

Jak angażować kobiety i motywować do zakupów?

HISTORIA SUKCESU

Wstęp

Wyzwanie

Kampanie stałe i cykliczne

Formaty reklam

Wyniki i koszty

Podsumowanie

4PEOPLE
WYŻSZY POZIOM
MARKETINGU

ASTRATEG.PL



Wstęp

Astratex to sklep internetowy, który już od 2000 r. zajmuje się **sprzedażą bielizny oraz strojów kąpielowych** zarówno w Polsce, jak i na rynkach zagranicznych. Zorientowany jest na klienta, by mógł w kilku prostych krokach znaleźć wszystko to, czego potrzebuje.

Na stronie znaleźć można bogaty wybór wzorów, kolorów oraz rozmiarów bielizny, a także praktyczne porady m.in. dotyczące brafittingu.

Nasza współpraca rozpoczęła się w listopadzie 2016 r. i z sukcesami trwa do dziś!



ASTRATEx.PL



Wyzwanie

ASTRATEx.PL

Podczas współpracy, zależało nam na **efektywnym inwestowaniu budżetu i docieraniu do jak największej liczby klientów** poprzez informowanie o cyklicznych akcjach promocyjnych, które pojawiały się na sklepie Astratex.



Kampanie stałe i cykliczne

ASTRATEx.PL

Podczas współpracy, stawiamy na dwa rodzaje kampanii: **kampanie stałe oraz cykliczne.**



Te pierwsze, **związane są z produktami znanych, popularnych marek**, które na stałe zagościły w ofercie sklepu.



Drugie, to kampanie krótkoterminowe informujące o **zniżkach, które w danym tygodniu e-sklep oferuje swoim klientom.**



Formaty reklamy

ASTRATEx.PL

Podczas współpracy realizujemy kampanie reklamowe w formacie **kolekcji, karuzeli zdjęć lub filmów**. Pracujemy wraz z wykorzystaniem katalogu produktów prowadząc działania remarketingowe dopasowane do potrzeb klientów.





Dzięki zastosowaniu precyzyjnych grup reklam, ale przede wszystkim grup odbiorców, **mnożymy skuteczność naszych działań.**



Każdego miesiąca, docieramy do ponad 2,5 mln potencjalnych klientów, którzy zachęceni są do dokonania zamówienia w sklepie Astratex.pl.



Najefektywniejszą formą promowania zakupów jest oczywiście oparcie kampanii o **piksel konwersji** zaimplementowany na stronie, wraz ze zdarzeniami. Pozwala to na kierowanie komunikatu reklamowego do grupy odbiorców już zainteresowanych (np. dodających produkt do koszyka i nie dokonujących zakupu) lub do osób im podobnych (lookalike audience).





W perspektywie rok do roku, **przychody z Facebooka (profil i płatne działania reklamowe) wzrosły o ponad 53%.**

To bardzo dobry wynik, który pokazuje, jak ogromny potencjał tkwi w prowadzeniu działań social media dla e-commerce.

Podsumowanie

ASTRATEx.PL

Dzięki sprawnej komunikacji z klientem oraz przygotowywaniem materiałów wizualnych dopasowanych do grupy odbiorców, **z powodzeniem generujemy przychody** stanowiące sporą część całościowych zysków e-sklepu.



Dlatego też w naszej pracy **stawiamy zawsze na współpracę i dialog**, to dwa filary, które sprawiają, że pomnażamy efekty - spektakularnie!

