

Jak v rekordním čase připravit kampaň, která upozorní na slevovou akci?

22.4.2024 - Ondřej Vlach | Seznam.cz

Agentura Netroot, vítěz naší poslední Sklik výzvy, pro svého klienta - e-shop Anareus - v relativně krátkém čase připravila slevovou Black Friday kampaň, ve které využila retargeting, dynamický retargeting a dynamický banner. Pojďte se s námi podívat, který z formátů e nejvíce osvědčil.

Netroot

Netroot je fullservisová marketingová agentura, která svým klientům nabízí komplexní řešení pro podporu jejich byznysu. Specialisté z agentury se postarají o správu PPC kampaní, affiliate marketing i e-mailing, nastaví zbožové srovnávače nebo zajistí nákup médií.

Přehledně o kampani

Agentura zvolila akviziční i retargetingové produktové kampaně s dynamickým bannerem a dynamickým retargetingem. Cílem bylo oslovit nové uživatele se zájmem o airsoft a také zpětně oslovit návštěvníky e-shopu Anareus. U první cílové skupiny šlo agentuře především o zvýšení povědomí o značce, u druhé o její zpětnou aktivaci.

Hlavním tématem byla sleva na celý sortiment během Black Friday. Pro tuto příležitost vznikly jak kompletně nové kreativy, tak i nové kampaně s využitím retargetingu, dynamického retargetingu a dynamického banneru.

Ukázka bannerů využitých v kampani.

Co se agentuře osvědčilo?

- Hlídání rozpočtů - Po spuštění kampaní agentura hlídala rozpočty kampaní, aby zabránila ztrátám zobrazení, a to především u zpětného oslovení uživatelů.
- Testování vhodné ceny za proklik - V prvních dnech agentura rovněž zvolila vyšší cenu za proklik v případě akviziční součásti kampaně a následně ji snižovala, jelikož cílem bylo vyvážit více zobrazení nižší cenou za proklik.
- AB testování kreativ - U akvizičních a retargetingových kampaní pracovala agentura s více varianty reklamního sdělení a v závěru propagace nechala běžet jen ty úspěšnější.

Výsledek? Více objednávek s větší útratou

Od spuštění do pozastavení kampaní agentura získala cca **1,8 milionu zobrazení** a do e-shopu klienta přivedla přes **9 tisíc uživatelů**. Díky tomu ve srovnání s běžným obdobím vzrostl počet objednávek i jejich průměrná hodnota. Agentuře se podařilo splnit požadované PNO i dodržet výši investic.

Chceme touto cestou poděkovat Seznamu, především Sklik konzultantům, kteří nám jsou velmi nápomocní ve všech směrech – ať už se jedná o skvělé tipy, rady, pomoc v řešení problémů nebo představení nových funkcí v Skliku.

<https://blog.seznam.cz/2024/04/jak-v-rekordnim-case-pripravit-kampan-ktera-upozorni-na-slevovou-akci>