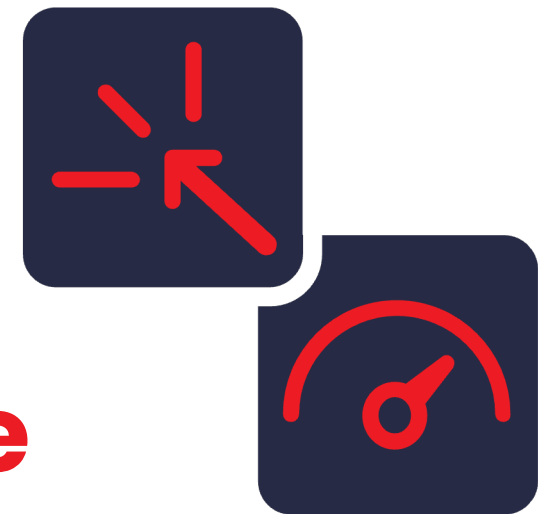
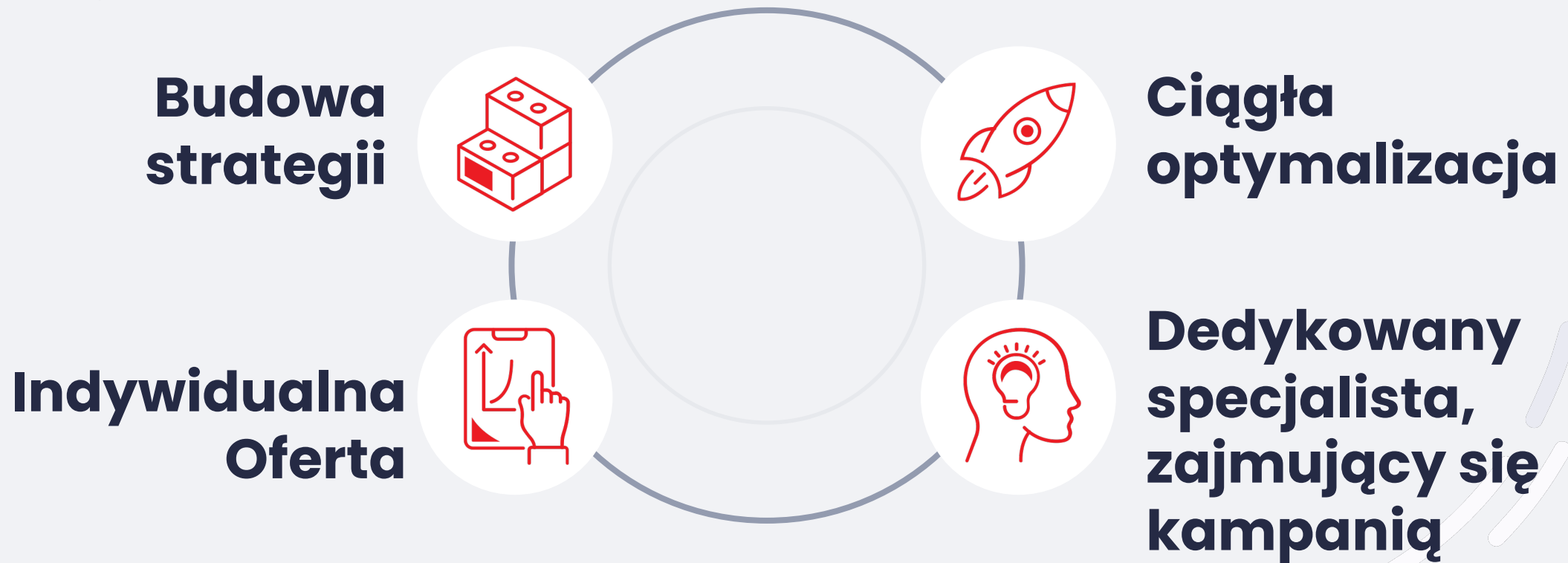


Jak zaplanować i efektywnie zrealizować kampanię reklamową?

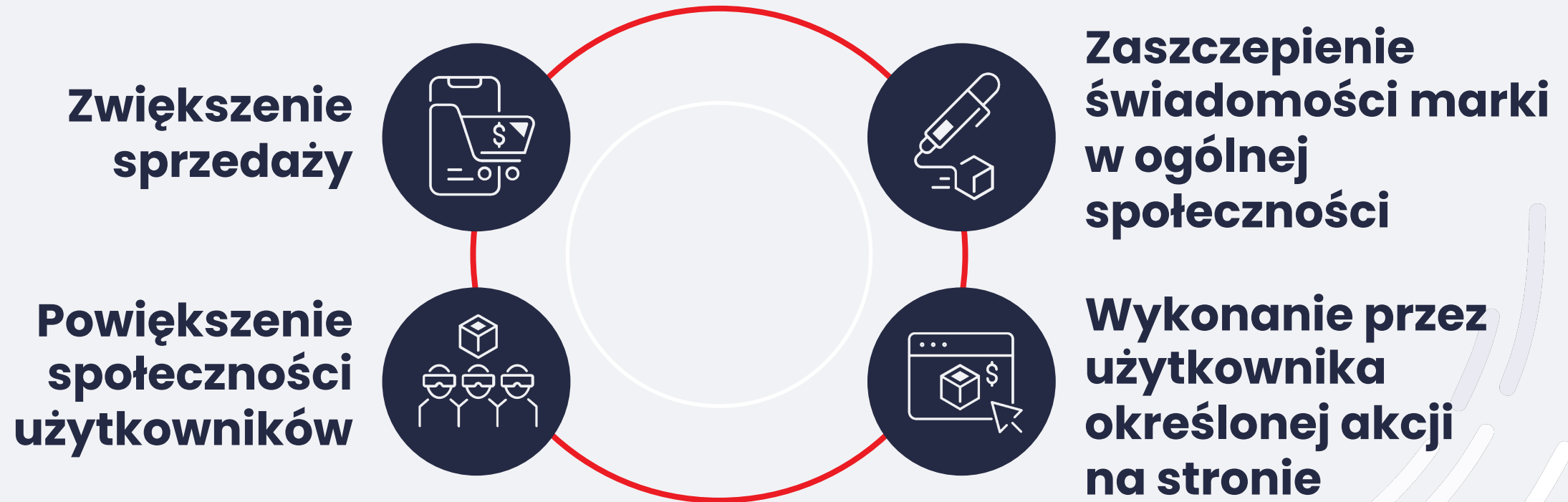
Przewodnik WP Performance



Czym jest performance i co nas wyróżnia ...



Jak zaplanować kampanię?



Współpraca w planowaniu

1

POŻYCZKA nr 1

Nie szukaj dalej.
We? najlepsz? po?yczk?
w Polsce wed?ug ranking?w:

Sprawdź >

POZYCZKA.POL.PL LOANDO comperia localMoney.pl Bankier.pl eBroker.pl

RRSO: 122,57%



Weź nawet 15 000 zł,
rozłóż je na 36 lekkich rat
i zgarnij 200 zł na:

Wyprawkę szkolną

Tablet

Żelazko

SPRAWDŹ!

- Strategia komunikacji
- Modelowanie przekazu reklamowego
- Szata graficzna kreacji

Modele rozliczeniowe

CPC

zasięg,
świadomość,
budowanie bazy
użytkowników

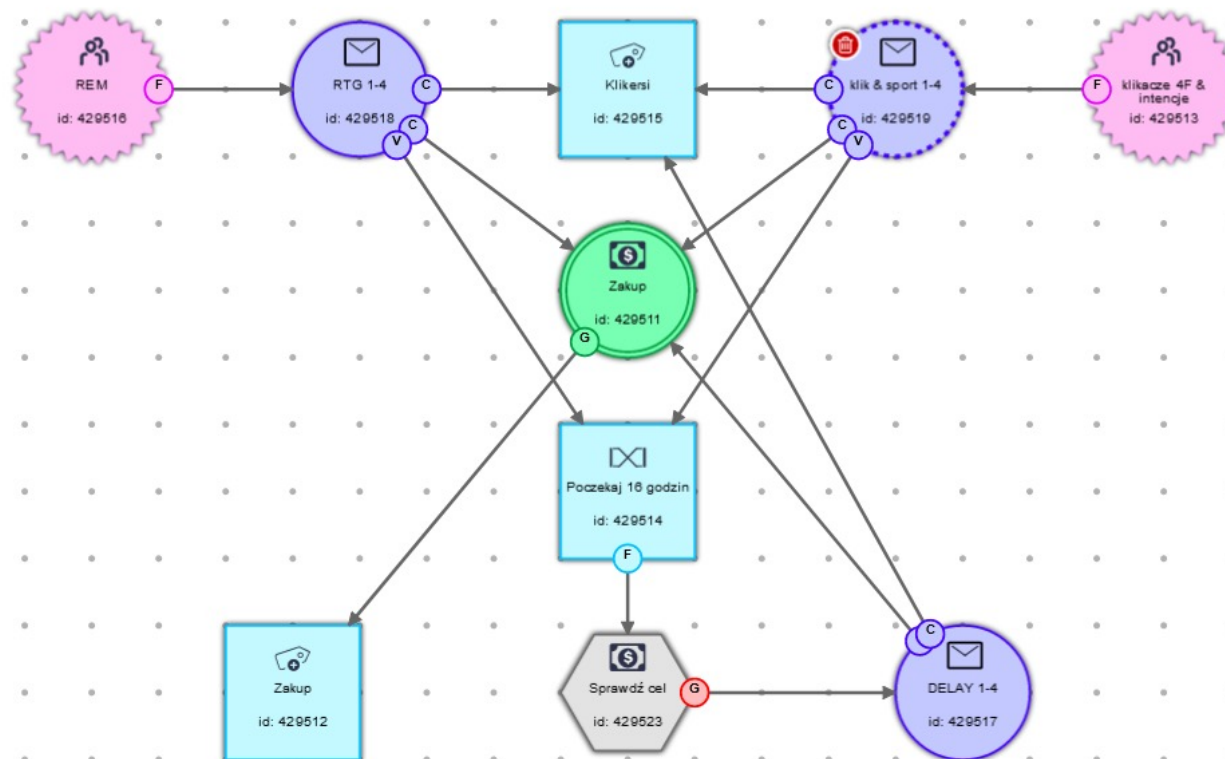
CPA (CPL/CPO/CPS...)

wykonanie
konkretnej akcji
na stronie

COS/ROAS (rev share)

sprzedaż

Wszystkie kampanie realizujemy przy użyciu naszego autorskiego systemu emisyjnego **WP Marketing Cloud**



PRODUKTY



marketing
cloud



metrics



audience
center



marketing
platform

NARZĘDZIA



pixel



sales
booster



viewability



cross-device



marketing
cloud



WP Marketing Cloud to adserwer reklamowy rozwijany pod kątem potrzeb klientów, potrafiący w pełni wykorzystać potencjał reklamowy serwisów i technologii Wirtualnej Polski.



Scenariusze kampanii

Możemy dokładnie zaplanować kolejność komunikatów, które trafiają do użytkownika



Profile użytkowników

Zamiast cookies korzystamy z profili użytkowników, co pozwala nam na identyfikację jednego użytkownika na kilku urządzeniach



Multichannel

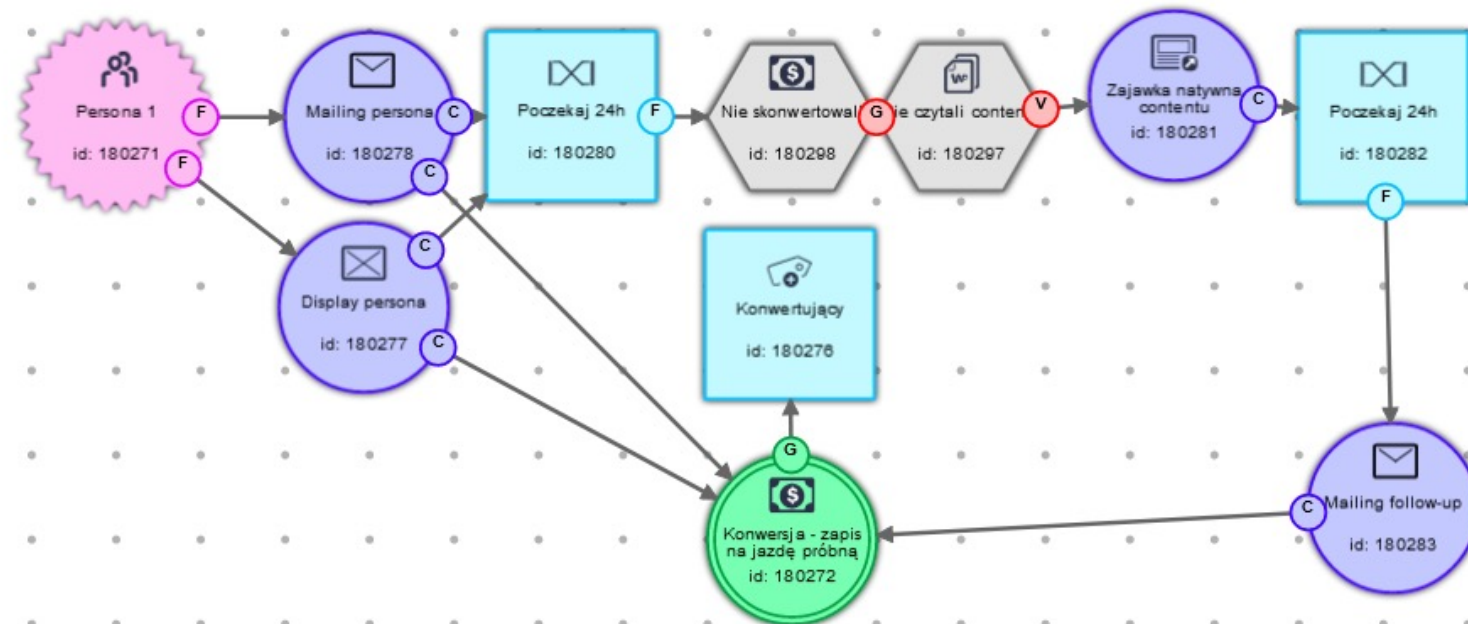
Kampanie display, native i mailing emitujemy w jednym adserwerze



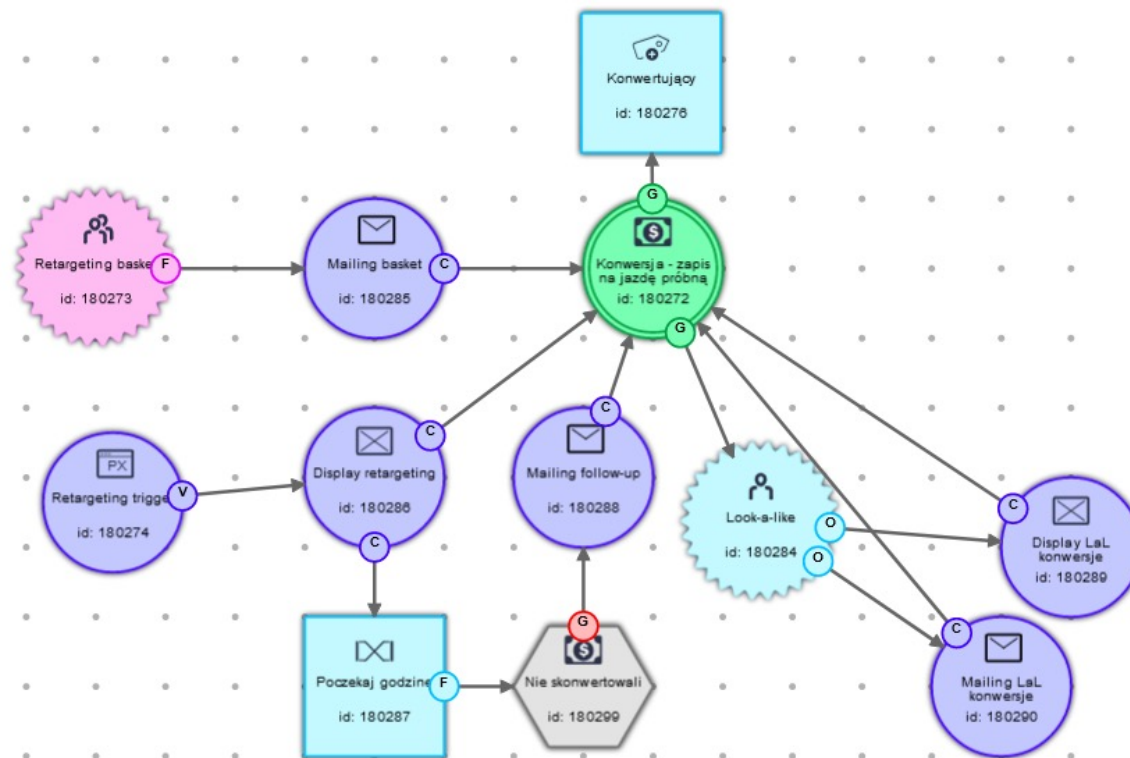
Atrybucja

Analizujemy pełną ścieżkę zakupową konwertujących użytkowników

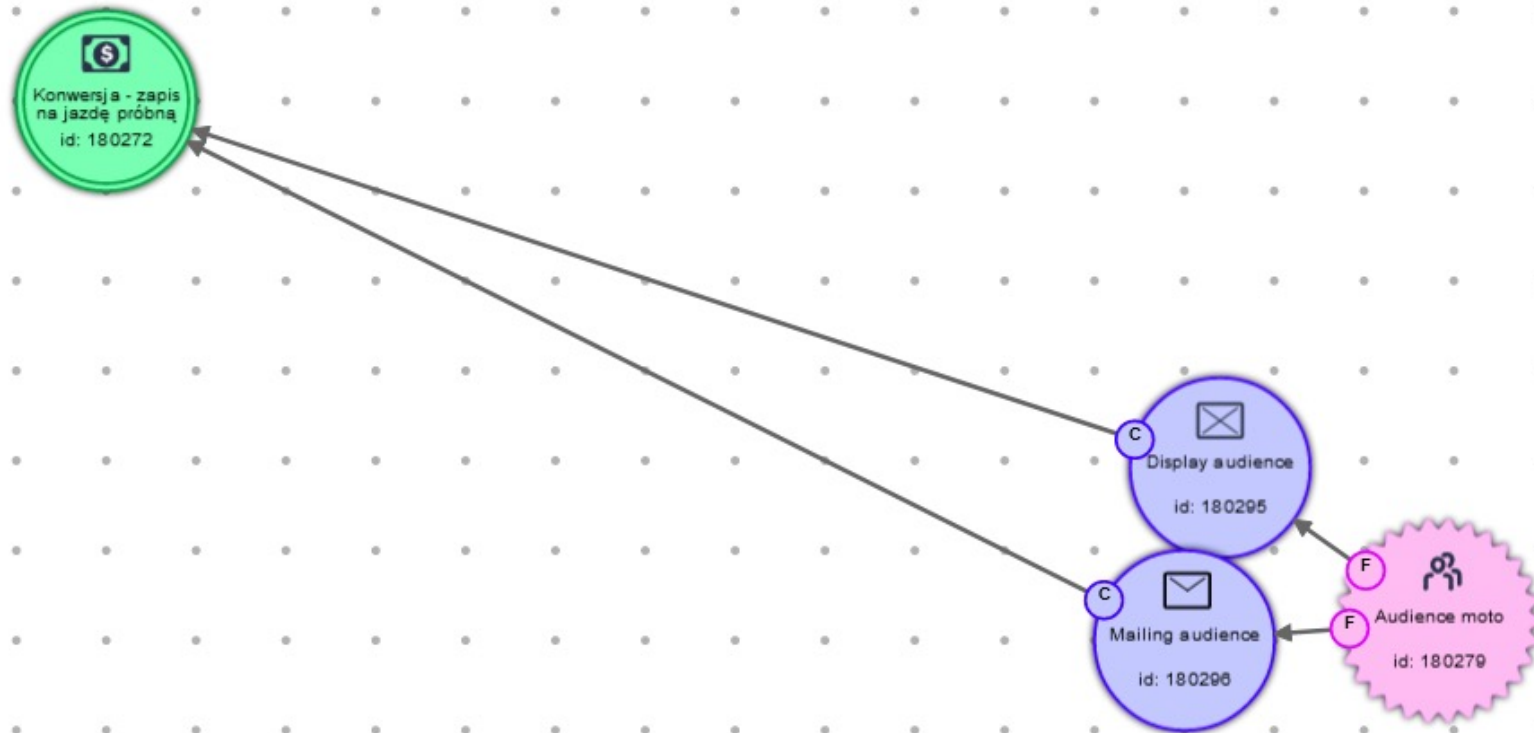
Budowa scenariusza emisyjnego - **persony**



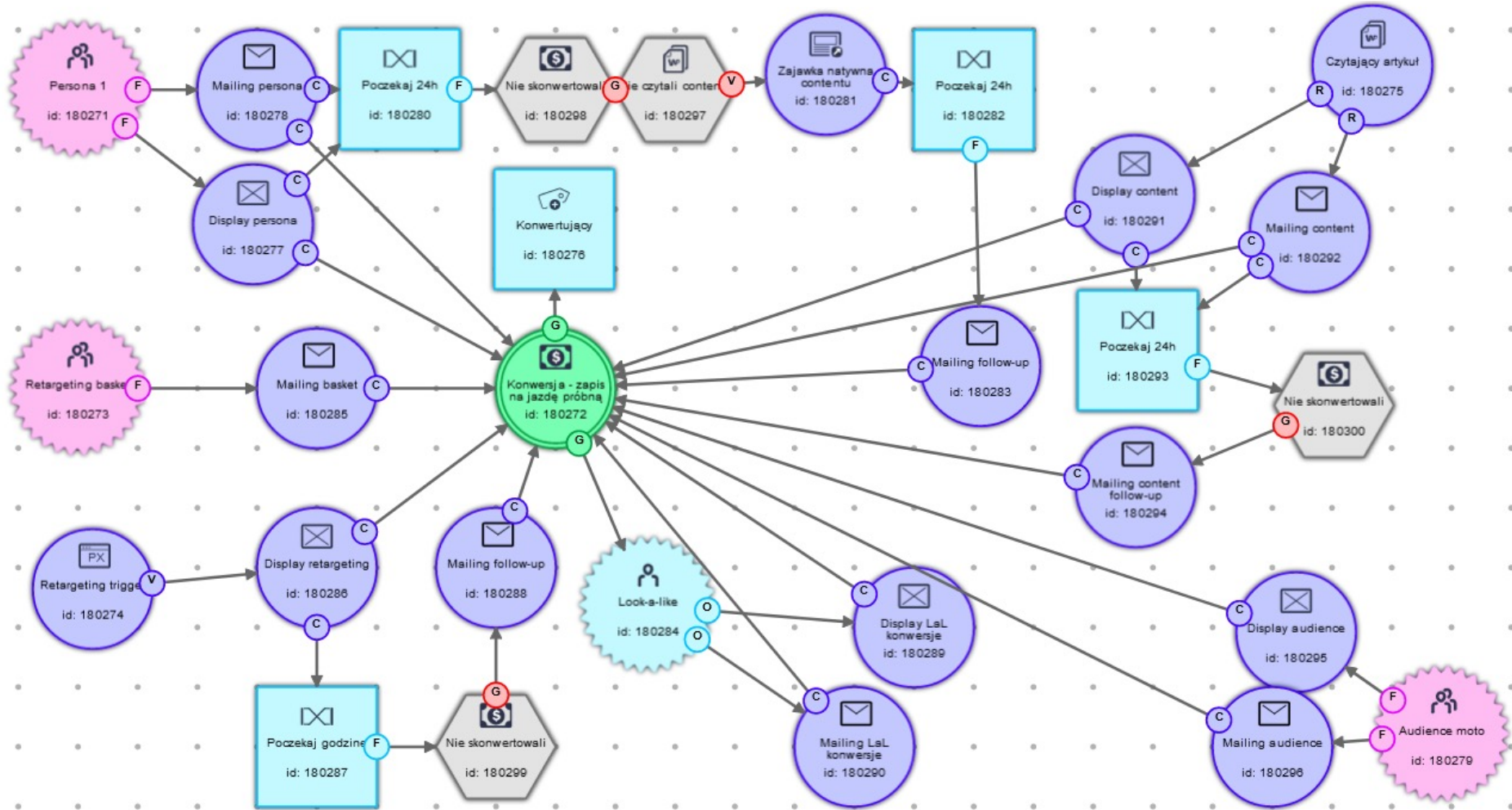
Budowa scenariusza emisyjnego - **retargeting**



Budowa scenariusza emisyjnego - **audience**



Budowa scenariusza emisyjnego



Lejek sprzedażowy

Produkty i formaty performance



Ścieżka zakupowa



Szeroka emisja display, budowanie ruchu na stronie, pokrycie całej siatki reklamowej

Dłuższe formy, interaktywność, wartość informacyjna

Ścisłe targetowanie, formaty o charakterze sprzedażowym

Sprzedaż

Korzyści WP Sales Booster



Odzyskiwanie utraconych klientów naszych reklamodawców bez pośredników z gwarancją sprzedaży



Dotarcie do **98%** internautów również adblockowców celem **odzyskiwania koszyka**



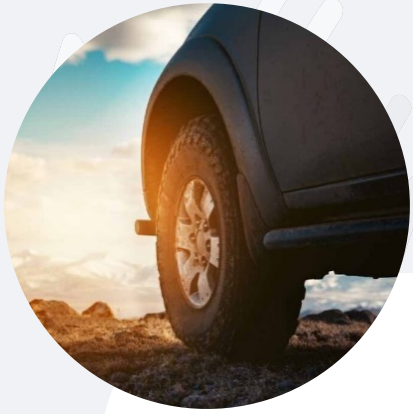
Nowy standard rozliczeń performance'owych czyli **gwarantowany ROAS** – udział kosztu mediowego w wartości sprzedaży / **CPS**



Wykorzystanie efektywnych **szablonów dynamicznych własnego autorstwa** – emisja na **pełnej siatce reklamowej** WP



Google i Facebook NIE oferują rozliczenia gwarantującego sprzedaż.
To wyróżnia WP!



Branża Moto (CPL)

Profil Klienta

Producent samochodów terenowych

Ocena 4,2/5 na autocentrum.pl

Analiza konkurencji

porównanie profilu cenowego, popularności, a także przeznaczenia (miejskie, mieszane, offroad)

Wyzwania

- Niejednoznaczny profil użytkownika
- Duże wymagania finansowe
- Marka kojarzona z offroadem, konieczność zbudowania komunikacji o modelu jako o luksusowym miejskim SUVie

Cele

- 250 zapisów na jazdy próbne
- 1000 prekonfiguracji

Komunikacja

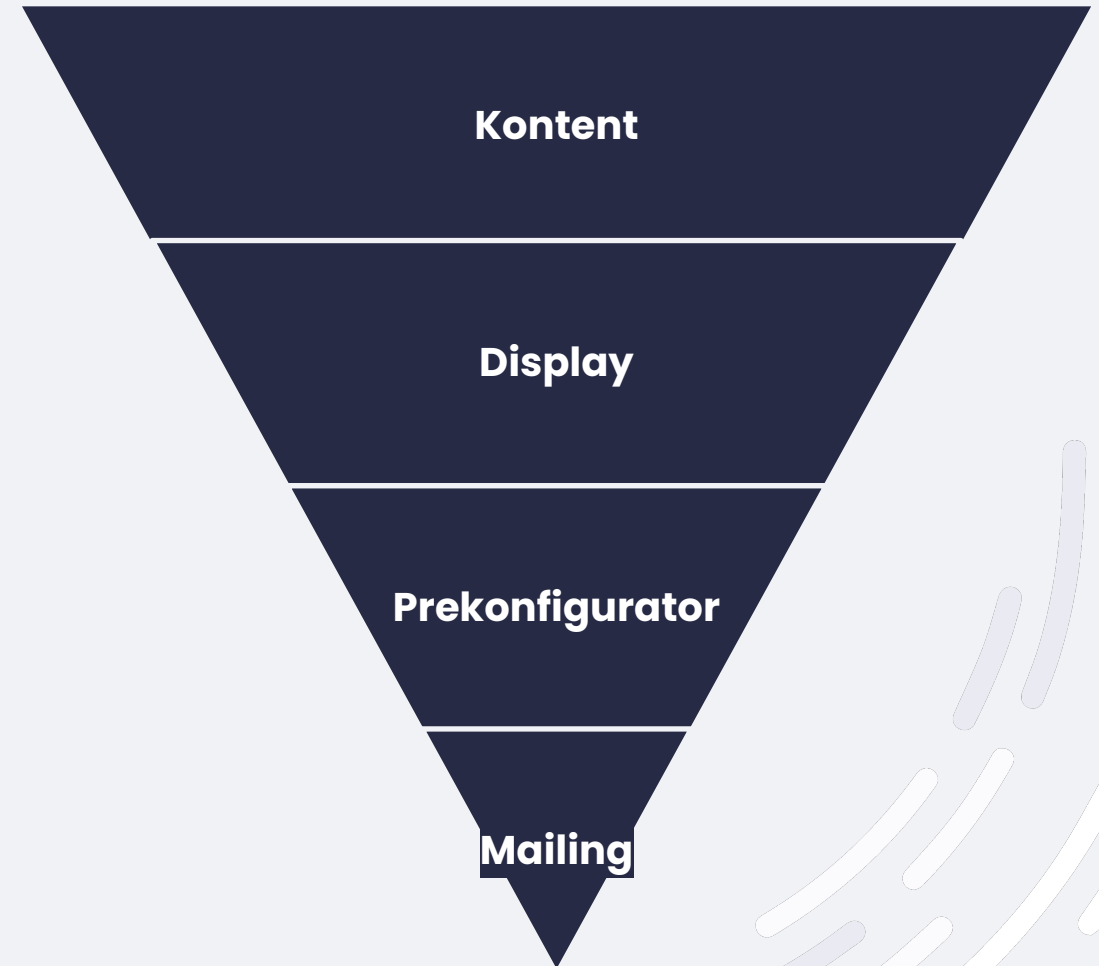
Dopasowana do predefiniowanych person/atrybutów

Oferta

Kompleksowa kampania zakładająca przeprowadzenie użytkownika przez cały lejek konwersji

Rekomendacje

- Dopasowanie LP do działań (modyfikacja formularza na LP)
- Wpięcie kodów PX na całej ścieżce konwersji
- Przygotowanie wszystkich kreacji po naszej stronie z komunikacją dostosowaną do KPI
- Dwie wersje prekonfiguratora
- Scenariusz kampanii WP Marketing Cloud uwzględniający całą ścieżkę konwersji



Realizacja

1

**Tygodniowa
wysyłka testowa**
testy A/B tematów
mailingów

2

Wysyłka właściwa
31 kreacji odpowiednio
dobranych per
persona i atrybut

3

**Równoczesne
uruchomienie
emisji display +
prekonfigurator**

4

**W końcowej fazie
wsparcie
dodatkowymi
formatami
pocztowymi**

Wyniki kampanii

KPI	Zlecone	Zrealizowane	Realizacja
Prekonfiguracje	1000	2969	297%
Zapisy na jazdę próbną	250	268	107%

Feedback klienta

- Klient zadowolony z wysyłki, nie miał zastrzeżeń do prowadzonych działań i nadspodziewanych efektów
- Otwarty na dalszą współpracę i rekomendacje
- Planuje kolejną kampanię – inna marka auta

Branża finansowa (CPO)



Profil Klienta

Firma zajmująca się szybkimi pożyczkami gotówkowymi

Analiza konkurencji

porównanie oferty, rozpoznawalności, formy komunikacji (brand hero, styl językowy, budowa LP)

Wyzwania

- Mierzalne zwiększenie świadomości marki
- Optymalizacja działań sprzedażowych

Oferta

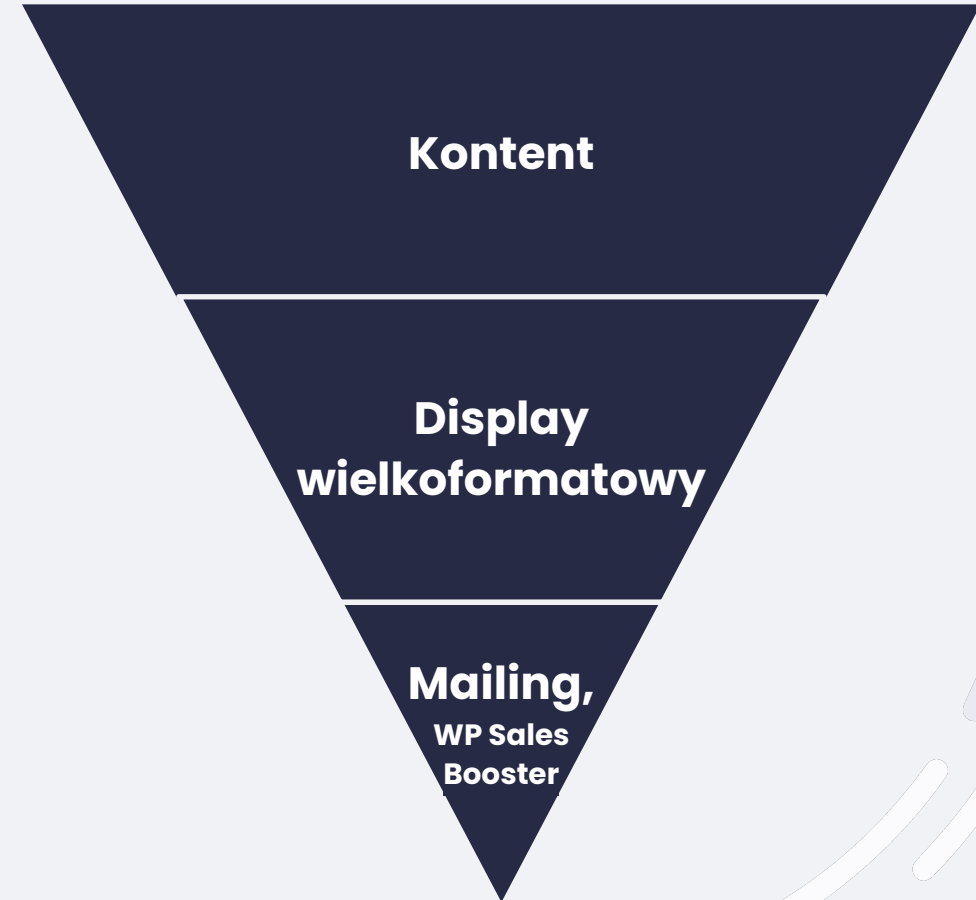
Równoległa kampania sprzedażowa i wizerunkowa. Ankieta świadomości marki przed i po kampanii.

Komunikacja

- W części wizerunkowej przekaz maksymalnie informatywny, z zaznaczonym brandingiem
- W części sprzedażowej skupienie się na ofercie

Rekomendacje

- Dopasowanie LP do działań (maksymalne skrócenie formularza)
- Wpięcie kodów PX na całej ścieżce konwersji
- Komunikacja sprzedażowa dostosowana do etapu ścieżki konwersji
- Scenariusz kampanii WP Marketing Cloud uwzględniający całą ścieżkę konwersji



Wyniki kampanii

Pytanie

Które z wymienionych poniżej serwisów internetowych oferujących szybkie pożyczki znasz?

Zmiana wartości w ankiecie

24%

Czy w ciągu ostatniego tygodnia widziałaś / widziałeś w internecie reklamy serwisów internetowych oferujących szybkie pożyczki?

40%

Czy w ciągu najbliższego miesiąca masz zamiar wziąć pożyczkę przez internet?

44%

Czy ubiegając się o pożyczkę byłabyś / byłbyś skłonny rozważyć ofertę konkretnego pożyczkodawcy?

21%

Miesiąc	Wygenerowane sprzedaże	Nakład wizerunkowy na jednostkową sprzedaż
luty	61	1 668,46 zł
marzec	114	1 268,42 zł
kwiecień	69	1 014,49 zł
maj	68	1 147,06 zł
czerwiec	85	1 235,29 zł
lipiec	68	323,53 zł
sierpień	55	487,27 zł
wrzesień	189	756,61 zł
Suma końcowa	709	1 041,43 zł



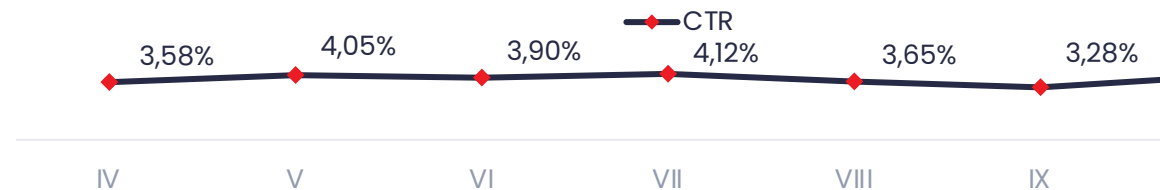
Branża fashion (CPS)

Profil Klienta

Polska spółka odzieżowa

- Polska spółka odzieżowa notowana na GPW
- Portfolio składające się z kilku odrębnych marek

CTR

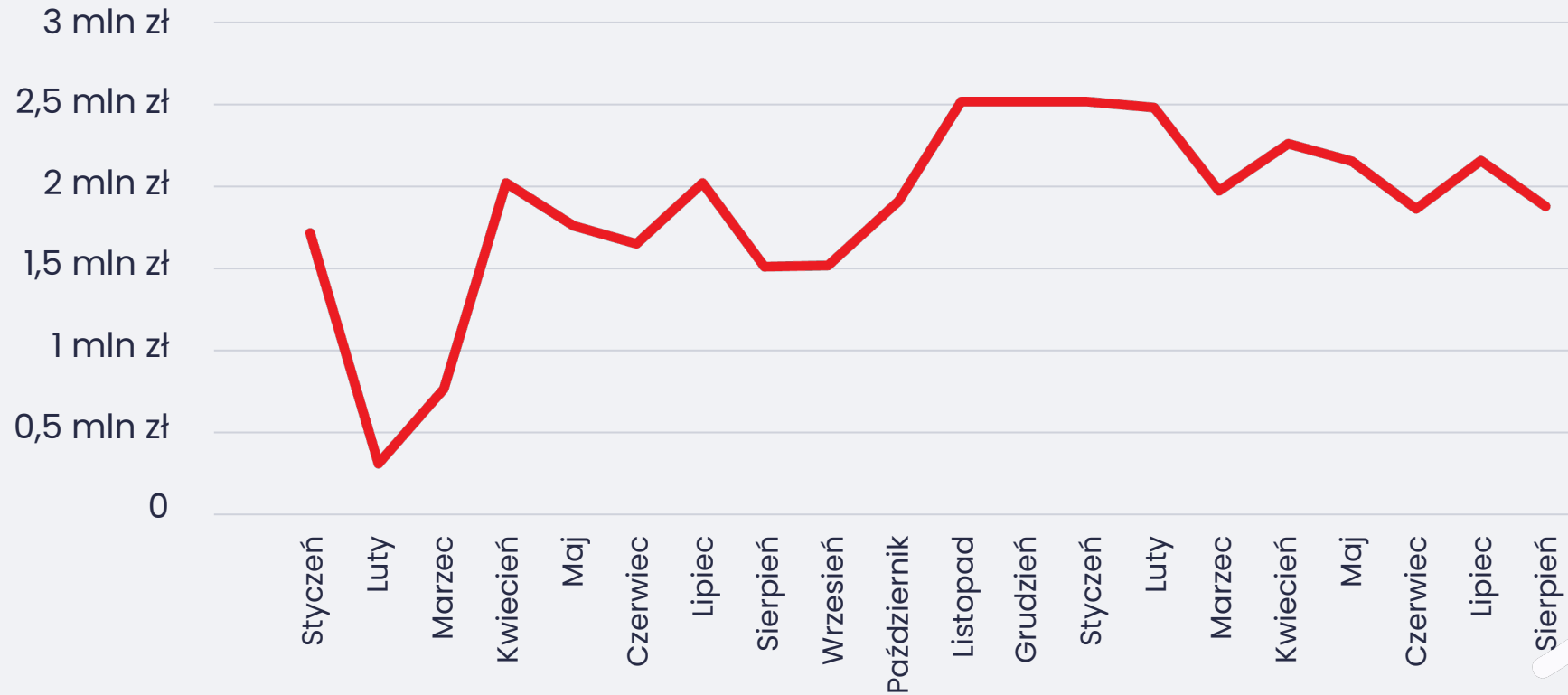


Transakcje



Rentowność kampanii CPS przed i po wdrożeniu WP Sales Booster

Przychód klienta





Marketplace elektroniczny (CPC)

Profil Klienta

Sieć sklepów sprzedająca elektronikę, AGD i multimedia

Analiza konkurencji

porównanie oferty, rozpoznawalności, formy komunikacji (styl językowy, budowa LP)

Wyzwania

- Sprzedaż
- Pozyskanie nowych klientów

Oferta

Kampania przeprowadzająca klienta przez cały lejek, ale z formatami dobranymi tak, aby każdy z nich miał opcję sprzedażową.

Komunikacja

- Retargeting
- Komunikacja sprzedażowa

Cele:

- Zwiększenie świadomości marki
- Maksymalizacja sprzedaży

KPI

- COS 10%

Oferta

- Miesięczna kampania sprzedażowa



Wyniki kampanii

- Kampania wygenerowała **ponad 450** transakcji podczas miesięcznej akcji
- Wartość wygenerowanego przychodu dla klienta

565 tys. PLN
Last click

10%
COS*

0,4
CR

Branża nieruchomości (CPC)



Profil Klienta

Developer nieruchomości z miasta wojewódzkiego

Analiza konkurencji

porównanie oferty,
lokalizacji,
przeznaczenia, "prestżu"

Cele

Dotarcie do użytkowników
będących w procesie
zakupu mieszkania

Oferta

Kampania mailingowa
targetowana audience'owo

Komunikacja

Przekaz maksymalnie
informatywny, z wyłączeniem
cen nieruchomości

Wyniki kampanii

Rozmiar
dobranego
targetu

27 000

Liczba
zainteresowanych
użytkowników

1 000

CTR

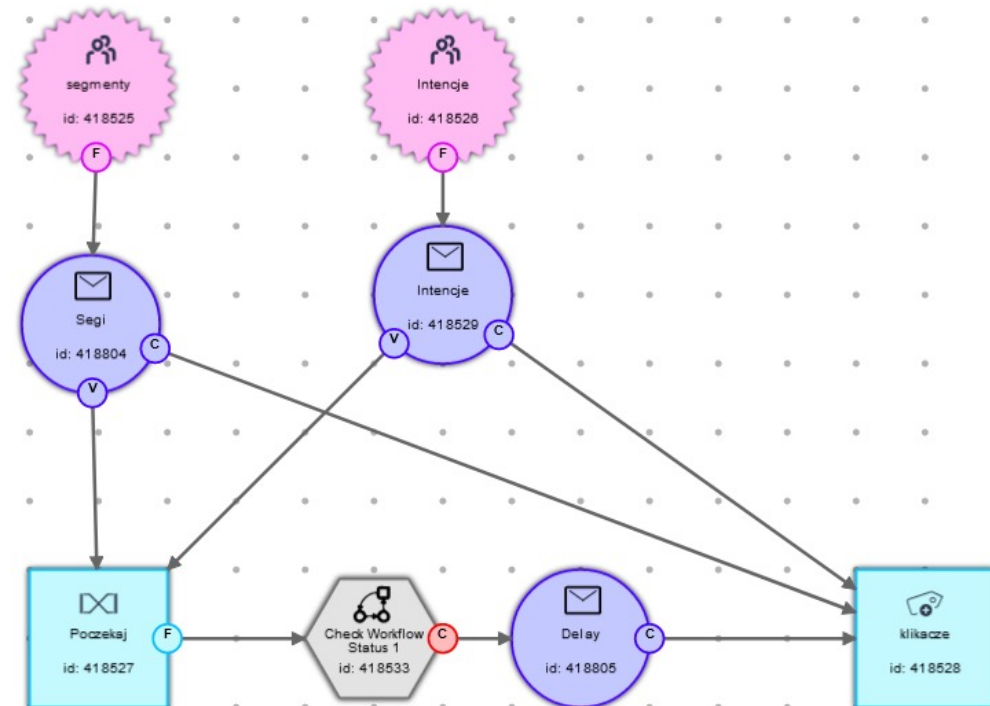
3,97%

Średni CTR
sieci

0,89%

Feedback klienta

Klient wszedł w wielomiesięczną, cykliczną współpracę na tych samych zasadach rozliczeniowych.



Dziękujemy!



Bartłomiej Bartosik
Performance Growth Manager

bartlomiej.bartosik@grupawp.pl



Marcin Czeczot
Dyrektor ds. Technologii Reklamowej

marcin.czeczot@grupawp.pl

Zapraszamy do współpracy:

reklama@grupawp.pl

WP performance

