację postawionego nam celu osiągnęliśmy poprzez kreatywne podejście do kampanii oraz zmianę narzędzi oraz form promocji. Stawiając na kampanię display, najważniejszym efektem naszych działań był **wzrost sprzedaży o 106%**.

Usługi tłumaczeniowe i lokalizacja treści

10.2019 - 01.2020

PPC

[www.summalinguae.com/pl/](http://www.summalinguae.com/pl/)

Branża

Okres

Obszar

Serwis

# Wyzwanie

Summa Linguae Technologies jest globalną marką oferującą usługi lokalizacji, czyli przekładania treści na inne języki **w szerokim kontekście kultury czy aspektu biznesowego odbiorców docelowych**. Dzięki doświadczeniu i posiadanej szerokiej wiedzy przedmiotem przekładu mogą być tak wrażliwe treści, jak strategiczne opracowania biznesowe, instrukcje obsługi sprzętów medycznych czy lokalne raporty sytuacyjne.



# Wyzwanie

Współpraca z Summa Linguae Technologies rozpoczęła się w 2017 roku. Dla klienta prowadziliśmy działania marketingowe z różnych obszarów digital 360. Końcem 2019 roku w naszej pracy doszliśmy do punktu, w którym dotychczasowe metody wyczerpały swój potencjał. Opracowaliśmy plan rozwojowy, **który zakładał wdrożenie nowych narzędzi i form promocji.**

Skupiliśmy się na kampanii display, czyli reklamach graficznych w systemie Google Ads. Dzięki temu otworzyliśmy drogę dotarcia do szerszego grona odbiorców, co w założeniu miało **przełożyć się na większą sprzedaż.**



# Cele



Tworząc strategię działań marketingowych dla Summa Liguae Technologies, opieraliśmy się na postawionych nam przez klienta celach:



Zwiększenie liczby konwersji o 100%.



Zwiększenie wskaźnika CTR o 80%.



Zmniejszenie CPC o 150%.



# Strategia

W kampanii w sieci wyszukiwania (search) trudno jest rozróżnić klienta B2B od B2C. Z tego powodu nasze działania oparliśmy o kampanię w sieci reklamowej. Tym samym **przyjeliśmy metodę wieloetapową, której pierwszym stadium było zwiększenie świadomości marki, a następnie zebranie większej ilości ruchu, a także zwiększenie liczby leadów.**

Grupą docelową prowadzonych przez nas działań byli klienci biznesowi. W takim przypadku wyzwaniem jest precyzyjne zdefiniowanie tej grupy, ponieważ osoby zainteresowane produktem naszego klienta zajmują zróżnicowane stanowiska w hierarchii służbowej: mieliśmy tu do czynienia z kadrą zarządzającą, menadżerami oraz specjalistami. Wniosek był jeden – **to trudna do zdefiniowania standardowymi metodami targetowania grupa odbiorców.**

Nasza wewnętrzna analiza potwierdziła założenie, że klienci biznesowi wyszukują tego typu usług dokładnie w ten sam sposób, jak klienci indywidualni. W celu ograniczenia napływu leadów indywidualnych, które były dla nas biznesowo bezwartościowe, **zawęziliśmy targetowanie kampanii do największych miast i wdrożyliśmy harmonogram kampanii, zakładając, że klienci biznesowi szukają biura tłumaczeń w godzinach pracy.**

W reklamach używaliśmy języka specjalistycznego, uwzględniając komunikaty odnoszące się do klienta biznesowego: np. tłumaczenia dla firm. Postanowiliśmy także przetestować szersze kierowanie kampanii display'owej, tak by zwiększyć świadomość marki Summa Linguae Technologies.



# Realizacja

W dotychczasowych działaniach dla naszego klienta kampanie display'owe były jedynie źródłem wspomagającym, nakierowanym niemal wyłącznie na remarketing. Widząc niewykorzystany potencjał grup docelowych z pomocą GDN **stworzyliśmy dodatkową kampanię opartą o kierowanie na niestandardowych odbiorców o podobnych zamiarach (custom intent audiences) oraz niestandardowych odbiorców o podobnych zainteresowaniach (custom affinity audiences) z zastosowaniem reklam elastycznych.**

W fazie testów okazało się, że sieć reklamowa Google i w tym przypadku jest doskonałym źródłem ruchu i leadów. W związku z tym zdecydowaliśmy o **zwiększeniu nakładów budżetowych na ten kanał do 30%.**

Jednocześnie zupełnie zrezygnowaliśmy z reklam statycznych, które we wcześniejszych działaniach przynosiły bardzo niską wartość. Oprócz tego w kampanii wykorzystaliśmy automaty, które **dopasowały formaty i przekaz do odpowiedniego kontekstu i użytkownika.**

W trakcie prac przeanalizowaliśmy również dotychczasowe kampanie searchowe. **Stworzyliśmy tym samym listę wartościowych i konwertujących fraz,** które wyodrębniliśmy w osobnej kampanii.

W kolejnym kroku zoptymalizowaliśmy kampanię DSA, stanowiącą uzupełnienie dla standardowych kampanii searchowych. Miało to duże znaczenie ze względu na tani ruch, które generowały.



# Efekty

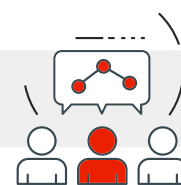
Na pierwsze efekty naszej pracy nie trzeba było długo czekać. Okazało się, że kampania display stała się jednym z wiodących działań pozyskujących leady. W dużej mierze to zasługa CPC, które jest **ponad 10 razy niższe** niż w przypadku search, co przełożyło się na ogólny **spadek wartości CPC na koncie**.

Nasze działania doprowadziły do regularnego wzrostu konwersji z kampanii searchowych (**około 10 nowych konwersji miesięcznie**) – pomimo zmniejszania budżetu, który został przekierowany na kampanie display!

Bardzo dobre wyniki osiągnęliśmy także w kampanii DSA, stanowiącej źródło taniego ruchu. Dzięki **dobrze opracowanej stronie docelowej i odpowiedniej optymalizacji kampanii** osiągnęliśmy dużo lepsze wyniki, niż zakładaliśmy początkowo:



106% - Wzrost konwersji



120% - Zwiększenie wskaźnika CTR



400% - Zmniejszenie kosztu CPC



# Podsumowanie

Realizując kampanię dla Summa Linguae Technologies udowodniliśmy, że nasza wiedza, doświadczenie i dogłębne poznanie grupy docelowej oraz zastosowanie ich w praktyce prowadzi **do wzrostu kluczowych wskaźników biznesowych naszych klientów**. Kluczem do sukcesu była sieć reklamowa Google, stanowiąca nie tylko doskonałe źródło ruchu, ale także kanał, który potrafi generować większą sprzedaż w trudnej branży tłumaczeń biznesowych. Duże znaczenia miało także wykorzystanie przez nas możliwości, jakie daje automatyzacja kampanii.

**W efekcie osiągnęliśmy wyniki wyższe, niż początkowo planowaliśmy, co jest najlepszym potwierdzeniem skuteczności i słuszności naszych działań.**

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







# Okiem eksperta

*Dla większości biznesów B2B kampania w sieci wyszukiwania to fundament działań w Google Ads. Jak jednak przekonaliśmy się w tym przypadku, charakter sprowadzonych użytkowników, jakość pozostawionych leadów i wreszcie efekt biznesowy nie był wystarczający, by polegać wyłącznie na Searchu. Dlatego inwestycja w display była sporym ryzykiem i wymagała przede wszystkim skrupulatnej i precyzyjnej identyfikacji grupy docelowej.*

*Najistotniejsze behawioralne metody kierowania w sieci reklamowej – czyli Custom Intent Audiences oraz Custom Affinity – okazały się strzałem w dziesiątkę i pozwoliły znacząco podnieść wolumen leadów dla klienta. Co istotne – wzrostowi wolumenu towarzyszyła znacząco poprawa jakości i – w efekcie – leady z GDN'a dowiozły mierzalną i konkretną wartość biznesową.*

**Andrzej Brandt**

Head of PPC





# Potrzebujesz oferty?

**Joanna Kasprzyk**  
Sales Director

+48 500 161 928  
[joanna.kasprzyk@semahead.pl](mailto:joanna.kasprzyk@semahead.pl)

**SEMAHEAD**