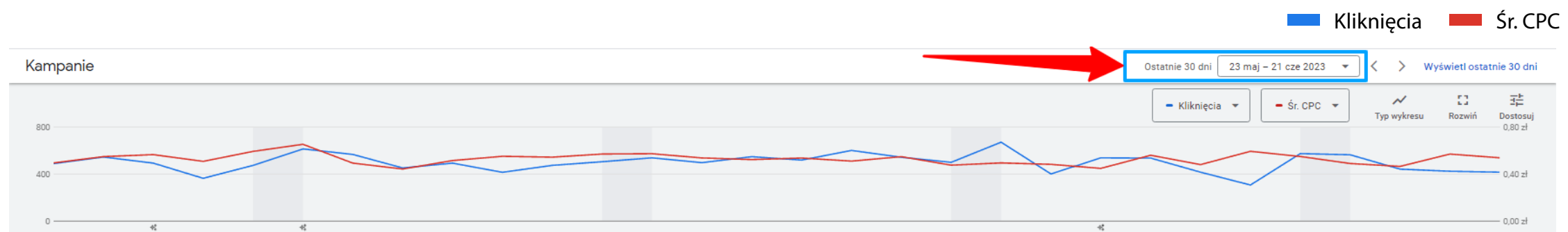






Osiągnięte efekty

Dzięki naszej strategii sklep internetowy osiągnął imponujący **wynik ROAS na poziomie +1730%**. Szczegółowe efekty działań przedstawiliśmy na miesięcznym raporcie od 23 maja do 21 czerwca 2023. Jak widać, spory sukces odniosła kampania PMax dla obuwia do biegania – wartość konwersji to ponad 52 000 zł. Podobną skuteczność wykazała kampania dla obuwia z kategorii pozostałe. Dużą liczbę wyświetleń zyskały również reklamy displayowe, dzięki czemu potencjalni klienci mieli szansę na wstępne zapoznanie się z produktami firmy. Powszechnie wiadomo, że najciekawsze są treści audiowizualne, dlatego zainteresowaniem cieszyły się również reklamy wideo. Podsumowując, dzięki przeprowadzonej kampanii marketingowej naszego klienta osiągnęła doskonałe rezultaty. Odbiorcy zaczęli rozpoznawać markę i utożsamiać ją z wysoką jakością sprzętu outdoorowego. Wprowadzone personalizowane oferty przyciągnęły nowych klientów i zachęciły dotychczasowych nabywców do ponownych zakupów. Wykorzystanie różnorodnych narzędzi reklamowych i personalizacja komunikacji przyczyniły się do osiągnięcia zamierzonych celów. Kampania umocniła pozycję firmy na rynku outdoorowym i przyniosła korzyści zarówno w kontekście wzrostu sprzedaży, jak i budowania trwałych relacji z klientami.



Podjęte działania



Aby nasze działania były jak najskuteczniejsze, postawiliśmy zdywersyfikować kanały marketingowe, uwzględniając zarówno reklamy produktowe, lokalne, jak i wideo. Uruchomiliśmy kampanie PMax promujące odzież i akcesoria, obuwiu do biegania oraz pozostałe obuwiu. Uwzględniliśmy również remarketing z uwagi na dużą liczbę odbiorców zapoznających się z ofertą, ale nie dokonujących zakupu. Wdrożyliśmy także kampanię brandową umacniającą pozycję marki na rynku.

23 maj 2023



Cele kampanii

Klient zgłosił się do nas z zamiarem wypromowania asortymentu sklepu w Internecie i wyróżnienia się wśród innych dostawców sprzętu outdoorowego. Istotne było określenie grupy docelowej, która składała się głównie z aktywnych osób w wieku od 35 do 54 lat. Dzięki analizie zachowań klientów identyfikowaliśmy indywidualne preferencje, co pozwoliło na dostosowanie komunikacji do konkretnych potrzeb i zainteresowań. Konkurencja w tym sektorze jest niewątpliwie spora, jednak dzięki atrakcyjnej ofercie sklepu online byliśmy pewni, że rezultaty wprowadzonych działań marketingowych spełnią oczekiwania klienta.

Kontakt do specjalisty

Zapraszamy do kontaktu!
Jeżeli masz pytania, z chęcią na nie odpowiemy.

Gwarantujemy pełne wsparcie
oraz doradztwo na każdym etapie korzystania ze Skalium.

Pozdrawiamy, Zespół Skalium

kontakt@skalium.com
www.skaliu.com