

WORLD BOX

PREMIER
Google
Partner

bluerank



WorldBOX

**sprzedaje o blisko 60% więcej
dzięki technologii DoubleClick**



Gdzie:
Polska



Branża:
Obuwie
sportowe



Rozpoczęcie:
styczeń 2016



Czas trwania:
9 miesięcy

O WorldBOX

WorldBOX to sklep oferujący unikatowe sportowe kolekcje odzieży, akcesoriów i obuwia najlepszych marek, takich jak Adidas czy Nike. Dostępne produkty łączą w sobie szyk i wygodę, a wszystkie są zaprojektowane zgodnie z najnowszymi trendami. Na sklepowych półkach i w Internecie widać zarówno najnowsze trendy, jak i niebanalne, sportowe retro, odzież i obuwie dla osób pozytywnie zakręconych na punkcie mody. Marka WorldBOX oferuje swoje produkty zarówno w sklepach stacjonarnych, jak i jest bardzo aktywna w Internecie – użytkownicy mogą kupić wymarzone buty, akcesoria czy odzież za pomocą kilku kliknięć.

WorldBOX współpracuje z Bluerank od blisko 4 lat. Co roku stawia przed Bluerank nowe wyzwania. Podejmowane przez agencję działania i ich pozytywne efekty pozwalają na realizację nowych celów, do których wykorzystywane są coraz bardziej zaawansowane narzędzia. Przedstawione w tym materiale wyniki kampanii reklamowej obejmują okres 01.01 - 15.09.2015 w porównaniu z 01.01 - 15.09.2016.



Gdzie:
Polska



Branża:
Obuwie sportowe

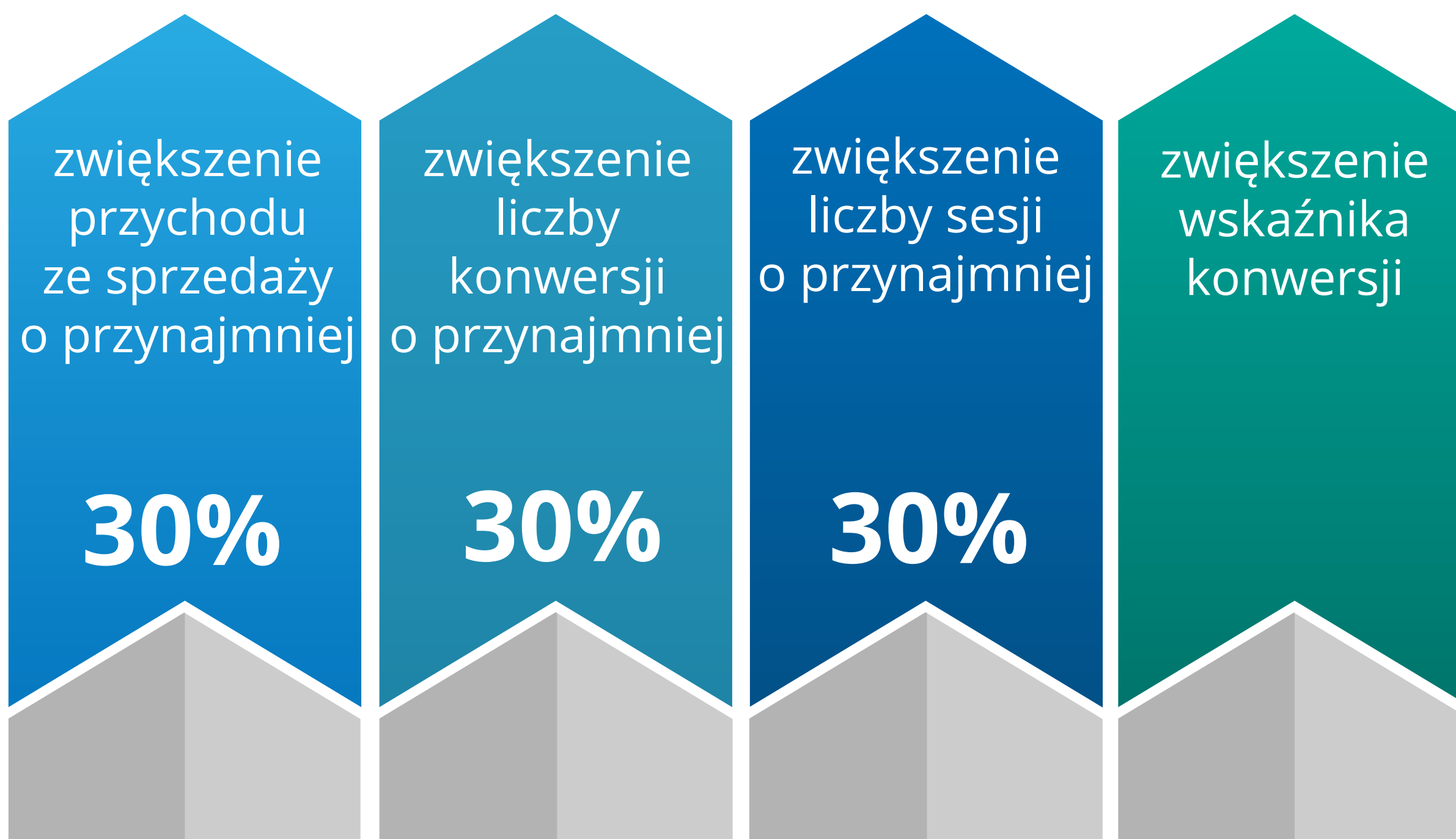


Rozpoczęcie:
styczeń 2016



Czas trwania:
9 miesięcy

Wyzwania dotyczące działań w wyszukiwarce Google:





Gdzie:
Polska



Branża:
Obuwie
sportowe



Rozpoczęcie:
styczeń 2016



Czas trwania:
9 miesięcy

Strategia

Największym wyzwaniem dla Bluerank była realizacja wyznaczonych przez Klienta KPI's na wysoko konkurencyjnym rynku jakim jest obuwie i odzież. Było to możliwe dzięki wykorzystaniu nowoczesnych narzędzi reklamowych i analitycznych oraz wdrożeniu innowacyjnych rozwiązań korzystnych z punktu widzenia biznesu klienta.

Wdrożone przez Bluerank zaawansowane narzędzia za zakresu Web Analytics (np. Google Analytics) pozwoliły dokładnie analizować działania online i podążać zgodnie z wytyczoną strategią biznesową.

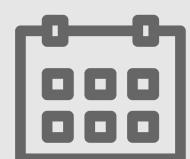
Ważną rolę w procesie optymalizacji odgrywa segmentacja użytkowników sklepu, m.in. na podstawie ścieżki użytkownika podejmowane są decyzje związane z alokacją wydatków mediowych.



Gdzie:
Polska



Branża:
Obuwie
sportowe



Rozpoczęcie:
styczeń 2016



Czas trwania:
9 miesięcy

Narzędzia

#DoubleClick Search

Wszystkie nasze działania zostały zrealizowane z wykorzystaniem technologii DoubleClick Search. Dzięki przygotowanym przez nas i zaimplementowanym strategiom optymalizującym kampanie searchowe, mogliśmy osiągnąć ponadprzeciętne rezultaty i znacznie przewyższyć wyniki wyzwań stawianych nam przez klienta.

Zastosowaliśmy strategie takie jak porzucony koszyk, która polega na zachęceniu użytkowników do ponownej wizyty w sklepie. Reklamy komunikują zniżki, dodatkowe bonusy za dokonanie zakupu. Analiza mikrokonwersji pozwoliła na ustawienie większych stawek za kliknięcie, by frazy wyświetlały się częściej i tym samym prowadziły do zakupu. DoubleClick także na bieżąco aktualizuje kampanie pod względem dostępności asortymentu.





Gdzie:
Polska



Branża:
Obuwie
sportowe



Rozpoczęcie:
styczeń 2016



Czas trwania:
9 miesięcy

#Remarketing z Google Analytics

W kampaniach Paid Search wykorzystaliśmy grupy odbiorców stworzone na podstawie zachowań użytkowników strony worldbox.pl, analizowanej w Google Analytics.

Personalizowane listy remarketingowe pozwoliły dotrzeć do użytkowników, którzy oglądali konkretny produkt jednak nie dodali go do koszyka, użytkowników, którzy dodali produkt do koszyka, ale nie dokonali ostatecznie zakupu, a także użytkowników, którzy oglądali kilka podstron z produktami, ale nie kupili żadnej rzeczy. W kampanii stosowaliśmy także zaawansowane listy remarketingowe. Na tej podstawie zostały utworzone kampanie skierowane do użytkowników, którzy zrealizowali określoną liczbę zakupów czy też trafili do sklepu z konkretnego źródła, np. z Facebooka oraz korzystających z urządzeń z systemem operacyjnym iOS. Listy wykorzystują również użytkowników, którzy korzystali z wewnętrznej wyszukiwarki w sklepie Klienta.



Gdzie:
Polska



Branża:
Obuwie
sportowe



Rozpoczęcie:
styczeń 2016



Czas trwania:
9 miesięcy

#Google Shopping

Stworzyliśmy niestandardowe kampanie produktowe z wykorzystaniem Google Shopping i danych z Google Merchant Center. Atrakcyjne zdjęcia produktowe i możliwość prezentowania ceny promocyjnej sprawiły, że oferty te były bardzo zauważane przez użytkowników.

Ważną rolę w kampaniach Google Shopping odegrały strategie wdrażane przez DoubleClick, m.in. ustalenie kosztu za klik (CPC) na poziomie samego produktu, w zależności od tego, jak dany produkt się sprzedawał. Dzięki temu najbardziej popularne produkty były częściej wyświetlane i sprzedawane. Dzięki DoubleClick, mogliśmy zarządzać kampaniami Inventory – emisja reklam produktowych, asortyment zaciągany z feeda produktowego z Google Merchant Center (GMC).





Gdzie:
Polska



Branża:
Obuwie
sportowe



Rozpoczęcie:
styczeń 2016



Czas trwania:
9 miesięcy

#Blue Manager

W kampanii używaliśmy także autorskiego narzędzia Bluerank, służącego do tworzenia zaawansowanych kampanii produktowych w wyszukiwarce Google, z tysiącami ofert, w oparciu o informacje zawarte w pliku produktowym. Dzięki czemu reklamowane oferty były zawsze aktualne.

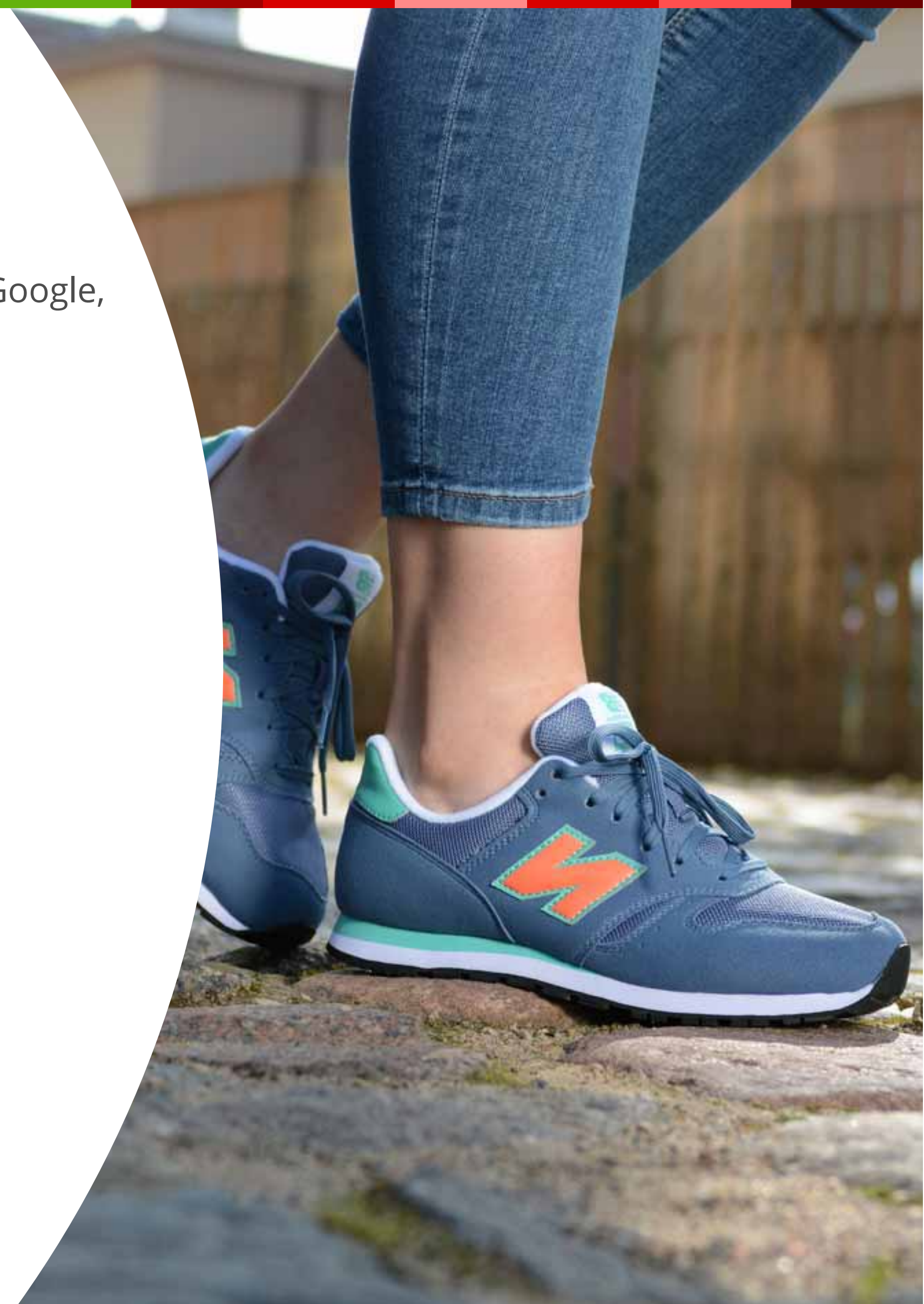
#Google Tag Manager

Narzędzia użyliśmy do zarządzania tagami na stronie klienta i mierzenia skuteczności kampanii (conversion tag, remarketing tags, floodlights) bez konieczności angażowania zespołu IT po stronie klienta.

Wersje beta produktów Google

Realizując kampanię dla WorldBOX aktywnie korzystaliśmy w wersji beta nowych produktów Google, m.in.

- ★ Shopping + RLSA
- ★ Customer Match dla kampanii w wyszukiwarce
- ★ Expanding Text Ads





Gdzie:
Polska



Branża:
Obuwie
sportowe



Rozpoczęcie:
styczeń 2016



Czas trwania:
9 miesięcy

#Narzędzia analityczne

Na bieżąco monitorowaliśmy skuteczność prowadzonych działań wykorzystując narzędzia analityczne m.in.: Search Metrics, czy Google Trends.

Google Analytics – wykorzystywany do bardzo zaawansowanych raportów, stanowi integralną część strategii i oceny efektywności naszych działań. W kampaniach Paid Search wykorzystywany do tworzenia zaawansowanych listy odbiorców, jest także źródłem inspiracji do tworzenia nowych list odbiorców.

Search Metrics – narzędzie wykorzystywane do monitorowania ruchu konkurencji
Google Trends – monitorowanie trendów zapytań w wyszukiwarce.

Nasza kampania aktywnie wspierała także promocję sklepów offline, komunikując wyprzedaże specjalnych modeli obuwia. Zastosowaliśmy także geotargetowanie, dzięki któremu emitowaliśmy reklamy zachęcające do wizyty w sklepie stacjonarnym w danym mieście.



Gdzie:
Polska



Branża:
Obuwie sportowe

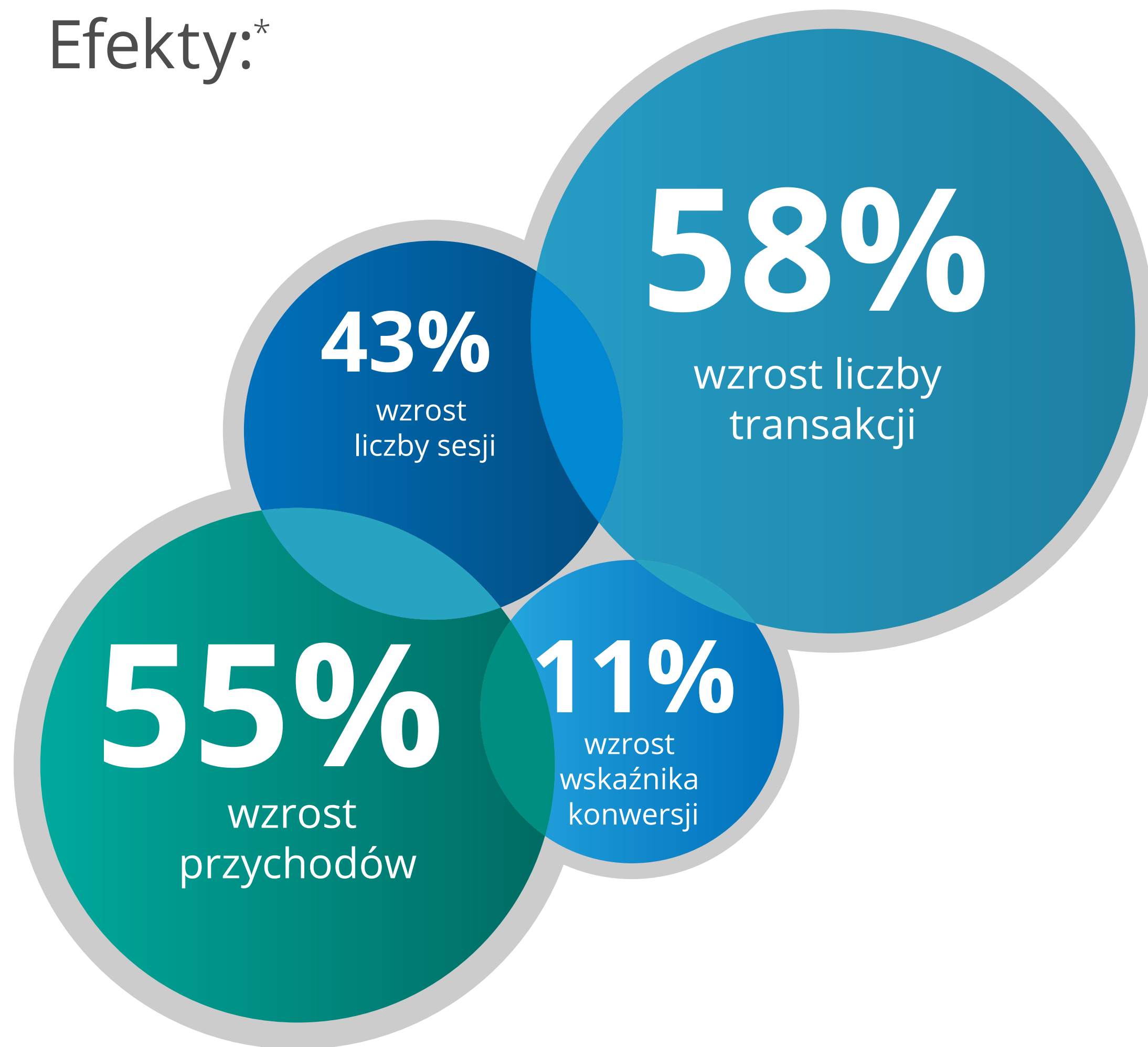


Rozpoczęcie:
styczeń 2016



Czas trwania:
9 miesięcy

Efekty:*



KAMPANIA DLA MARKI WORLDBOX

ZOSTAŁA NOMINOWANA
W MIĘDZYNARODOWYM KONKURSIE

**GOOGLE PREMIER
PARTNER AWARDS 2016**

W KATEGORII
SEARCH PERFORMANCE AWARD 2016