

Kazar[®]

PREMIER
Google
Partner

bluerank



**Kazar zwiększył sprzedaż
o ponad 16000%!**

**Zasięg:**
Polska**Branża:**
moda**Rozpoczęcie działań:**
styczeń 2016**Czas trwania:**
9 miesięcy

O Kazar

Kazar to marka prezentująca modę i trendy na światowym poziomie. Kolekcje obuwia marki Kazar są wyjątkowe i stanowią idealne dopełnienie współczesnego aktywnego stylu życia kobiety i mężczyzny. Łączą w sobie awangardę, dobry styl oraz bezwarunkowe oddanie dla jakości. Nowoczesnemu designowi i precyzyjnym wykończeniom towarzyszy szczególna dbałość o każdy detal.

Marka Kazar sprzedaje oferowane przez siebie obuwie, torebki i akcesoria zarówno w sklepach stacjonarnych, jak i przez Internet.

Kazar współpracuje z Bluerank od blisko 3 lat. Realizowane przez agencję działania skupiają się na promocji marki zarówno w organicznych, jak płatnych wynikach wyszukiwania. W tym materiale publikujemy wyniki dotyczące działań reklamowych w sektorze mobile realizowanych w okresie 01.01 - 15.09.2015 w porównaniu z 01.01 - 15.09.2016.





Zasięg:
Polska



Branża:
moda



Rozpoczęcie działań:
styczeń 2016



Czas trwania:
9 miesięcy

Wyzwania dotyczące kanału mobile:



**Zasięg:**
Polska**Branża:**
moda**Rozpoczęcie działań:**
styczeń 2016**Czas trwania:**
9 miesięcy

Strategia i wdrożone rozwiązania:

Sprostanie wyzwaniom postawionym przez Klienta wymagało wdrożenia nowoczesnych narzędzi i innowacyjnych rozwiązań, by technologię Google wykorzystać w sposób, który gwarantował marce Kazar osiągnięcie celów. Przeprowadzając działania, których głównym celem było zwiększenie sprzedaży, skupialiśmy się na najbardziej możliwie skutecznych sposobach dotarcia do potencjalnych klientów Kazar, którzy aktywnie korzystają z urządzeń mobilnych. Skorzystaliśmy z następujących narzędzi:

#DoubleClick Search

Nasze reklamy miały za zadanie docierać do użytkowników korzystających na co dzień z urządzeń mobilnych. Narzędzie DoubleClick Search wykorzystywaliśmy do lepszej optymalizacji kampanii, analizy skuteczności poszczególnych słów kluczowych i automatycznego dostosowywania stawek reklamowych ze szczególnym uwzględnieniem kampanii kierowanych na mobile. Dzięki wdrożeniu kodów floodlight w serwisie internetowym Klienta mogliśmy uzyskiwać wiele informacji na temat użytkowników i ich zachowań na stronie, które były niezwykle cenne z punktu widzenia prowadzonej kampanii.





Zasięg:
Polska



Branża:
moda



Rozpoczęcie działań:
styczeń 2016



Czas trwania:
9 miesięcy

#Wersje beta produktów Google

Realizując kampanię dla Kazar aktywnie korzystaliśmy w wersji beta nowych produktów Google, m.in. PLA + RLSA (na podstawie list remarketingowych z Google Analytics), Customer Match, Expanded Text Ads oraz Dynamic Elastic Ads, dzięki którym reklama mogła łatwo dostosowywać się do rozmiarów urządzenia mobilnego, na którym była wyświetlana.

#Narzędzia analityczne

Na bieżąco monitorowaliśmy skuteczność prowadzonych działań wykorzystując narzędzia analityczne, m.in. Google Analytics, Search Metrics czy Google Trends. Dzięki raportom i z Google Analytics i naszym analizom mogliśmy np. lepiej dopasowywać komunikat reklamowy kierowany do klientów marki Kazar.



**Zasięg:**
Polska**Branża:**
moda**Rozpoczęcie działań:**
styczeń 2016**Czas trwania:**
9 miesięcy

#Pozostałe narzędzia umożliwiające dotarcie do konsumentów

W swoich działaniach aktywnie korzystaliśmy z możliwości narzędzi takich jak: Gmail Ads, PLA, DSA+RLSA, RLSA, DoubleClick Inventory Management Campaigns, PLA+RLSA.

Bardzo aktywnie współpracowaliśmy także z zespołem po stronie Klienta, od którego otrzymywaliśmy wiele wartościowych informacji na temat zachowań konsumentów w sklepach stacjonarnych, co znacznie ułatwiło nam dostosowywanie komunikatów i kierowanie ich w sposób odpowiedni do właściwych osób. W Internecie promowaliśmy także wydarzenia i aktualne promocje w sklepach stacjonarnych.

W kampanii reklamowej realizowanej dla marki Kazar Bluerank używa też list odbiorców Google Analytics do efektywniejszego ustalania stawek i kierowania reklam. Oprócz standardowych metod podziału na segmenty korzysta też z List inteligentnych Google Analytics, aby kierować reklamy na użytkowników sieci wyszukiwania, którzy wykazywali wcześniej duże zainteresowanie stroną internetową Kazar. Dzięki tym działaniom koszt kliknięcia zmniejszył się o 36%, a współczynnik konwersji wzrósł o blisko 125%.





Zasięg:
Polska



Branża:
moda

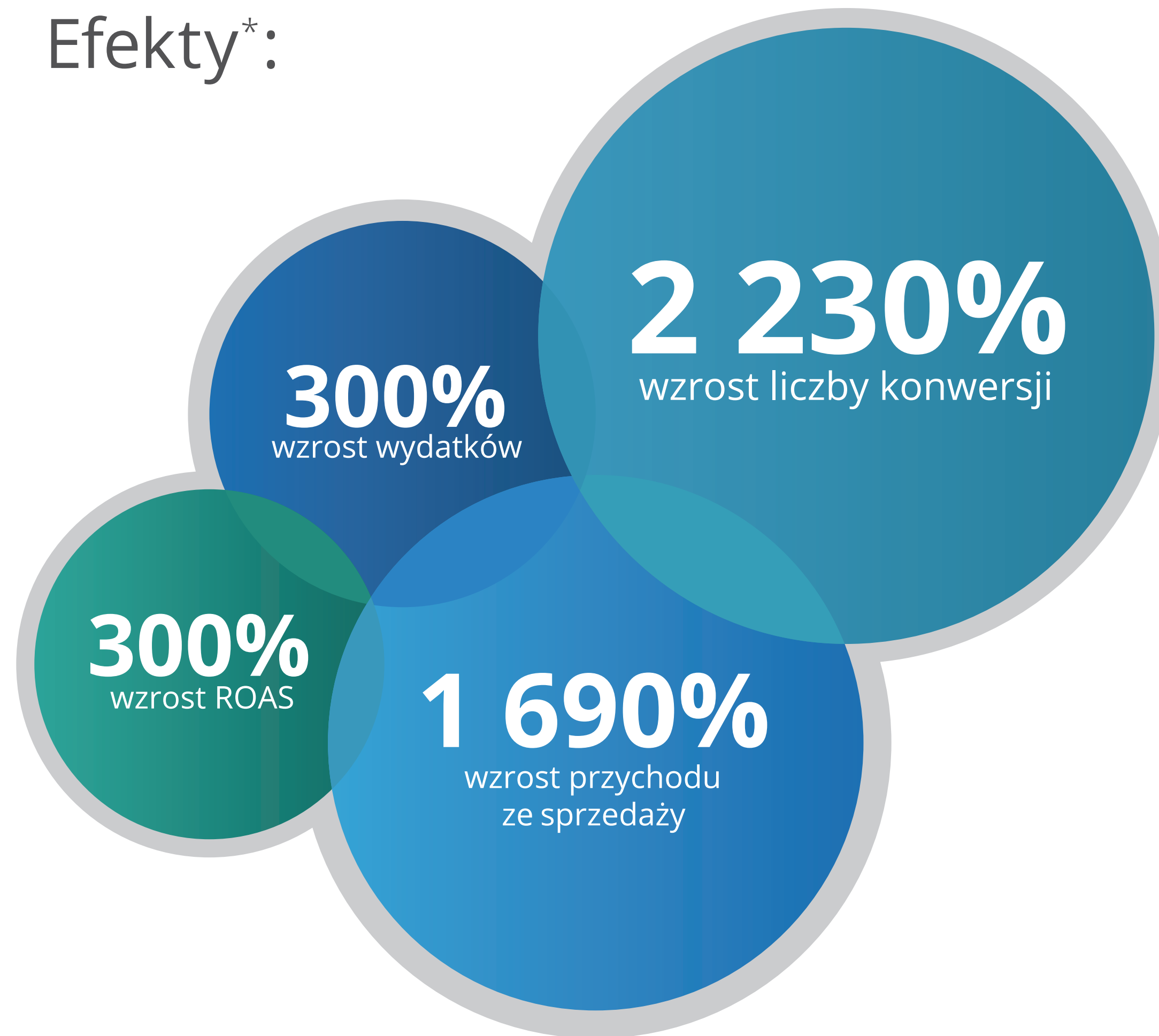


Rozpoczęcie działań:
styczeń 2016



Czas trwania:
9 miesięcy

Efekty*:





Zasięg:
Polska



Branża:
moda

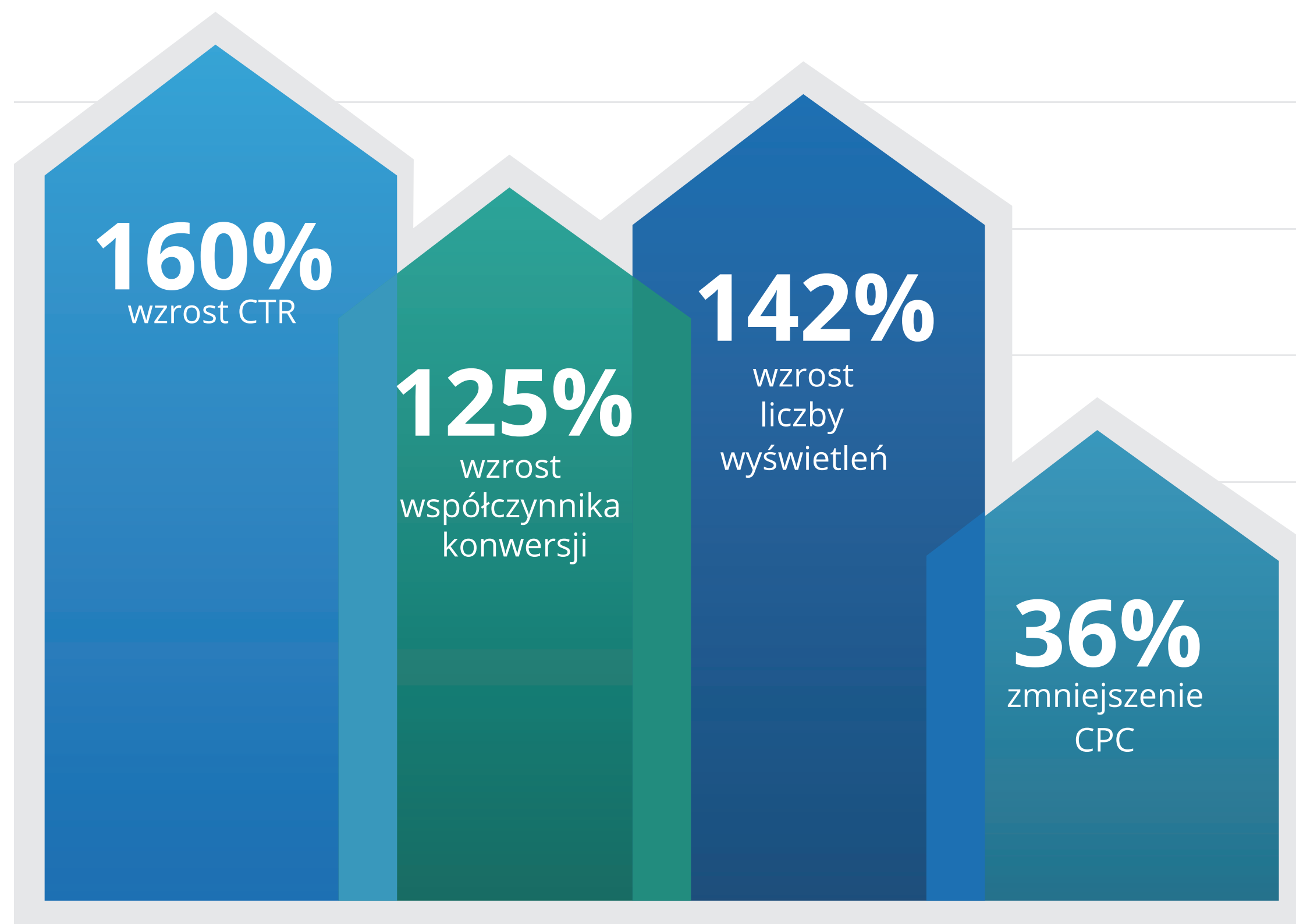


Rozpoczęcie działań:
styczeń 2016



Czas trwania:
9 miesięcy

Efekty*:



KAMPANIA DLA MARKI KAZAR

ZOSTAŁA NOMINOWANA
W MIĘDZYNARODOWYM KONKURSIE

**GOOGLE PREMIER
PARTNER AWARDS 2016**

W KATEGORII

MOBILE PERFORMANCE AWARD