

Witryna eKwiaty.pl dociera do klientów w całej Polsce dzięki Google AdWords



“Dzięki kampaniom AdWords docieramy do bardzo szerokiego spektrum odbiorców, co w przypadku naszej działalności – terytorium całego kraju – pozwala na szybkie pozyskiwanie stałych, zadowolonych klientów”

*Piotr Nosek,
współwłaściciel serwisu
www.e-kwiaty.pl*

Okazje do wręczania kwiatów zdarzają się każdego dnia. Codziennie ktoś ma urodziny, imieniny, rocznicę ślubu, są również szczególne daty kalendarzowe, w które zwiększa się zainteresowanie tego typu usługami, np. Dzień Matki, Walentynki lub Dzień Kobiet. Każdego dnia tysiące osób chce podarować komuś kwiaty. Naprzeciw tym trendom rynkowym wyszła firma Power Investment M. Krzymowski Sp. Jawna, która jest właścicielem strony internetowej www.e-kwiaty.pl. Specjalizuje się ona w przyjmowaniu zamówień (telefonicznych, internetowych czy składanych za pośrednictwem faksu) na dostarczanie kwiatów na terenie całej Polski.

Strategia

Poszukując skutecznej metody na dotarcie do klientów w całej Polsce oraz zagranicą, w 2006 roku firma Power Investment rozpoczęła reklamowanie się w Google AdWords we współpracy z agencją marketingową Performance Media. Ponieważ sprzedaż kwiatów odbywa się również w internecie, celem kampanii było przede wszystkim przyciągnięcie użytkowników do witryny e-kwiaty.pl i zachęcenie ich do złożenia zamówienia.

Agencja Performance Media przygotowała strukturę kampanii AdWords, tworząc jedną kampanię, w ramach której reklamy pokazywały się w wyszukiwarce google.pl oraz drugą, oddzielną kampanię w sieci partnerskiej Google, w ramach której reklamy wyświetlały się na stronach internetowych współpracujących z Google. Zastosowany podział pozwolił zapewnić efektywne wykorzystanie budżetu i możliwie najwyższą skuteczność kampanii.

Słowa kluczowe dla kampanii w wyszukiwarce podzielono na dwie grupy. Pierwsza objęła słowa ogólne, które przyciągają internautów przez cały rok, np. kwiaciarnia internetowa, dostawa kwiatów, bukiet, bukiety. Kolejna grupa reklamowa to słowa związane z sezonowością w branży kwiatowej, np. kwiaty na Dzień Matki, kwiaty na Walentynki.

Aby przyciągnąć uwagę potencjalnych klientów, przygotowano teksty reklamowe, które zawierały zachętę do działania, np. „Wybierz kwiaty” oraz podkreślały możliwość dostawy na terenie całej Polski.

Skuteczność kampanii można było mierzyć dzięki wykorzystaniu funkcji śledzenia konwersji w koncie AdWords. Funkcja ta pozwala monitorować działania podjęte przez internautów na stronie i dzięki temu mierzyć, jak kliknięcia reklam przekładają się na faktyczne zamówienia kwiatów. Dzięki śledzeniu konwersji reklamodawca wie dokładnie, ile kosztuje go pozyskanie każdego nowego klienta poprzez wyszukiwarkę.

W przypadku kwiaciarni internetowych kluczowymi okresami, przynoszącymi znaczącą część rocznych obrotów są święta, podczas których tradycyjnie wręcza się kwiaty. Są to dni, kiedy zainteresowanie reklamą oraz sprzedaż internetowa wzrastają kilku- lub nawet kilkunastokrotnie.

W tym czasie szczególnie ważne jest regularne przeglądanie pozycji najcenniejszych słów kluczowych oraz ich ceny za kliknięcie. “Dlatego też w okresach podwyższonej sprzedaży optymalizacja kampanii, monitoring pozycji, kosztów czy konwersji odbywa się praktycznie non-stop” - powiedział Wojciech Jakoniuk, prezes Performance Media.

Rezultaty

Wraz z intensyfikacją działań reklamowych w Google AdWords systematycznie zwiększała się liczba użytkowników strony e-kwiaty.pl. Przełożyło się to także na wzrost liczby zamówień. Odpowiednie dostosowanie budżetu do sezonowości branży kwiatowej pozwoliło na pełne wykorzystanie potencjału firmy oraz jej oferty.

Kampania reklamowa prowadzona była w wyszukiwarkach i sieci partnerskiej Google na terenie Europy i Bliskiego Wschodu. W ciągu 12 miesięcy, do końca lutego 2009, reklama wyświetliła się blisko 135 mln razy, a za jej pośrednictwem serwis e-kwiaty.pl odwiedziło prawie 150 tys. internautów. Dzięki optymalizacji kampanii przełożenie odwiedzin na zakupy wyniosło ponad 5%. Porównanie efektów kampanii w ujęciu rocznym, jak i poszczególnych miesięcy do analogicznych w poprzednich latach, pokazuje systematyczny wzrost odwiedzin i sprzedaży będącej efektem reklam AdWords.

„Od początku współpracy z profesjonalną firmą zajmującą się obsługą kampanii Google AdWords zaobserwowaliśmy znaczny wzrost sprzedaży. Ponadto dzięki kampaniom AdWords docieramy do bardzo szerokiego spektrum odbiorców, co w przypadku naszej działalności – terytorium całego kraju – pozwala na szybkie pozyskiwanie stałych, zadowolonych klientów” –Piotr Nosek współwłaściciel serwisu www.e-kwiaty.pl

