



Success story

Technica.pl



Rewolucje na talerzu

czyli
zwiększamy zyski!





Kiedy odwiedzacie restauracje...

...prawdopodobnie przynajmniej jeden z elementów posiłku przygotowany jest na produktach oferowanych przez **Technicę**. Firma dostarcza klientom kompleksowe wyposażenie obiektów gastronomicznych - od przygotowania projektu technologicznego, przez pomoc w doborze właściwego sprzętu, a skończywszy na skomponowaniu karty menu.



Otwarcie

Książki
Kucharskiej



Dotychczas...

...nakłady na promocję okazały się być wyższe niż przychody
- sklep promowany był jedynie poprzez Google AdWords.

Reklamy trafiały do tych, którzy już wiedzieli, jakie element wyposażenia kuchni chcą kupić. To znacznie ograniczało liczbę potencjalnych klientów. Duża konkurencja na rynku sprawiała, że reklamy musiały konkurować z tymi emitowanymi przez inne firmy.

Przygotowanie

przepisu
na sukces



Dokonaaliśmy więc rewizji strategii

...przygotowaliśmy ją pod kątem zwiększenia sprzedaży. W biznesie chodzi przecież o to, żeby się rozwijać. Stąd decyzja: **działamy szeroko, wykorzystując naszą wiedzę o procesie zakupowym**. Celem natomiast jest znaczące zwiększenie przychodu.

Poszukiwanie składników

1. Facebook Ads

dotarcie do wybranych grup potencjalnych klientów

2. Pozycjonowanie

w tym także szerokie - wykorzystanie zróżnicowanej oferty oraz dużej liczby produktów

3. Reklama displayowa

kierowana behawioralnie i kontekstowo - trafienie do osób, które wiedziały, że potrzebują wysokiej jakości wyposażenia kuchni, jednak nie miały sprecyzowanych oczekiwań



4. Google AdWords

klasyczna kampania nastawiona na ludzi szukających konkretnych rodzajów produktów

5. Google Shopping

trafienie do tych, którzy szukają konkretnych produktów, znają je i potrzebują porównania ich cech

6. Remarketing

przypominanie klientom, którzy odwiedzali stronę, ale nie dokonali na niej zakupu o tym, dlaczego powinni to zrobić





Analiza procesu zakupowego

umożliwia nam dostosowanie zarówno form reklamy, jak i przekazu do oczekiwań potencjalnych klientów.

Podział na poszczególne etapy pozwala dopasować narzędzia do wymagań kupujących.

Tworzenie świadomości

to pytanie o sposób rozwiązania jakiegoś problemu (np.: restauracja, która chce oferować klientom pizzę, będzie potrzebowała pieca).

Ocena alternatyw

to porównanie różnych ofert w zgodzie z potrzebami, ukształtowanymi w poprzednim etapie (tu znaczenie mają już konkretne cechy pieca).

Decyzja

to po pierwsze kwestia ceny, a po drugie zaufania (w przypadku wspomnianej restauracji liczyć się może np.: marka oferowanego pieca czy serwis gwarancyjny).



Dane

podane
na talerzu

Porównując rok 2013 i 2014, zauważyć można, że... dotarliśmy do znacznie większej liczby **potencjalnych klientów**, **zwiększyliśmy ruch na stronie sklepu internetowego** oraz **generowane PRZYCHODY**.

Przychody łącznie:

+74,4%

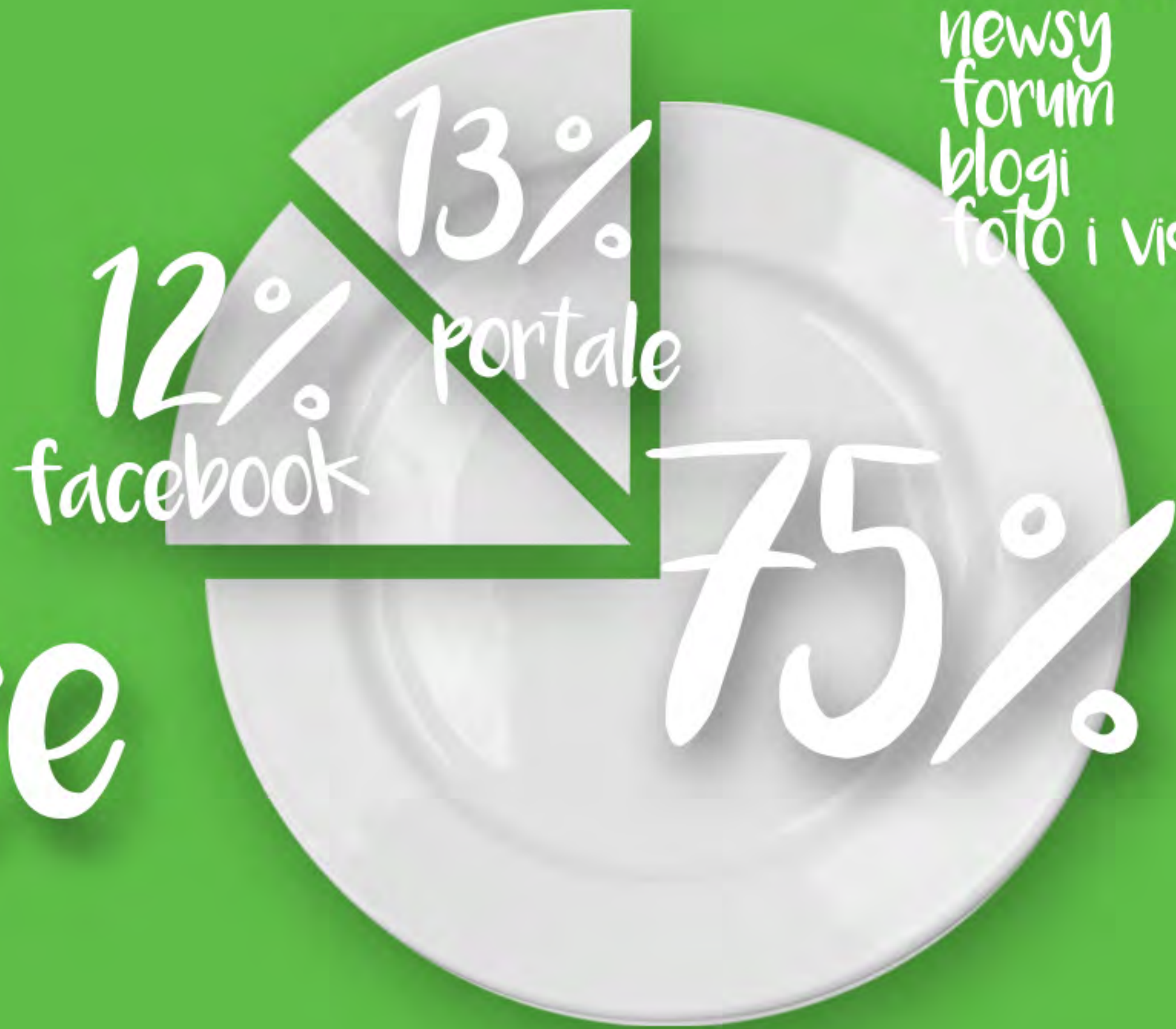
Ruch na stronie:

+93,5%





Gdzie w sieci pisano o marce



Google AdWords

wyniki
na medal



Działania rozpoczęliśmy w listopadzie 2013 roku, kiedy zastąpiliśmy inną agencję. W czerwcu 2015 uzyskaliśmy rewolucyjne wyniki przy zminimalizowaniu wydawanego budżetu!

Łącznie
wydany
budżet:

- 24,87%

Koszt CPC:

- 31,03%

Współczynnik
konwersji
e-commerce:

+ 339 %

Przychody z AdWords:

+ 348 % ↑

Referencije.



Technica to obecnie jeden z liderów na rynku wyposażenia gastronomii. Nasz sklep internetowy oferuje największy dostępny w kraju asortyment w tej branży.

Obecna sytuacja na rynku oraz aspiracje spowodowały, że rozpocząłem poszukiwania agencji marketingowej, która zajęłaby się kompleksowo działaniami reklamowymi (prowadzeniem kampanii online) oraz doradztwem w zakresie zwiększania użyteczności i dostępności sklepu internetowego. Spełnieniem oczekiwań okazała się agencja 4people, z którą podjąłem współpracę.

Już na początku współpracy, zespół doradców z 4people, pomagał w optymalizacji sklepu internetowego oraz prowadził kampanię reklamową w wyszukiwarce, sieci reklamowej oraz social mediach. Dodatkowo otrzymaliśmy wsparcie w zakresie tworzenia kreacji reklamowych i analityki internetowej.

Zintegrowana strategia i precyzyjnie przygotowane działania zaowocowały wzrostem przychodu generowanego przez sklep aż o 75% już w pierwszym roku współpracy z 4people.

Biorąc pod uwagę dotychczasową współpracę, kontakt oraz rezultaty kampanii, szczerze polecam podjęcie współpracy z agencją 4people. To sprawdzony i godny zaufania partner, który w zakresie reklamy online osiąga oczekiwane przez klienta wyniki, a działania realizuje zgodnie z harmonogramem – terminowo i jakościowo. Agencja jest także otwarta na dialog z klientem, konsultowanie oraz podpowiadanie coraz to nowych rozwiązań.



Aleksander Kiełkowski
właściciel firmy Technica

Masz
apetyt

na
podobny

sukces?

4PEOPLE
wyższy poziom
marketingu

Skontaktuj się z nami - wspólnie zaplanujemy
efektywne działania specjalnie dla Twojej firmy!

Zaufali nam:



napisz@4people.pl



[/4peoplepl](https://www.facebook.com/4peoplepl)



+48 32 307 65 47



www.4people.pl

CEFARM(24)pl
Zdrowo Cię zaskoczy!

TUBADZIN

ING 



LUXMED 

**PARTNER
CAPITAL
GROUP** 