



AB Invest inwestycja Zielona Okolica

Strategia, zaangażowanie i elastyczne podejście

- sprawdź, jak połączyć je z reklamami Google i Facebook Ads,
by sprzedać inwestycję deweloperską w mniej niż rok!

CASE STUDY

4PEOPLE

O kliencie



**Zielona
Okolica**

Bezkompromisowe podejście do projektu, znajomość rynku i wyjątkowe zaangażowanie zespołu specjalistów **AB Invest** sprawiło, że realizowana przez dewelopera inwestycja w **podkrakowskich Niepołomicach** od startu sprzedaży cieszyła się ogromną popularnością. Kameralny projekt **8 domów** powstał w niezwykłym sąsiedztwie Puszczy Niepołomickiej i w założeniu powstał, jako idealne połączenie **zalet domu i mieszkania**.



Wyzwania

Współpraca rozpoczęła się we wrześniu 2022, w czasie, gdy na rynku nieruchomości zachodził ogrom zmian, a klienci byli pełni niepewności. Nie powstrzymało nas to przed rozpoczęciem prac nad planowaniem strategii sprzedaży.



Wyzwania

Wyzwaniem okazał się harmonogram
- rozpoczynając komunikację
o sprzedaży inwestycji, **budowa była
na wczesnym etapie**. Można było
obejrzeć pierwsze efekty, jednak
jeszcze **bez możliwości wejścia do
środka** i poczucia się, jak w domu.



Wyzwania

Zatem mimo ogromnego zainteresowania klienci powstrzymywali się z podjęciem decyzji o zakupie. Jednak zespół realizacyjny 4PEOPLE stanął na wysokości zadania!

Jak sobie z tym poradziliśmy?



Katarzyna Kilka

Opiekun projektu



Adrian Felis

Facebook Ads



Karol Krzystała

Google Ads

Rozwiązania

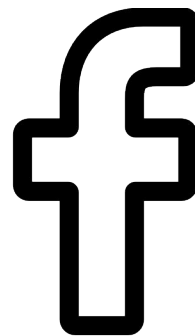
Współpracę **rozpoczęliśmy od analizy i optymalizacji strony www.** Skupiliśmy się na czytelności oferty i ułatwieniu potencjalnym klientom kontaktu z Doradcą. Kompleksowo zajęliśmy się analityką - **od wdrożenia Google Tag Managera i Google Analytics 4, aż po identyfikację konwersji,** jaką było wysłanie formularza.



Rozwiązania

W kampanii **Facebook Ads** postawiliśmy na dwutorowość. **Z jednej strony** prowadziliśmy stałą kampanię, która pozyskiwała regularnie zapytania ze strony oraz Formularzy Błyskawicznych Facebooka, **z drugiej strony** regularnie pozyskiwaliśmy feedback od Doradcy i testowaliśmy: cele reklamowe, komunikaty dotyczące cen, komunikaty promocyjne, komunikaty adresowane do konkretnych grup odbiorców.

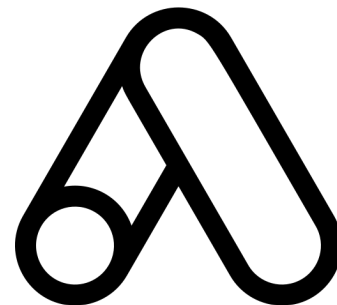
Częsta rotacja kreacji, akcentowanie atutów inwestycji i stała optymalizacja pomogła utrzymać skuteczność w każdym miesiącu działań - zawsze gdy wyniki ulegały pogorszeniu, wspólnie z Klientem znajdowaliśmy właściwe rozwiązanie.



Rozwiązania

W kampanii **Google Ads** postawiliśmy na konkret i od samego początku przyjęliśmy strategię maksymalizacji liczby konwersji. Wyselekcjonowaliśmy najlepsze słowa kluczowe gwarantujące wyniki, a poza kampanią w sieci wyszukiwania postawiliśmy na **listy remarketingowe i testowanie nowości od Google** np. Discovery.

Dynamicznie **zmieniliśmy zarówno komunikację**, tak by nadążyć za zmieniającą się ofertą, **jak i targetowanie reklam** - poza skupieniem się na osobach szukających domów w Niepołomicach, okrywaliśmy potencjał i zainteresowanie odbiorców szukających domów i mieszkań w Krakowie.



Efekty działań

**Elastyczne i dynamiczne podejście,
a także ścisła współpraca z klientem
okazały się kluczem do sukcesu!**

Dzięki komunikacji odpowiadającej na potrzeby klientów i zmiany na rynku dostarczyliśmy zapytania, dzięki którym sprzedaż całego projektu została zakończona w mniej, niż 12 miesięcy!



Efekty działań

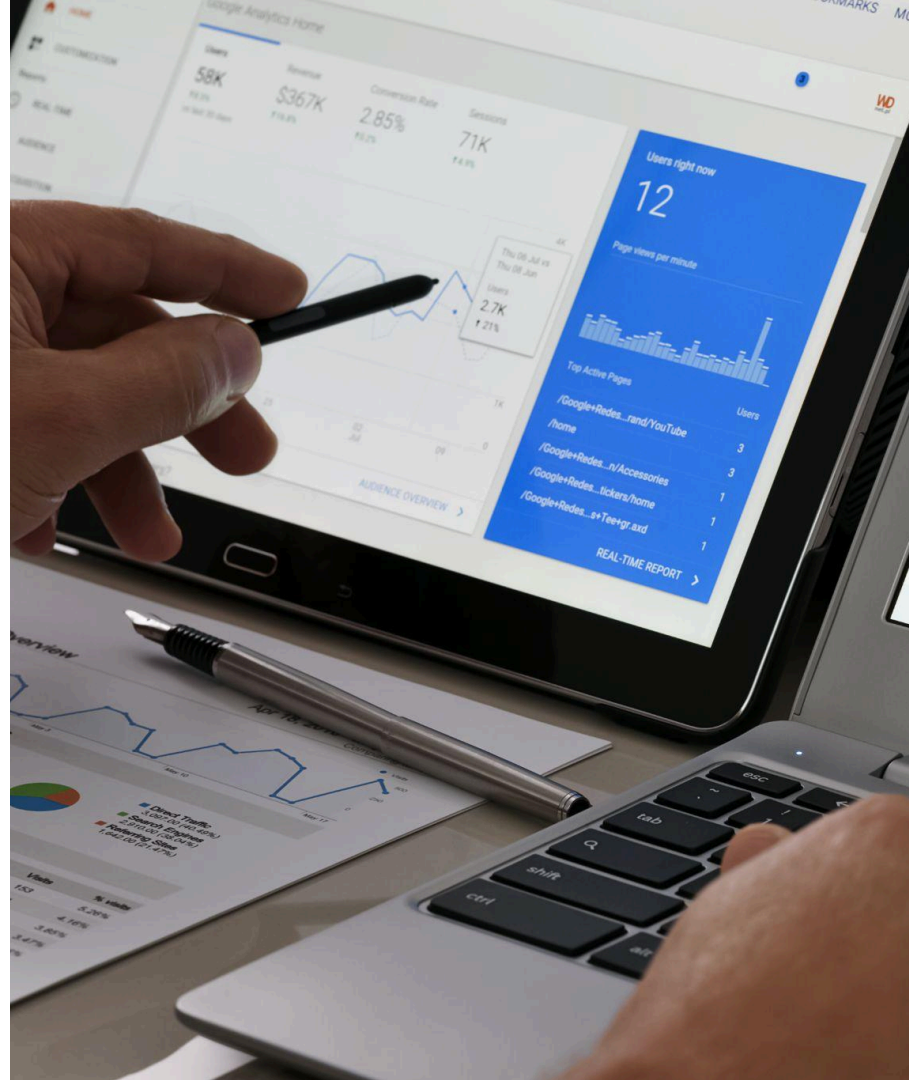
Jak się okazuje wartościowe leady nie muszą kosztować kroci - **koszt pozyskania zapytania z Lead Ads wyniósł 28 zł**. Jak to możliwe? Dzięki wdrożeniu materiału wideo w formie rolek udało nam się **obniżyć średni koszt kliknięcia do poziomu 16 groszy**, co sprawiło, że w tym samym budżecie trafiliśmy do zdecydowanie większego grona odbiorców.

Reklamy inwestycji w mediach społecznościowych wyświetlono ponad 2,5 mln razy!

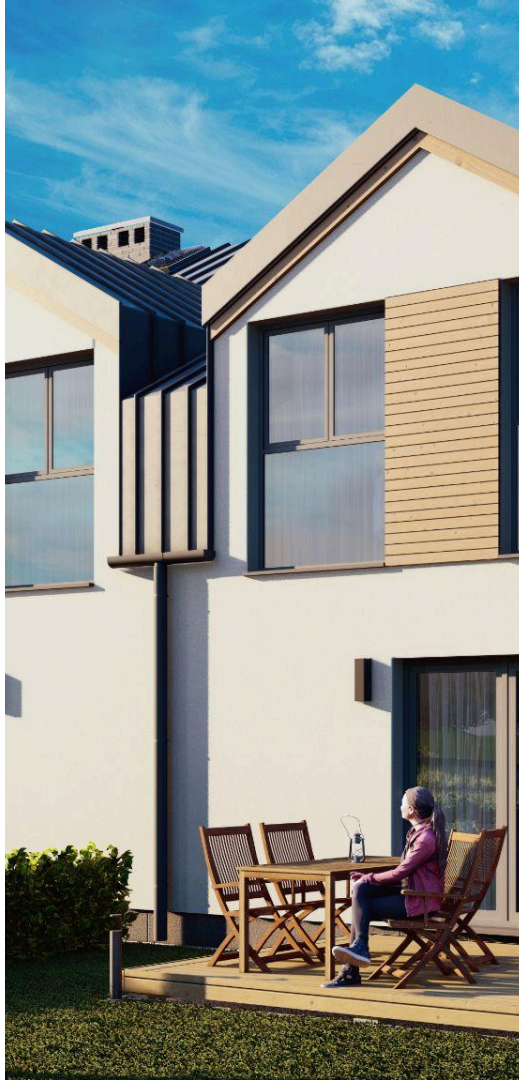


Efekty działań

Kampania **Google Ads** skupiła się na dole lejka sprzedaży i klientach, którzy aktywnie poszukiwali ofert domów. Dzięki takiej strategii dotarliśmy do **ponad 40 tysięcy potencjalnych odbiorców**, generując w czasie współpracy **ponad 200 wartościowych zapytań**.



Podsumowanie



Dzięki zaangażowaniu i trafnym decyzjom w mniej niż **12 miesięcy** pomogliśmy zamknąć sprzedaż całej inwestycji.

Zaufanie i partnerska relacja na linii klient - agencja pozwoliły na osiągnięcie wspólnego sukcesu, który procentuje trwającą współpracą między zespołem AB Invest i 4PEOPLE.