

Prípadová štúdia: Efektivita CPA kampane pre Eshop



Ciele kampane:

- Zvýšenie predaja produktov
- Dostanie značky a produktov do povedomia
- Náklady na dosiahnutie jedného predaja nesmie presiahnuť 3 €.

Implementácia:

- Trvanie kampane:
14.1.2011 – 16.2.2011 (35 dní)
- Veľké bannerové formáty
300x300, 250x250
120x600, 160x600
728x90, 468x60
- 10 až 20 variácií kreatívy pre rôzny tovar.
Dohromady 113 podkladov
- Automatická optimalizácia kreatívy:
je vyhodnocovanie úspešnosti konkrétnych bannerov (produktov) a automatické priradenie priority pre najúspešnejšie.
- CPA model:
platba za akciu (kúpa tovaru),
zobrazenia a kliknutia = zadarmo
- Pokročilé vyhodnocovanie kampane pomocou sledovania cesty ku konverzii (kúpe tovaru) na základe Click through akcií a View through akcií.

Výsledky:

Systém adGuru dodal brandingovú kampaň pre Eshop de facto zadarmo. Taktiež priviedol na stránky produktov 16 495 potenciálnych zákazníkov z ktorých 86 si reálne zakúpilo inzerované produkty. Pomocou automatickej optimalizácie kreatívy boli uprednostňované podklady (bannery), ktoré vykazovali najväčšiu úspešnosť čím sa maximalizovala efektivita kampane a zvýšila šanca predaja produktov.

Čísla:

Zobrazení bannerov	10 372 338
Privedených návštevníkov na stránky produktov kupma.sk	16 495
86 akcií (kúpa) - click throug akcie:	29
- view trough akcie:	57
Celkové náklady na kampaň	53 €
Celkové náklady na predaj 1 produktu:	1,65 €
Cena za klik:	0,003 €
Cena za 1 000 zobrazení:	0,04 €