

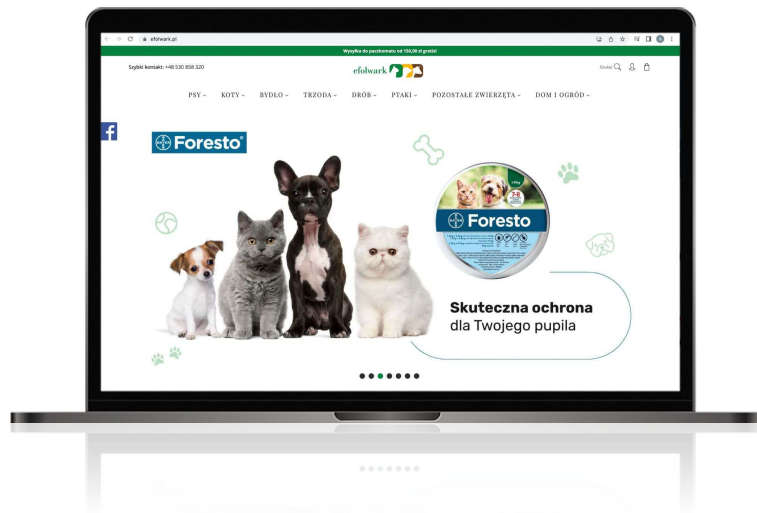
# Tam, gdzie sprzedaż i wizerunek nie żyją, jak pies z kotem, a ROAS osiąga nadzwyczajne wartości

Wzrost rozpoznawalności marki z branży zoologicznej, która dopiero stawiała pierwsze „kliki” w sieci - to był nasz główny cel współpracy z klientem *Efolwark*. Do tego zbudowanie zaufania odbiorców, konkurując z dobrze znanymi już brandami, stanowiło ogromne wyzwanie, któremu wspólnie z klientem sprostaliśmy!

**Zapoznaj się z historią sukcesu współpracy z nowym sklepem internetowym, u którego wdrożyliśmy skuteczny marketing internetowy!**



## CASE STUDY



## O KLIENCIE

**Efolwark to sklep internetowy z branży zoologicznej, którego oferta uwzględnia produkty zarówno dla zwierząt domowych, jak i hodowlanych.** Firmę tworzą eksperci w tej dziedzinie, którzy nawiązali i nadal nawiązują relacje z najlepszymi markami. Dzięki czemu mogą oferować swoim klientom wysokiej jakości karmy i akcesoria w przystępnych cenach.



**Doświadczenie i znajomość branży to ogromny atut klienta, jednak w momencie rozpoczęcia współpracy platforma zakupowa, była na rynku od kilku tygodni.** Zespół *Efolwark* był więc świadomy, że konkurencja jest ogromna i przyjdzie im zmierzyć się ze znacznie większymi, znanymi i doświadczonymi brandami, którzy już zgromadzili grono zaufanych klientów.

## WYZWANIA

Klient nigdy nie korzystał z usług agencji marketingowej, więc byliśmy pierwszym partnerem, który wsparł go w promowaniu swojego biznesu poprzez marketing internetowy. Rozpoczęliśmy współpracę **1 września** i jeszcze w tym samym miesiącu wdrożyliśmy działania reklamowe.

Nasza współpraca polegała nie tylko na usłudze marketingowej, ale też wsparciu i edukacji klienta, by każdy podejmowany przez nas krok był rozumiany, jako realizacja wspólnych celów. Niewątpliwym wyzwaniem był początkowy asortyment sklepu - wiele drobnych produktów, nieprzekraczających kwoty 10 zł. Zapowiadała się ciekawa walka o atrakcyjną wysokość koszyka i pożądaną zwrot z inwestycji.



# 1 września

## START

## WYZWANIA

Naszym głównym celem na pierwsze 3 miesiące współpracy było rozpoczęcie generowania sprzedaży, zebranie danych i ROAS na poziomie minimum 400%.

Z kolei od 4 miesiąca chcieliśmy osiągnąć ROAS powyżej 600% i dalej pracować nad jego poprawą. Mieliśmy też cel poboczny - budowanie wizerunku nowej marki i zachęcenie do zakupu klientów, którzy będą gotowi na dokonanie transakcji, mimo braku zaufania do nowego brandu.



## ROZWIĄZANIA

Jako najskuteczniejsze rozwiązanie wskazaliśmy **Google Ads** i w ramach tego kanału przygotowaliśmy **kampanie płatne skoncentrowane na sprzedaży, ale również takie, które budowały świadomość marki.**

**Cel, który nam przyświecał od samego początku, był zorientowany na rozpoczęcie generowania transakcji w sklepie, ale w synergii z budowaniem wizerunku sklepu, któremu warto zaufać.** Do promocji zostały również przygotowane dedykowane banery, które zaimplementowaliśmy na stronie WWW, by uspołnić komunikację.





## EFEKTY

Już w pierwszym miesiącu współpracy udało się osiągnąć atrakcyjny ROAS - przyjęta strategia i optymalizacje przyniosły zamierzony efekt. Przy bardzo niskich wydatkach klient osiąga wysokie przychody!

**W 4 miesiącu ROAS wyniósł 1500%, zdecydowanie przekraczając zamierzony cel, by wreszcie osiągnąć stabilny poziom ponad 2000%, który od miesięcy z sukcesem utrzymujemy i poprawiamy.**

Zwrot z inwestycji to ważny współczynnik, ale nie jedyny! Co mówi nam, że z zespołem *Efolwark* idziemy w dobrą stronę?



## EFEKTY

- ➔ **Współczynnik odrzuceń na poziomie 11,91%** - jego niski poziom świadczy, że użytkownik jest kierowany z reklamy na stronę, jakiej oczekuje.
- ➔ **Współczynnik konwersji przekraczający nawet 4%** - potencjalni klienci nie tylko chętnie odwiedzają sklep, ale też konwertują,
- ➔ **Średnie CPC na poziomie 26 groszy** i zapowiada się, że jeszcze ten wynik poprawimy!

Poza sprzedażą i rozwojem swojego biznesu pojawiły się też efekty wizerunkowe - brand jest coraz chętniej wyszukiwany, a dodatkowe działania i rozwój współpracy z klientem będą ten efekt wzmacniać.

# 11,91%

współczynnik **odrzuceń**

# 4%

współczynnik **konwersji**

# 26 groszy

średnie **CPC**

## PODSUMOWANIE

Google Ads okazał się doskonałym wyborem na start i jako główne źródło generuje największy ruch i przychód na stronie. Wiedza zespołu 4PEOPLE pozwoliła zrealizować z klientem cel główny oraz cele poboczne wskazane w strategii marketingowej - **uzyskanie znakomitego i stabilnego ROASU przekraczającego 2000%**



# 2000%

ROAS



## PODSUMOWANIE

Nie byłoby takiego wyniku, gdyby nie synergia **działań wspierających sprzedaż oraz ukierunkowanych na wzrost rozpoznawalności marki**. To właśnie dzięki nim odbiorcy natrafili w sieci na niewielki sklep z branży zoologicznej, który spełnił ich oczekiwania w zakresie oferowanego asortymentu.

Zdaniem klienta osiągamy to, co na pierwszy rzut oka wydaje się nieosiągalne, zatem niech te słowa i rozwój naszej współpracy o kolejne działania marketingowe będą więc swoistym podsumowaniem naszej owocnej relacji!

