



**4PEOPLE**  
WYŻSZY POZIOM  
MARKETINGU

  
SADOWA

# SADOWA 54 CASE STUDY

Jak ekspresowo zakończyć  
sprzedaż inwestycji dzięki  
kampanii Facebook Ads?

Poznaj historię

Inwestycja na dojrzałym etapie

# ATRAKCYJNE MIESZKANIA W WIELICZCE

Sadowa 54 to inwestycja zbudowana przez dewelopera **HBS Group**. Składa się z **22 mieszkań od 62 do 116 m<sup>2</sup>** w budynkach dwulokalowych, **na granicy Wieliczki i Krakowa**. W momencie rozpoczęcia współpracy ponad połowa z nich miała już właścicieli. Aby zamknąć sprzedaż pozostałych 13, potrzebny był **zastrzyk dużej liczby jakościowych leadów** w krótkim czasie.

**13/22**

mieszkań do sprzedaży

**7**

miesiące na realizację celu

Wymagające okoliczności

## TIMING I OFERTA

Czas współpracy zbiegł się z **okresem wakacyjnym**, który nierzadko ma negatywny wpływ na wyniki kampanii. Trudnością był też sam rynek, charakteryzujący się **dużą liczbą konkurencyjnych inwestycji**.

Ponadto celem była **szybka sprzedaż** nie tylko najbardziej rozchwytywanych mniejszych mieszkań, lecz również **droższych, dwupoziomowych lokalów**.

Kampania Facebook Ads, którą zarekomendowaliśmy Klientowi, miała być realizowana na **zupełnie nowym koncie reklamowym**, bez danych historycznych.





Od planu do szybkiego startu reklam

## TRAFNE DECYZJE, SPRAWNE DZIAŁANIA

Postanowiliśmy zacząć od **kampanii kierującej ruch na stronę Klienta**, którą oceniliśmy jako dobrze przygotowaną pod względem **pozyskiwania zapytań**. Na potrzeby reklam stworzyliśmy **komplet kreacji, które miały szybko zweryfikować preferencje grup odbiorców**. Wszystko poprzedziła **analiza konkurencji** oraz **opracowanie person**.

### 05.2023

Weryfikujemy analitykę, tworzymy konto reklamowe, planujemy i uruchamiamy kampanię.

### 06.23-08.23

Rozbudowujemy kampanię o nowe kreacje, dynamicznie testujemy i wdrażamy zmiany.



Pełne zaangażowanie

## OPTYMALIZACJA I REAGOWANIE

Bardzo dobra **komunikacja z Klientem** i jego otwartość na nasze rekomendacje dodatkowo przyczyniły się do rewelacyjnego przebiegu kampanii.

Udało się m.in. natychmiastowo wprowadzić **drobne korekty na stronie**, przetestować pokazywanie cen, jak i **wymienić reklamy na nowe**, gdy zwiększyła się potrzeba sprzedaży większych mieszkań z oferty.

W krótkim czasie **rozwinęliśmy kampanię do etapu, w którym przynosiła bardzo satysfakcjonujące wyniki.**



**146 leadów**

z Facebook Ads na stronie internetowej w 3 miesiące

**44 zł**

średni koszt  
pozyskanego zapytania

Efekty kampanii

**WYSOKA JAKOŚĆ**  
**I DUŻA LICZBA LEADÓW**

Bez błędnie przygotowana kampania przełożyła się w krótkim okresie na **fenomenalne wyniki**.

Pozyskaliśmy ponad **15,5 tys. sesji na stronie**, co przyczyniło się do niemal **lawinowego wzrostu liczby kalorycznych zapytań**.

Błyskawiczna realizacja celu

## REALNE PRZEŁOŻENIE NA SPRZEDAŻ

Doskonale wiemy, że **od zapytania do umowy jest długa droga**. Na szczęście precyzyjny dobór grupy docelowej w kampanii zaowocował leadami, które były **realnie zainteresowane szybkim kupnem mieszkania**. To w połączeniu ze skuteczną sprzedażą po stronie Klienta pozwoliło **szybko podpisać komplet umów rezerwacyjnych**.



Wzrost sesji i konwersji to nie wszystko. Liczyło się przede wszystkim dotarcie do osób, które są gotowe kupić tu i teraz.



W efekcie zrealizowaliśmy cel już po ok. 3 miesiącach od startu, chociaż wstępnie zakładaliśmy promocję przez 7 miesięcy.

Podsumowanie

# SATYSFAKCJA ZE WSPÓLNEGO SUKCESU

Od samego początku wszystko w tej współpracy układało się pomyślnie. Klient obdarzył nas **zaufaniem**, a my wykonaliśmy **świetną robotę**.

*Widok kolejnych znikających dostępnych lokali i wzrostów wyników w raportach był dla nas sygnałem, że wszystko zmierza w dobrym kierunku.*

Chociaż finalnie współpraca była krótka, jesteśmy zadowoleni, że raz jeszcze połączenie **jakościowej inwestycji, wzorowej komunikacji i wysokich kompetencji w zakresie marketingu online** zaowocowało sukcesem - dla Klienta i dla naszej agencji.

**DZIĘKUJEMY!**

