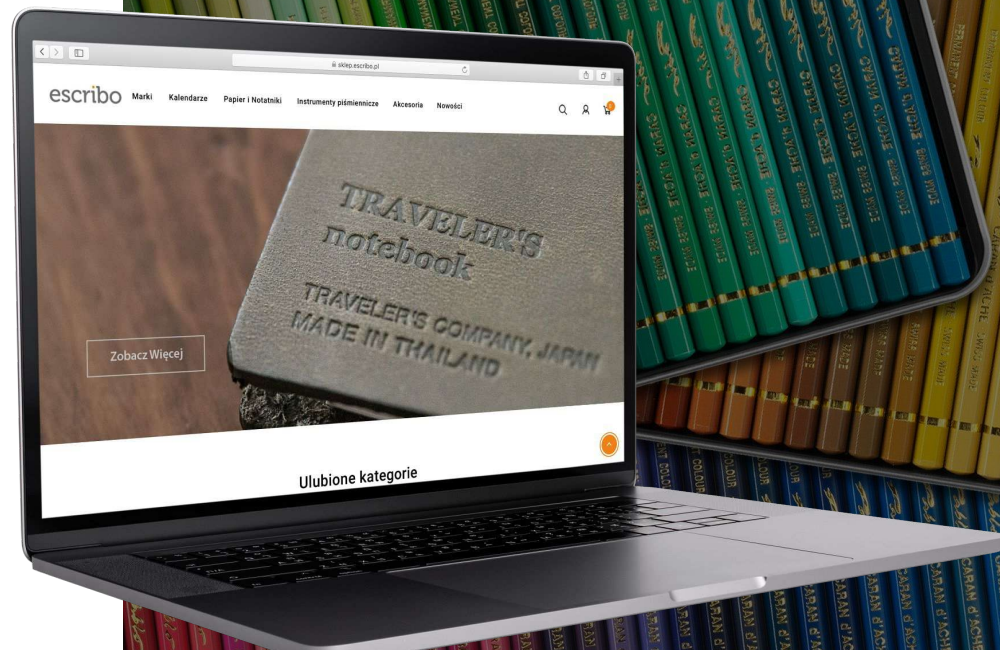


escribo

Biznes tworzony z pasją
wsparty kampanią PPC

CASE STUDY



Wprowadzenie

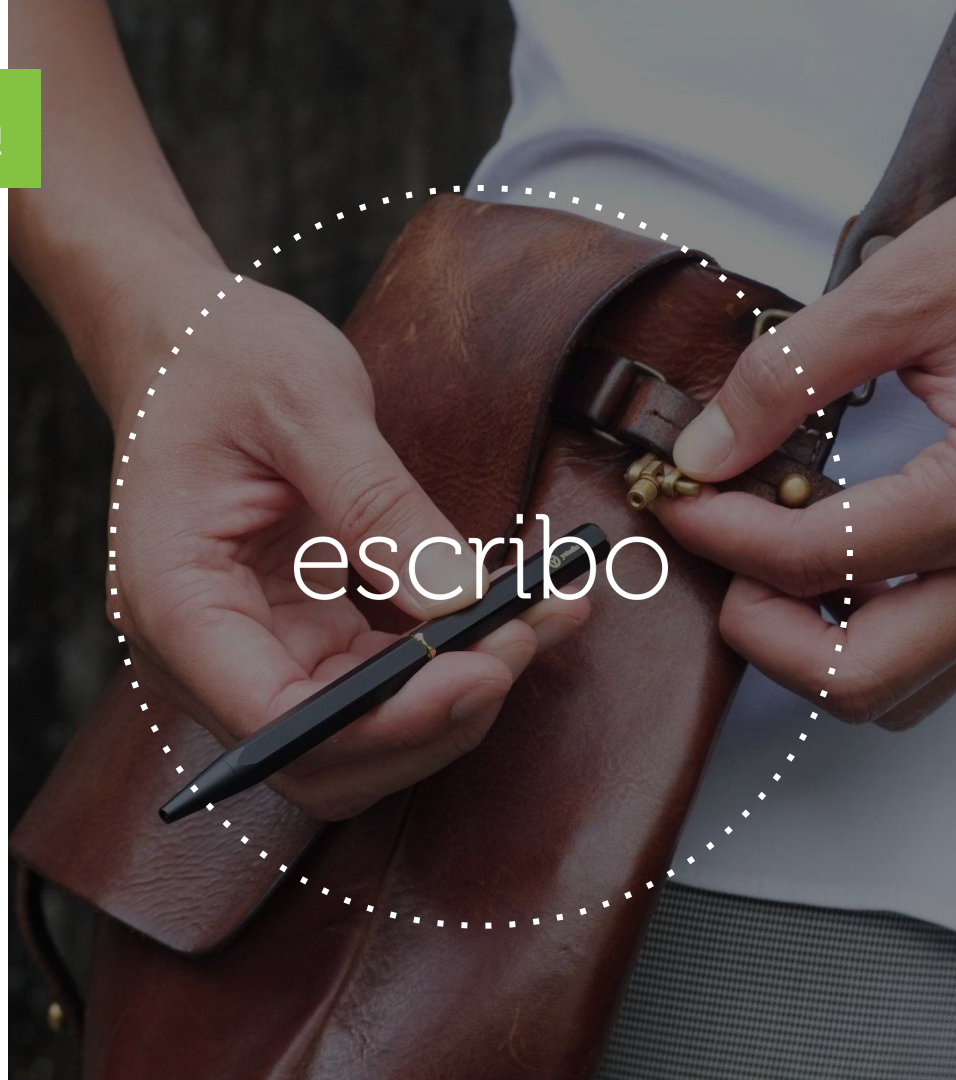
Jak wesprzeć biznes tworzony z pasji i kierowany do pasjonatów, by nie stracić ich zaufania? Jakie efekty może przynieść dobrze prowadzona kampania produktowa? Jak odpowiedni podział produktów w kampanii może poprawić jej wyniki?

Przykład Escribo odpowiada na wszystkie te pytania. Sprawdźcie tylko wypracowane przez nas rezultaty →



Escribo — miejsce tworzone z pasją

Escribo jest niezwykłym miejscem na internetowej mapie fanów artykułów piśmienniczych, oferującym przepiękne przedmioty z całego świata — poczynając od kalendarzy, notatników, poprzez instrumenty piśmiennicze, aż po akcesoria i dodatki. To sklep z duszą prowadzony przez niezwykły zespół pasjonatów, którzy zarażają swoim hobby i dzielą się wiedzą.



Początek wspólnej podróży

Marka nawiązała współpracę z naszą agencją w listopadzie 2020 roku. Właścicielom firmy zależało na pozyskaniu nowych klientów, zwiększeniu świadomości marki i ugruntowaniu pozycji na rynku.

To prawdziwi pasjonaci akcesoriów piśmienniczych, którzy doskonale dopasowują swoją ofertę do potrzeb konsumentów, jednak bez obecności w wyszukiwarce znalezienie produktów Escribo było utrudnione.

Zarekomendowaliśmy więc rozpoczęcie działań reklamowych w Google Ads.

Wyzwania

Escribo nie prowadziło wcześniej kampanii PPC. Sklep internetowy generował głównie przychód z wyników organicznych oraz z wejść bezpośrednich. Z uwagi na brak wcześniejszych doświadczeń firma nie była w pełni przekonana co do skuteczności sugerowanych działań.

Rozumiejąc podejście klienta, ustaliliśmy relatywnie niską kwotę budżetu reklamowego na płatne kampanie, aby dopiero po przekonaniu do skuteczności kanału, móc sugerować jego podnoszenie.

Aby działania przyniosły pożądany efekt, skupiliśmy się na najważniejszych produktach i na jak najefektywniejszym wykorzystaniu dostępnego budżetu.

Faza 1

Od początku szukaliśmy konsensusu pomiędzy ograniczonym budżetem a chęcią maksymalizacji przychodu klienta. Naszą strategię podzieliliśmy na 3 fazy:

- FAZA 1 (listopad 2020 - grudzień 2020):
Uruchomienie kampanii PLA na wszystkie produkty w sklepie i jej optymalizacja.

Efekt:

- ➡ Kampanie CPC w grudniu stanowiły 16% przychodów sklepu.
- ➡ W stosunku rok/rok przychody sklepu wzrosły o 306%.



Faza 2



- **FAZA 2 (styczeń 2021 - marzec 2021):**

Przejdźcie na kampanie inteligentne, aby zmaksymalizować przychody.

Było to możliwe po wcześniejszym zebraniu odpowiedniej liczby konwersji oraz list remarketingowych z kampanii PLA. Takie podejście umożliwiło nam pozbycie się większości ograniczeń związanych z niewielkim budżetem i poskutkowało kolejnym wzrostem przychodów.

Efekt:

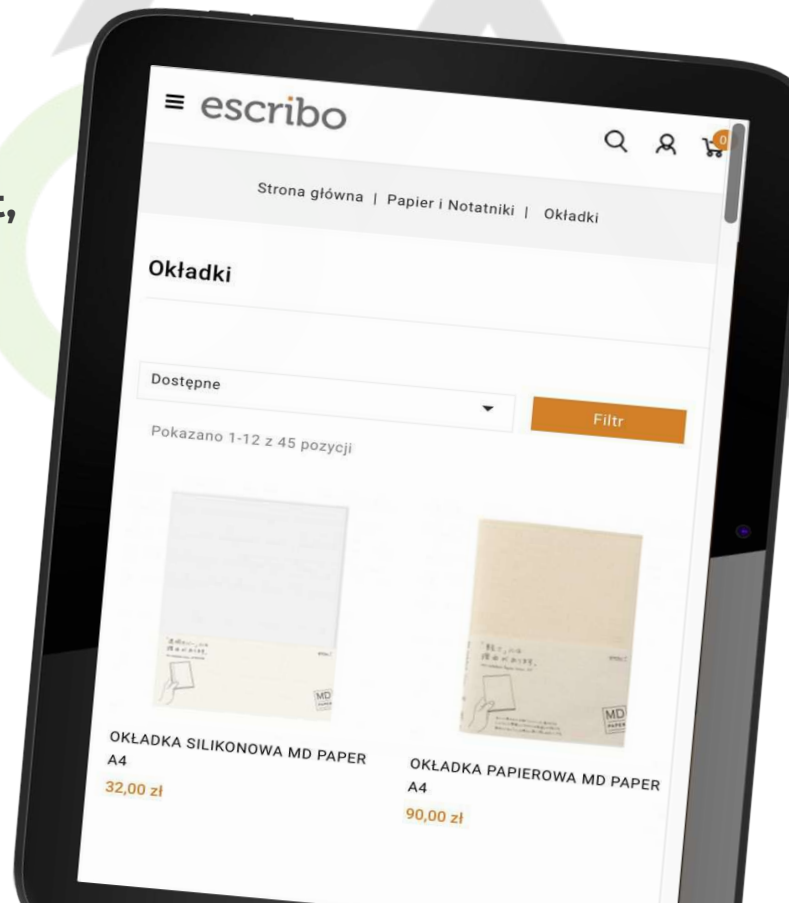
- ➡ Kampanie CPC stanowiły od 18 do 28% przychodów sklepu.
- ➡ Wzrost przychodu w skali miesiąca o 39%.
- ➡ Średni poziom ROAS - 1265%.



Faza 3

- **FAZA 3 (kwiecień 2021 - listopad 2021):**
Podzielenie kampanii Google Shopping Smart, aby uniknąć konieczności zwiększenia budżetów reklamowych.

W tej fazie skupiliśmy na ścisłej współpracy z właścicielami Escribo i wspólnie dobraliśmy bestsellery oraz produkty, które odznaczają się wyższą marżą, by to na nich skupić swoje zaangażowanie.



Aktualne efekty



Aktualne efekty (październik 2021):



Kampanie CPC stanowią **34%** przychodów sklepu.



Wzrost przychodu o **63%** w stosunku do poprzedniego okresu.



Wzrost liczby transakcji o **197%**.



Średni poziom ROAS - **1455%**.



Wykres

ROAS



ROAS



początek
współpracy

2000%

1000%

GRUDZIEŃ 2020

LUTY 2021

KWIECIEŃ 2021

CZERWIEC 2021

SIERPIEŃ 2021

PAŹDZ...

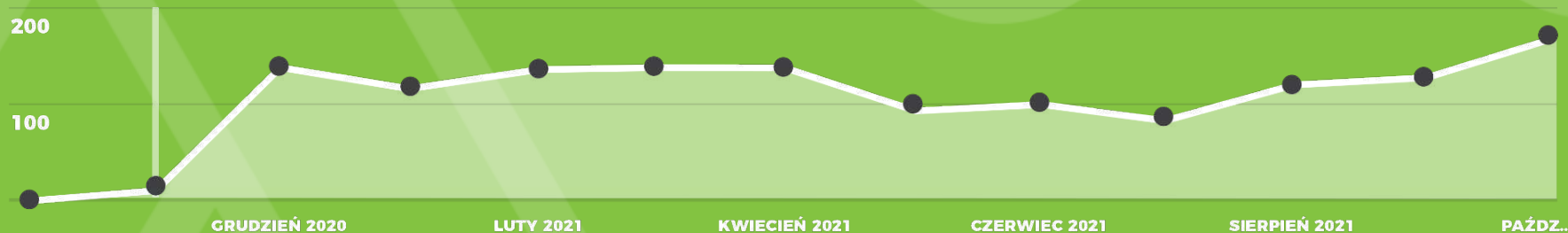
TRANSAKCJE



TRANSAKCJE



początek
współpracy



Podróż w nieznane zakończona sukcesem

Decyzja właścicieli Escribo, aby zaufać specjalistom agencji 4PEOPLE w obszarze reklam PPC, pozwoliła znacząco zwiększyć zyski generowane przez sprzedaż online. Kluczem do sukcesu było zaangażowanie klienta, nasza wiedza i umiejętności oraz wysokiej jakości produkty, które zareklamowaliśmy właściwym użytkownikom.

