4PEOPLE
WYŻSZY POZIOM MARKETINGU

serwico

4PEOPLE x Serwico -

efektywna współpraca i dynamiczny start na rynku SaaS

Wyzwania i mała zapowiedź wyników

- Jak zbudować widoczność i zebrać bazę klientów dla nowego gracza SaaS w **trzy miesiące?**
- I jak następnie **potroić te wyniki** w piątym?
- Co może zrobić dla Ciebie **zintegrowany marketing** wielu kanałów i strategiczne myślenie o całości projektu?

Sprawdź nasze wyniki dla niezwykłej aplikacji SaaS!

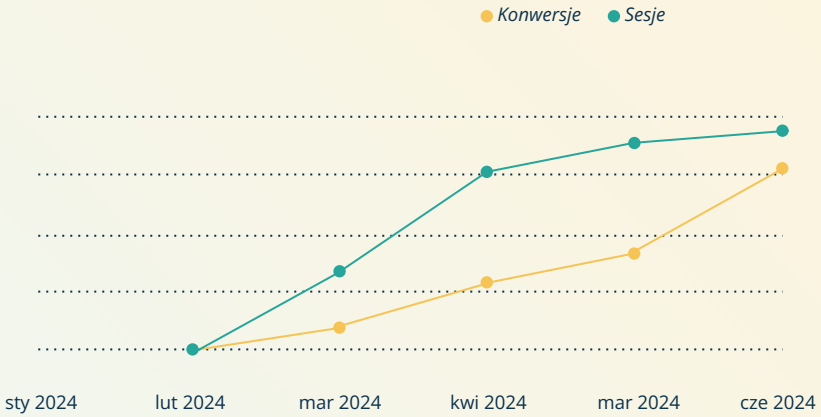
Ile czasu trwało budowanie bazy Klientów

3 miesiące

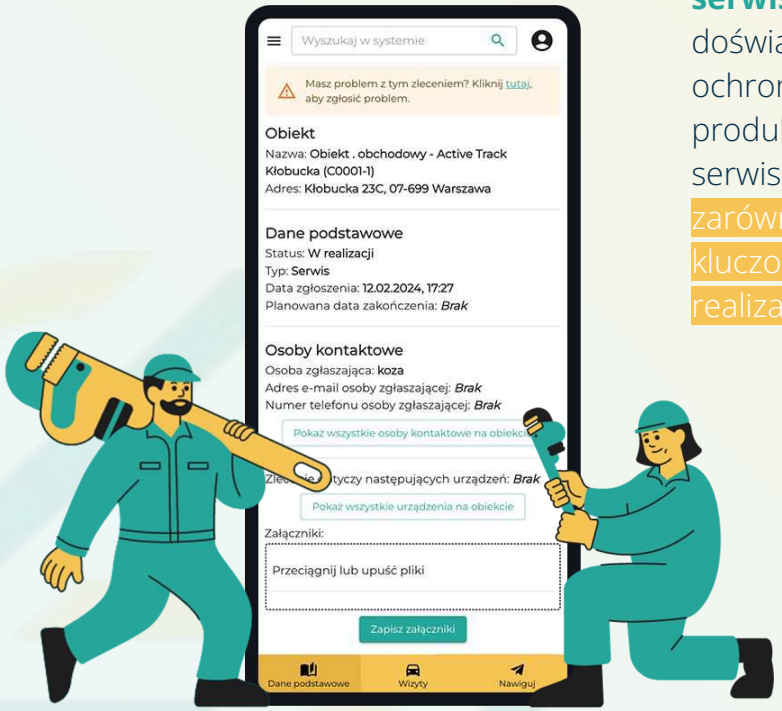
Kiedy nastąpiło potrojenie wyników

5 miesiąc

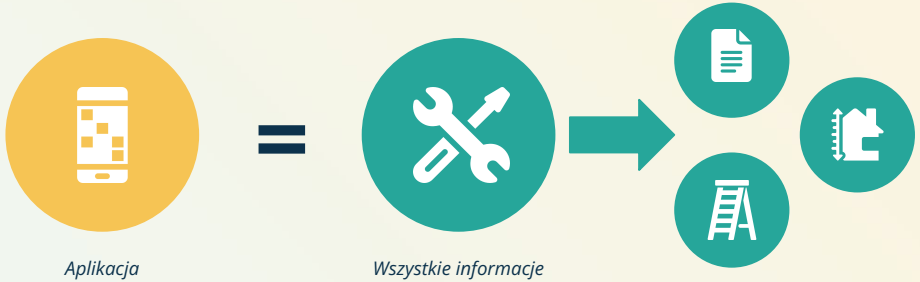
Wyniki ze wszystkich źródeł ruchu



O firmie



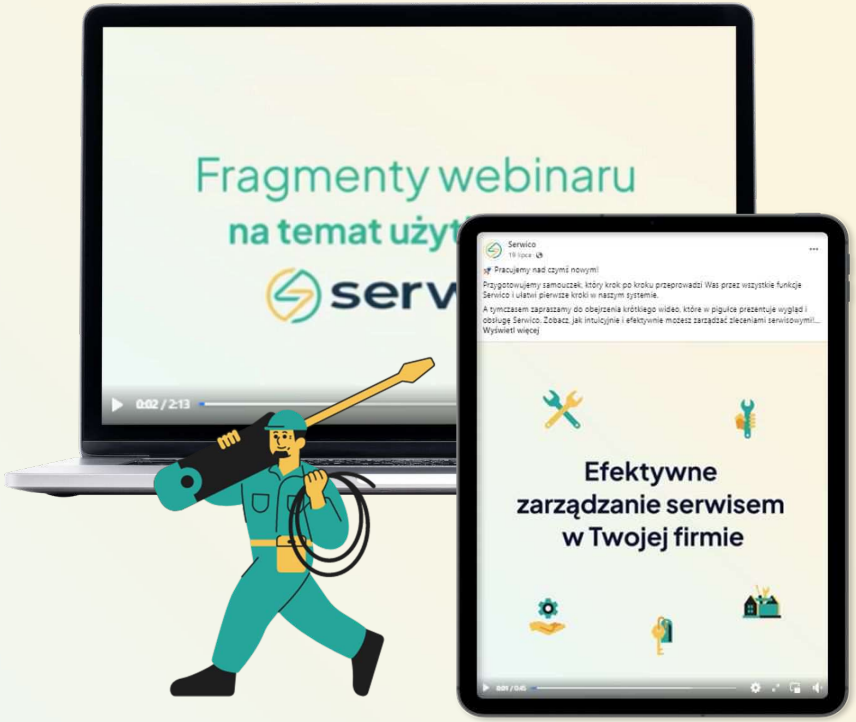
Serwico to kompleksowe rozwiązanie SaaS do zarządzania serwisem i pracą serwisantów w terenie. Dzięki dużemu doświadczeniu firmy DMSI Software we współpracy z agencjami ochrony mienia i ich ofertą firma świetnie odzwierciedliła w swoim produkcie kluczowe funkcjonalności, które ułatwiają wsparcie firm serwisowych i samych serwisantów w ich pracach. Z pomocą aplikacji zarówno webowej, jak i mobilnej zespół jest w stanie zebrać wszystkie kluczowe informacje, jakie musi posiadać serwisant do skutecznej realizacji prac naprawczych i konserwacyjnych na miejscu zgłoszenia.



Wyzwania

Największym wyzwaniem, na jakie natrafiliśmy na początku współpracy, było przekonanie zupełnie nowego, potencjalnego klienta do testów i przeniesienia swojego serwisu na nową platformę, dlatego zaproponowaliśmy zbudowanie samouczków online dotyczących funkcjonalności platformy, które pomogłyby w pierwszych krokach nowego odbiorcy z oprogramowaniem. Do tego pomysłu doszło wsparcie firmy w migracji klientów na nowy system i wdrożeniu pracowników w zarządzanie nim.

Po przeprowadzonej przez nas analizie konkurencji, jasnym stał się także wymóg dopasowania strategii cenowej do wymogów rynku tak, by nasze rozwiązanie nie tylko funkcjonalnościami, ale także kosztami miesięcznego utrzymania mogło przyciągnąć Klientów. Zróżnicowanie strategii cenowej i rozszerzenie ilości proponowanych pakietów wymagało oczywiście przekształceń w założeniach produktu, które jednak odpowiednio wdrożone, zaowocowały efektywnością.



Rozwiązania

Następnie przyszedł czas na budowanie rozwiązań bezpośrednio w obrębie zintegrowanych kampanii Google Ads i Meta Ads.

1 KAMPANIE GOOGLE ADS

START

Rozpoczęcie działań od kampanii w wyszukiwarce

Kampania na wyszukiwania

Rozpoczęliśmy prowadzenie działań od kampanii w wyszukiwarce, która kierowała reklamy do użytkowników wyszukujących aplikacji do zarządzania serwisem. Do konta została dodana również kampania dla brandu, aby sprawdzić, jak rośnie jego rozpoznawalności w sieci.

Rozwiązania

40%

Wzrost założonych kont testowych

43%

Leady na koncie reklamowym

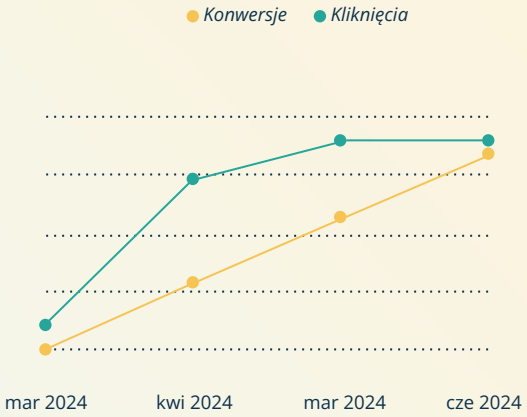
Sieć reklamowa Google

Ruch z kampanii wyszukiwarkowej był jednak tylko początkiem, ponieważ szybko został on wsparty kampanią w sieci reklamowej. Wykorzystaliśmy w niej niestandardowe listy odbiorców - kierujące kampanie do osób wyszukujących danych słów kluczowych w wyszukiwarce, ale także wykorzystaliśmy adresy URL konkurencji, aby trafić do osób, które odwiedzają ich strony i poinformować o nowym graczu na tym rynku. Kampania wygenerowała olbrzymi ruch na stronie, co przełożyło się także na **40%** wzrost założonych kont testowych w serwisie za pośrednictwem kampanii Google Ads.

Kampania Performance Max

Kolejnym krokiem było wprowadzenie kampanii inteligentnej Performance Max na konto, która po odpowiedniej optymalizacji zaczęła odpowiadać za **43%** leadów na koncie reklamowym.

Dane z Google Ads



Rozwiązania

Działania Meta były dwutorowe.

2 DZIAŁANIA NA FACEBOOKU

1.

Informowanie społeczności Facebook o nowym systemie

Budowanie świadomości

Po pierwsze **budowa świadomości istnienia marki** na Platformie Facebook i informowanie społeczności o nowym systemie na rynku za pomocą przejrzystej komunikacji na stronie Facebook. Tutaj ważną częścią było **prezentowanie wspólnych "korzeni" z systemem Safestar**, bowiem to dawało nam solidne **potwierdzenie jakości i doświadczenia**, na jakim bazuje Serwico. Niemniej głównym filarem komunikacji były **funkcjonalności Serwico** i istotne cechy, które odznaczały się **na tle konkurencji.**

Rozwiązania

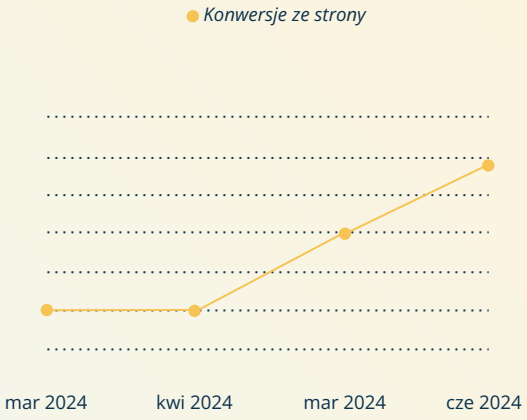
2.

Wzrost założonych kont testowych

Zdobywanie subskrybentów

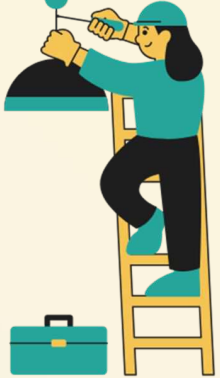
Po drugie **zdobywanie nowych subskrybentów systemu.** Do tego wykorzystaliśmy rozbudowane działania reklamowe oparte na lejku sprzedażowym. Przede wszystkim promocja profilu, postów marki oraz video, które umożliwiły nam **budowanie jakościowych grup odbiorców**, które mogliśmy później wykorzystać do rozbudowania promocji. W kolejnym kroku wdrożyliśmy kampanie **kierującą ruch na stronę www,** aby generować jakościowy ruch i bazy odbiorców **pod remarketing** oraz **grupy podobnych odbiorców,** niezbędne do kluczowej kampanii, jaką była **kampania na konwersje**. Dzięki dobrze zbudowanym grupom odbiorców kampania na konwersje przyniosła **oczekiwany efekt wzrostu konwersji,** dzięki czemu mogliśmy się cieszyć regularnym wzrostem wyników miesiąc w miesiąc. Wynik ten osiągnęliśmy dzięki **precyzyjnej i stopniowej budowie grup odbiorców w systemie poprzez wykorzystanie różnych celów kampanii Meta.**

Dane z Google Analytics 4



Rozwiązania

Wzrost rejestracji w witrynie (nowych subskrypcji z kampanii konwersja)



Ukończenie rejestracji w witrynie

60

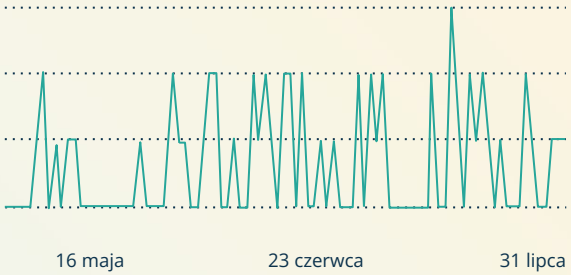
Zasięg

65 886

Wyświetlenia

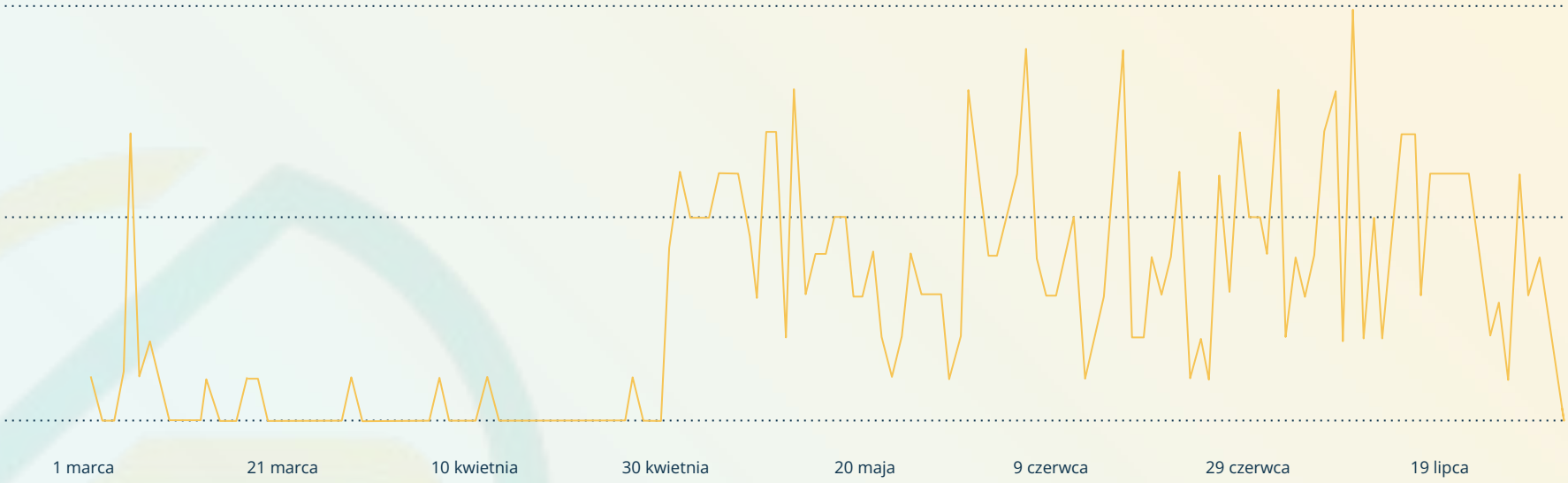
267 641

Ukończenie rejestracji w witrynie



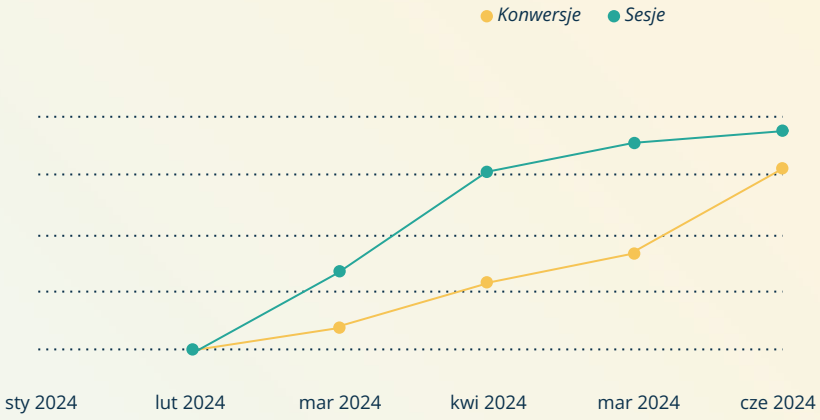
Rozwiązania

Wzrost liczby obserwujących na Facebooku



Podsumowanie

Współpraca z 4People przyczyniła się do znacznego sukcesu Serwico na rynku SaaS. Dzięki zastosowanym strategiom firma nie tylko zbudowała solidną obecność rynkową, ale również efektywnie wygenerowała rejestracje w serwisie.

Serwico dzięki współpracy zyskało także przewagę konkurencyjną dzięki dopasowanej strategii działań w sieci i doradztwie w obrębie możliwych wspólnych działań marketingowych. Sukces ten pokazuje, jak ważna jest kompleksowa strategia marketingowa w dynamicznym starcie na rynku.

Wyniki ze wszystkich źródeł ruchu