

Případová studie: Správa a optimalizace PPC kampaní pro společnost MP toner s.r.o.

www.mptoner.cz

Společnost MP toner, s.r.o. se zabývá výrobou a prodejem kompatibilních tonerů MP Print a prodejem kompletního sortimentu kancelářských potřeb. Firma od roku 2005 provozuje e-shop www.mptoner.cz, který svým klientům nabízí více než 27 000 produktů.

The screenshot shows the website interface for MP toner. At the top, there is a navigation bar with links for 'Úvod', 'E-shop', 'Služby', 'Informace o nákupu', 'O firmě', and 'Kontakt'. Below this is a search bar and a sidebar with filters like 'Vyberte si kategorií', 'Bonusová akce', 'Cenové akce', 'Náš tip', 'Výprodej', 'Novinky', and 'Nejprodávavější'. The main content area is titled 'Cenové akce: Tonery' and displays a grid of product listings. Each listing includes a product image, a 'detail' button, a 'koupit' button, and the price. The products shown include various models of toner cartridges such as HP Q2612A, Ricoh MPC2500, and Epson AcuLaser M1200.

www.mptoner.cz

Cíle kampaně

Cílem klienta bylo primárně zvýšit výkon běžících PPC kampaní a zvýšit objem prodeje e-shopu meziročně o 10 % při zachování stávajícího rozpočtu.

Na základě těchto cílů jsme 1. 2. 2013 převzali vedení kampaní po předchozím správci a začali s jejich důkladnou vstupní analýzou.

Návrhy změn a optimalizace kampaní

Na základě vstupní analýzy běžících kampaní jsme pro klienta navrhli provedení několika změn s cílem maximalizovat návštěvnost a zejména pak vylepšit její kvalitu.

Maximalizace návštěvnosti

Při maximalizaci návštěvnosti jsme se zaměřili na získání co nejvyššího počtu relevantních návštěvníků. Aby to ale nebylo tak jednoduché, naším omezením a cílem bylo neutratit další peníze z klientova rozpočtu. Z tohoto důvodu jsme pro klíčovou část sortimentu daného klienta nasadili produktové kampaně se stovkami reklamních sestav, kde jsme dosáhli pomocí metody – *jedno klíčové slovo > jedna sestava > jeden produkt* – velmi přesného cílení za poměrně nízké ceny.

Zlepšení reklamních textů

Velký prostor jsme našli ve zlepšení reklamních textů. Využili jsme tzv. *prodloužený titulek*, rozšíření o relevantní *sitelinky* a v textech inzerátů jsme použili populární otázky a čísla.

mptoner.cz - MP toner - Spolehlivý dodavatel pro kancelář

www.mptoner.cz/

Nakupte online a získajte dárky.

Tonery

Skartovačky

Řezačky

Tabule

Etikety

Kancelářské potřeby

V PPC kampaních se vyplácí i reklama na vlastní značku

[Toner Hp - Originální i renovované tonery - mptoner.cz](http://www.mptoner.cz)

www.mptoner.cz/

Bonusy za nákup a doprava zdarma!

Ukázka využití prodlouženého titulku v prémiových pozicích

Zkvalitnění návštěvnosti

Zkvalitnění návštěvnosti jsme dosáhli především důkladnou a pravidelnou analýzou reportu vyhledávacích dotazů a následným zařazováním nerelevantních dotazů do seznamu vyřazených slov.

Remarketing

Pro vybrané segmenty produktů jsem navrhli sadu remarketingových kampaní.



MP toner S.r.o.

Nevíte si rady s výběrem toneru nebo cartridge?

ISO: 9001 ISO: 14001

OVĚŘENO ZÁKAZNÍKY

Přijďte k nám

Ukázka banneru pro remarketing v PPC systému Google AdWords

Remarketing vám umožňuje oslovit návštěvníky, kteří v minulosti navštívili váš web. Mohou to být např. ti návštěvníci, kteří se zajímali o nějakou skupinu produktů, ale nakonec odešli bez nákupu. Těmto návštěvníkům pak můžete v obsahové síti zobrazovat bannery a připomínat se jim.

Výsledky kampaně

Nárůst transakcí e-shopu z PPC kampaní

Podívejme se na meziroční srovnání výsledků PPC kampaně za první 3 měsíce optimalizace kampaně prováděné naší agenturou.

ve shodě Zdroj Médium Kampaň Další ▾

řazení: Výchozí 🔍 rozšířený

↓	Návštěvy ?	Tržby ?	Transakce ?	Průměrná hodnota ?	Konverzní poměr elektronického obchodu ?	Hodnota na návštěvu ?
	11,28 % ↓ vs.	43,65 % ↑ Kč vs. Kč	44,06 % ↑ vs.	0,28 % ↓ Kč vs. Kč	62,38 % ↑ 2,60 % vs. 1,60 %	61,92 % ↑ Kč vs. Kč

Meziroční srovnání výsledků z PPC kampaní v Google Analytics

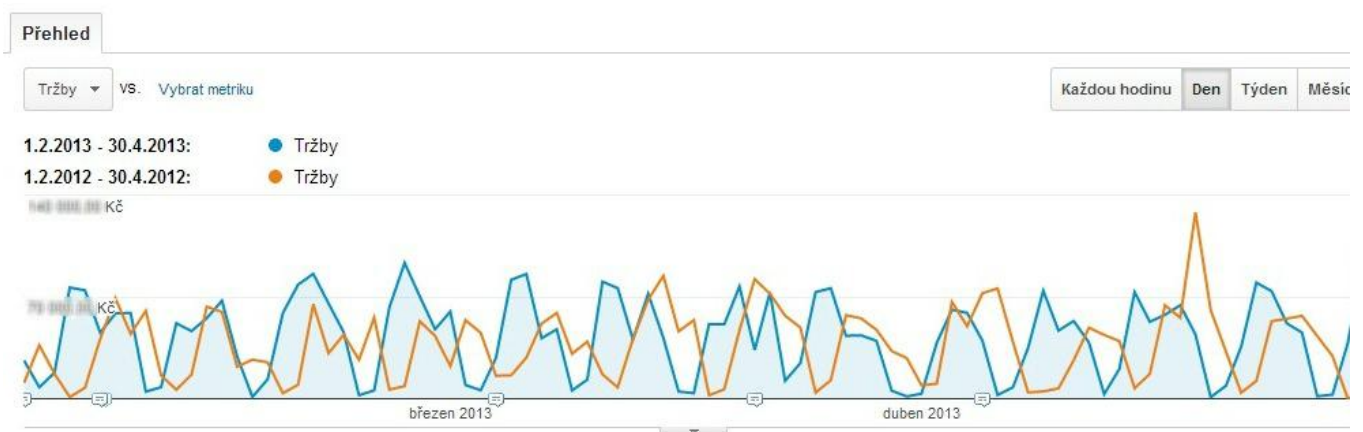
Při porovnání naměřených dat z *Google Analytics* se stejným obdobím v předchozím roce, kdy kampaně spravovala předchozí agentura, vidíme, že sice došlo k poklesu návštěv z PPC kampaní, ale současně došlo i k výraznému zvýšení tržeb a počtu transakcí. Tržby z PPC kampaní se nám podařilo meziročně zvýšit o 43,65 %. To je způsobeno zejména zastavením starých neefektivních kampaní, lepším cílením a vylepšenými texty inzerátů.

Ivestice do PPC systémů zůstala ve sledovaném období téměř stejná jako v předchozím roce:

- *Google AdWords*: zvýšení ceny o 2,60 %
- *Sklik*: zvýšení ceny o 1,28 %

Celkový nárůst transakcí e-shopu







Pro úplnost ještě uvádíme meziroční srovnání celkových tržeb e-shopu za 3 měsíce, ve kterých probíhala optimalizace PPC kampaní pod vedením naší agentury.



Meziroční srovnání celkových tržeb e-shopu

I v celkovém srovnání došlo k navýšení prodejů a tržeb, při současném poklesu návštěvnosti. Celkový objem prodeje e-shopu se meziročně zvýšil o **16,05 %**.

Další ▾

řazení: Výchozí ▾ rozšířený      

↓	Návštěvy ?	Tržby ?	Transakce ?	Průměrná hodnota ?	Konverzní poměr elektronického obchodu ?	Hodnota na návštěvu ?
	22,83 % ↓ vs.	16,05 % ↑ Kč vs. Kč	18,67 % ↑ vs.	2,21 % ↓ Kč vs. Kč	53,77 % ↑ 3,97 % vs. 2,58 %	50,38 % ↑ Kč vs. Kč

Celkové meziroční srovnání výsledků e-shopu

Vyjádření klienta



„S výsledky optimalizace a celkovou prací týmu profesionálů z Optimal Marketing jsem více než spokojen. Musím říct, že jsem takové výsledky ani neočekával.“

Martin Michl, jednatel společnosti MP toner

Závěr

Z případové studie je vidět, že se nám podařilo cíle nejen splnit, ale dokonce je i výrazně překročit. To ale určitě ještě stále není strop našich možností. V současné době jsme klientovi navrhli optimalizaci cílových stránek e-shopu. Věříme, že takto je možné dosáhnout ještě lepších výsledků.

Chcete také dosahovat výborných výsledků v PPC reklamě?

Využijte slevový kód, díky kterému můžete získat hodinovou konzultaci od našeho PPC specialisty zdarma.

Slevový kód: **27Xp71zk331**

Kód můžete uplatnit na stránce: www.optimal-marketing.cz/vyber-ppc-konzultace.

Kontaktní informace

Optimal Marketing s.r.o.
Vinohradská 124
130 00 Praha 3

tel.: +420 588 005 134

e-mail: info@optimal-marketing.cz

web: www.optimal-marketing.cz | www.web71.cz

facebook: facebook.com/optimal.marketing

twitter: @optimalne

twitter: @web71

Sledujte nás a získejte další zajímavé tipy pro vaše podnikání na internetu.