



SKRZYBIEC  
PROPERTIES

4PEOPLE

MŁODA LWOWSKA – SUKCES DZIĘKI  
PRZEMYŚLANEJ STRATEGII MARKETINGOWEJ

## o KLIENCIE

Skrzypiec Properties to deweloper mieszkaniowy z branży nieruchomości i budowlanej, działający na rynku od 2019 roku, lecz bazujący na bogatym doświadczeniu zdobytym od 2006 roku. Firma realizuje inwestycje w Warszawie i jej okolicach, oferując nowoczesne i funkcjonalne rozwiązania, które wyróżniają się jakością i dostosowaniem do potrzeb klientów.



## o KLIENCIE

Inwestycja **Młoda Lwowska**, realizowana w Markach, jest odpowiedzią na potrzeby osób szukających atrakcyjnych cenowo mieszkań w bliskim sąsiedztwie stolicy. Dzięki dogodnej lokalizacji oraz przystępnym cenom (średnio 9 485 zł/m<sup>2</sup>), projekt wyróżnia się na tle innych inwestycji w Warszawie i okolicach.





Realizacja kampanii marketingowej Młodej Lwowskiej wiązała się z kilkoma istotnymi wyzwaniami:



### WYSOKA KONKURENCJA

Rynek pierwotny nieruchomości w Warszawie i okolicach, w tym w gminie Marki, charakteryzuje się dużą konkurencją. W samej Warszawie dostępnych jest ponad 10 tysięcy nowych mieszkań w blisko 200 inwestycjach deweloperskich. W Markach oferta jest mniejsza, ale zróżnicowana,



### ŚCISŁE REGULACJE META ADS

Branża nieruchomości podlega ograniczeniom dotyczącym targetowania (np. brak możliwości precyzyjnego określenia wieku odbiorców czy geolokalizacji).



### CHARAKTER INWESTYCJI

Branża nieruchomości podlega ograniczeniom dotyczącym targetowania (np. brak możliwości precyzyjnego określenia wieku odbiorców czy geolokalizacji).

# STRATEGIA DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH

Aby sprostać wyzwaniom, stworzyliśmy strategię opartą na synergii kampanii **Meta Ads i Google Ads**. Kluczowe elementy strategii obejmowały:

## Działania Meta Ads:

### Strategia działań:

**Cel** - wysoka jakość leadów. Skierowaliśmy naszą kampanie na osoby z potencjałem inwestycyjnym i zdolnością kredytową. Budowaliśmy sprzedażowy lejek krok po kroku – niewielkie, precyzyjne promocje postów oraz kampanie kierujące użytkowników bezpośrednio na stronę, tak aby budować jakościowy ruch.

Kampanie na konwersję kierowały odbiorców na stronę internetową, ale tym razem optymalizowane były pod kątem wysyłania formularzy. Dzięki temu, każdy użytkownik, który przeszedł przez naszą kampanię, miał już kontakt z treściami na temat inwestycji – zarówno na poziomie reklamowym, jak i szczegółowo na stronie. Od samego początku dokładnie śledziliśmy ruch dzięki pikselowi Meta, który pomagał wyłapywać i profilować odbiorców.

# STRATEGIA DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH

## Działania Meta Ads:

- **Wdrożenie kodu pikselowego** oraz precyzyjne ustawienie zdarzeń w celu zbierania danych do dalszych działań.
- **Postawienie na jakość leadów** – 100% ruchu kierowano na stronę internetową zamiast stosowania prostszych kampanii Lead Ads, co gwarantowało bardziej zaangażowanych użytkowników.
- **Stopniowe budowanie lejka sprzedażowego** poprzez niewielkie promocje postów, kampanie na ruch oraz późniejsze kampanie na konwersję, zoptymalizowane pod kątem formularzy kontaktowych.

# STRATEGIA DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH

## Działania Google Ads:

W strategii oparliśmy się na kampaniach behawioralnych, które pozwalają targetować odbiorców na podstawie ich zachowań, zainteresowań oraz wcześniejszych wyszukiwań. Najważniejsze elementy naszej strategii obejmowały:

— **Performance Max:** Kampania łącząca różne kanały (YouTube, Gmail, Sieć wyszukiwania) i optymalizowana pod kątem konwersji.

— **Demand Gen (Discovery):** Kampania behawioralna, docierająca do osób zainteresowanych rynkiem nieruchomości.

— **Kampanie wyszukiwawcze:** Ukierunkowane na użytkowników aktywnie poszukujących informacji o nieruchomościach w okolicach Warszawy.





**Dzięki precyzyjnemu targetowaniu kampanie te pozwoliły nam maksymalnie wykorzystać dostępny budżet, skupiając się na generowaniu leadów o wysokiej wartości.**



## EFEKTY DZIAŁAŃ

Efekty naszych działań przekroczyły oczekiwania. Dzięki współpracy osiągnęliśmy:

### Meta Ads:

- 430 leadów o wysokiej jakości.
- Średni koszt formularza: 41 zł.

### Google Ads:

- 131 leadów z kampanii Google.
- Koszt konwersji: **143 zł.**
- Łącznie ponad **11 000 kliknięć** oraz **411 736 wyświetleń.**
- Średni CPC wyniósł **1,70 zł**, co świadczy o efektywności działań.

Dzięki realizacji przemyślanej strategii pełna sprzedaż mieszkań została zakończona przed zakończeniem budowy inwestycji.



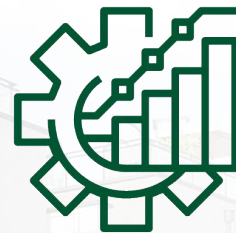
## PRECYZYJNE TARGETOWANIE

Pomimo ograniczeń branży nieruchomości, wdrożyliśmy behawioralne i kontekstowe podejście do odbiorców, co pozwoliło na efektywne wykorzystanie budżetu.



## SYNERGIA KANAŁÓW

Kampanie Meta Ads oraz Google Ads uzupełniały się, kierując użytkowników przez różne etapy lejka sprzedażowego.



## OPTYMALIZACJA TREŚCI

Postawiliśmy na jasną i przekonującą komunikację podkreślającą atuty inwestycji, takie jak lokalizacja, cena oraz funkcjonalność mieszkań.

## PODSUMOWANIE

Dzięki przemyślanej strategii i współpracy z zespołem Skrzypiec Properties inwestycja **Młoda Lwowska** zakończyła się pełnym sukcesem. Precyzyjne podejście do marketingu i efektywne wykorzystanie budżetu pozwoliły wygenerować wysokiej jakości leady, co przyczyniło się do szybkiej sprzedaży wszystkich mieszkań.

Nasze działania po raz kolejny udowodniły, że odpowiednio dobrana strategia potrafi przynieść spektakularne rezultaty, nawet w wymagających warunkach rynkowych.



**4PEOPLE**

**Dziękujemy  
za uwagę**

