



4PEOPLE

NISZOWY PRODUKT I DUŻE EFEKTY,

czyli jak kampanie Google Ads napędziły sprzedaż Bagum w B2B i e-commerce.

350% wzrost sprzedaży online i 10% w B2B dzięki dobrze skrojonej strategii Google Ads.

Zobacz, jak przy ograniczonych możliwościach technicznych sklepu udało nam się zbudować skuteczną kampanię reklamową i realnie zwiększyć przychody klienta.

BAGUM KRZYSZTOF BADOWSKI

to firma z siedzibą w Częstochowie, specjalizująca się w produkcji taśm lamówkowych i nośnych, a także gum plecionych i dzianych. Od lat dostarcza swoje produkty dla kluczowych branż: motoryzacyjnej, dziecięcej (np. akcesoria do wózków) oraz ogrodniczej, gdzie taśmy Bagum wykorzystywane są m.in. do wiązania drzewek. Dzięki wysokiej jakości produktów oraz szerokiej gamie rozwiązań firma zyskała zaufanie zarówno wśród klientów hurtowych (B2B), jak i detalicznych (B2C), łącząc tradycyjne rzemiosło z nowoczesnym podejściem do sprzedaży.



WYZWANIA

Współpracę z firmą Bagum rozpoczęliśmy w czerwcu 2023 roku i kontynuujemy ją aż do dziś. Naszym głównym celem było **zwiększenie sprzedaży w obszarze zamówień hurtowych i detalicznych**, realizowanych przez nowo uruchomiony sklep internetowy: sklep.bagum.pl.



WYZWANIA

Na początku zmierzyliśmy się z kilkoma istotnymi problemami:



OGRANICZONE MOŻLIWOŚCI TECHNICZNE SKLEPU,

które utrudniały zbieranie
danych o konwersjach;



DYNAMICZNIE ZMIENIAJĄCY SIĘ BUDŻET REKLAMOWY,

skokowe zwiększanie budżetu
w poszczególnych kwartałach,
co powodowało trudności w działaniu
kampanii reklamowych



WYSOKI KOSZT KLIKNIEĆ (CPC)

w kampaniach promujących
niektóre produkty niszowe,
co znacząco utrudniało analizę
i prognozowanie kosztów konwersji
w dłuższej perspektywie czasu.

Co ważne, brak kompletnych danych analitycznych wymusił na nas ścisłą współpracę z klientem i opieranie się nie tylko na liczbach, ale też na jego informacjach o rzeczywistym wzroście sprzedaży.

STRATEGIA DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH

Nasi specjaliści opracowali kompleksową strategię działań w Google Ads, dopasowaną do dwóch różnych grup odbiorców:



B2B (HURTOWNICY, PRODUCENCI, BRANŻA AUTOMOTIVE ITP.)

Skoncentrowaliśmy się na **kampaniach w sieci wyszukiwania z wykorzystaniem strategii portfolio**, co pozwoliło na efektywne zarządzanie budżetem między kampaniami opartymi na różnych typach słów kluczowych.

Celem naszych kampanii było nie tylko zwrócenie uwagi potencjalnych klientów, ale także **kierowanie ich bezpośrednio do sklepu**, zwiększając szansę na konwersję.



B2C (KLIENCI INDYWIDUALNI KUPUJĄCY ONLINE)

Uruchomiliśmy **kampanię Performance Max (PMax)**, skoncentrowaną na produktach detalicznych. Kampania rozpoczęła się w trzecim kwartale 2024 roku i od tego momentu stale zwiększała widoczność sklepu oraz sprzedaż online.

EFEKTY DZIAŁAŃ

Pomimo ograniczeń analitycznych po stronie klienta **skuteczność działań była jasno widoczna** – zarówno w danych liczbowych, jak i z bezpośredniego feedbacku od zespołu Bagum.

10%

WZROST SPRZEDAŻY B2B O 10% ROK DO ROKU

Dla firmy produkcyjnej tak pozytywna zmiana przełożyła się na znaczący wzrost przychodów i rozwoju sieci klientów hurtowych.

350%

WZROST SPRZEDAŻY W SKLEPIE INTERNETOWYM AŻ O 350%

Sklep zyskał większą widoczność w wynikach wyszukiwania i zwiększył liczbę regularnych zamówień od klientów detalicznych.



EFEKTYWNOŚĆ KAMPANII REKLAMOWYCH

- Średni koszt konwersji: **10,91 zł**
- Średni koszt kliknięcia (CPC): **1,91 zł**
- Łączna liczba konwersji: **14 409**

Najlepszym okresem był kwartał, w którym zintensyfikowaliśmy działania kampanii **Performance Max**.

PODSUMOWANIE

Współpraca z firmą Bagum pokazuje, że nawet w branży tak niszowej jak pasmanteria przemysłowa można skutecznie rozwijać sprzedaż online, zarówno w modelu B2B, jak i B2C. Kluczem do sukcesu okazała się tu **dobrze przemyślana strategia kampanii Google Ads, umiejętne dostosowywanie się do zmiennego budżetu oraz stała komunikacja z klientem**. Mimo ograniczeń technologicznych, jakie napotkaliśmy, udało nam się wspólnie wypracować model działań, który przynosi realne efekty i wspiera rozwój biznesu.

PODSUMOWANIE

Cieszymy się, że możemy być częścią tej transformacji i wspierać Bagum w dalszym skalowaniu działań online. Udowodniliśmy, że przy odpowiedniej strategii i partnerskim podejściu nawet techniczne ograniczenia czy wyzwania budżetowe nie stoją na drodze do sukcesu. Przed nami kolejne etapy współpracy, nowe kampanie i pomysły, a dotychczasowe wyniki jedynie motywują nas do dalszych działań.





*Dziękujemy
za zaufanie*

4PEOPLE