

# Case study

## Firma rozrasta się dzięki Google Ads! Średni ROAS 750%

Aleksandra Pizoń

SEM Specialist



  
**MASALA**  
SMAKI ŚWIATA

# O naszym Kliencie



**Masala – Smaki Świata** to sklep działający w branży kulinarniej, w ramach projektu **Postępu 5**. Swoją inicjatywę kieruje do wszystkich tych, dla których gotowanie i jedzenie jest pasją, sposobem na życie i wielką przyjemnością.

W 2003 powstawały załóżki **sklepu internetowego**, który z czasem wykiełkował pachnącymi delikatesami.

Klient zwrócił się do nas z prośbą o współpracę z zakresu **kampanii Google Ads** i stworzenie **rentowych kampanii** pozwalających na zwiększenie sprzedaży online.

**Poznaj efekty naszej współpracy!**



# Wyzwanie



Kiedy?  
11.2021-04.2022



Obszar działań  
Polska



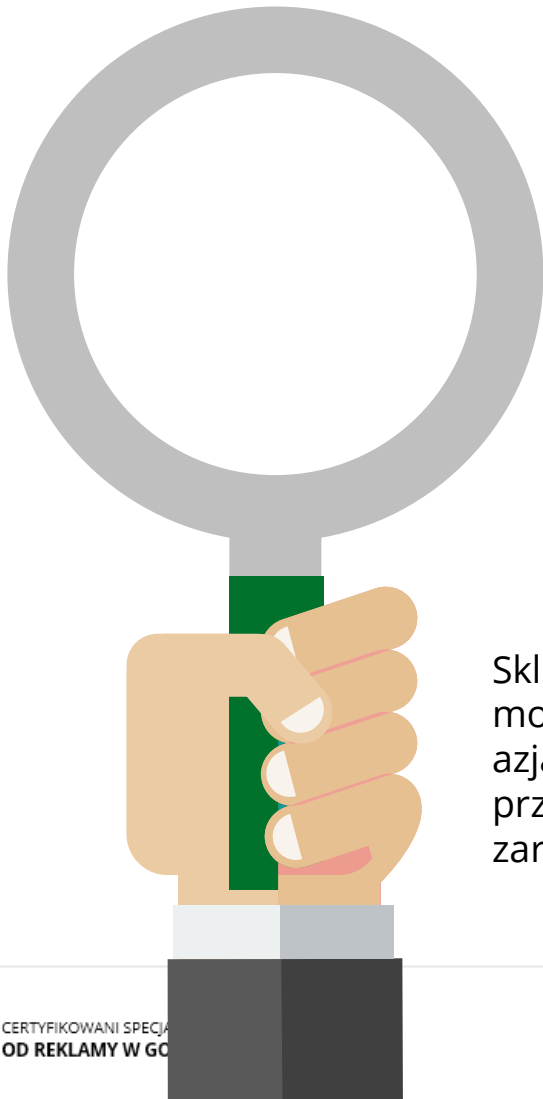
Strona  
masala.com.pl



Budżet  
16700 PLN

- + Wprowadzenie **rentownych kampanii**
- + Podział produktów na określone **kategorie cenowe**
- + Wzrost ilości zamówień i **zwiększenie sprzedaży** internetowej

# Analiza wstępna



1

Przeanalizowanie najbardziej optymalnego **podziału produktów** na sklepie.

2

Ustawienie **kampanii SMART** obejmujących produkty o różnym zakresie cenowym.

3

**Skalowanie działań** przy zachowaniu rentowności.

Sklep Klienta charakteryzował się dosyć **szerokim podziałem na kategorie produktów**. Klienci mogli szukać zarówno interesujących ich rzeczy pod względem określonej kuchni np. afrykańska, azjatycka, meksykańska, jak i kategorii produktów spożywczych np. makarony, mrożonki czy przyprawy. **Odpowiedni podział miał na celu ujęcie wszystkich produktów w kampaniach** oraz zarządzanie nimi optymalnie.

# Założenia



1

Zwiększenie sprzedaży produktów spożywczych kuchni światowej online.

2

Zmierzenie się z dużą konkurencyjnością rynkową i dostępnością punktów stacjonarnych.

3

Przekonanie Klientów sklepu do kupowania produktów spożywczych online.

4

Stworzenie rentownych kampanii przy ograniczonym budżecie.



# Realizacja



- E1** Przy pomocy **odpowiednich reguł w Merchant Center** pogrupowaliśmy produkty pod względem określonych kategorii cenowych.
- E2** Na podstawie pogrupowanych kategorii produktowych utworzyliśmy **kampanie produktowe SMART**.
- E3** Dodaliśmy **kampanię DSA z kierowaniem na określone kategorie** (wg kuchni), na których najbardziej zależało klientowi.

To tylko część działań, będących składowymi prowadzonych przez nas działań z zakresu Google Ads. W DevaGroup możesz liczyć na ciągłe wsparcie dedykowanego opiekuna, który wyjaśnia wszelkie zawiłości systemu, jak również pojawiające się w tym dokumencie skróty i branżowe słownictwo.

# Efekty: średni ROAS 757%



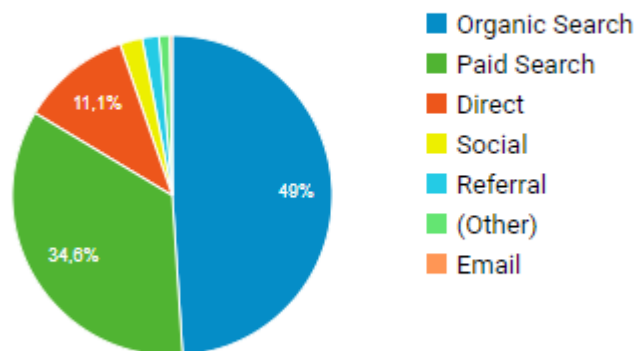
- + Dzięki podziałowi pod względem ceny sprawdziliśmy, że produkty o najmniejszej cenie (produkty do 6 zł) wykazywały najmniejszą rentowność - ROAS na poziomie około 70%. Wspólnie z Klientem podjęliśmy zatem decyzję o wyłączeniu kampanii – środki przeznaczyliśmy w zamian na kampanie z produktami o wyższej rentowności (produkty od 6-15 zł). Dzięki podjętym krokom **uzyskaliśmy ROAS w granicach 1000%**.
- + Dużą rolę poza kampanią produktową odgrywała **kampania DSA, która osiągnęła ROAS na poziomie około 690%**. Pozwoliła ona również skierować ofertę sklepu na główne kategorie kuchni i zwiększyć sprzedaż.

# Efekty: przyrost użytkowników

- + Działanie płatnych kampanii w kampaniach Google Ads przyczyniło się do pozyskania **ponad 34% nowych użytkowników.**

Produkty naszego Klienta są sprzedawane i promowane również poprzez konkurencyjne kanały reklamy i dystrybucji, co nie przeszkodziło nam w osiągnięciu wymśnionych wyników kampanii!

Najlepsze kanały

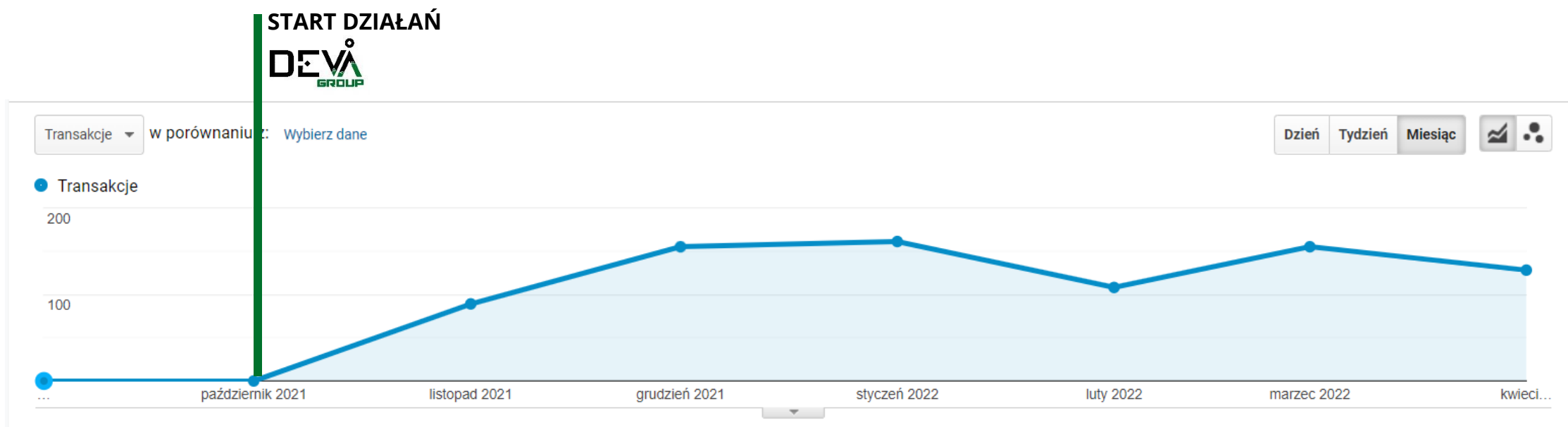




# Efekty: wzrost liczby transakcji

## + Wzrost liczby transakcji

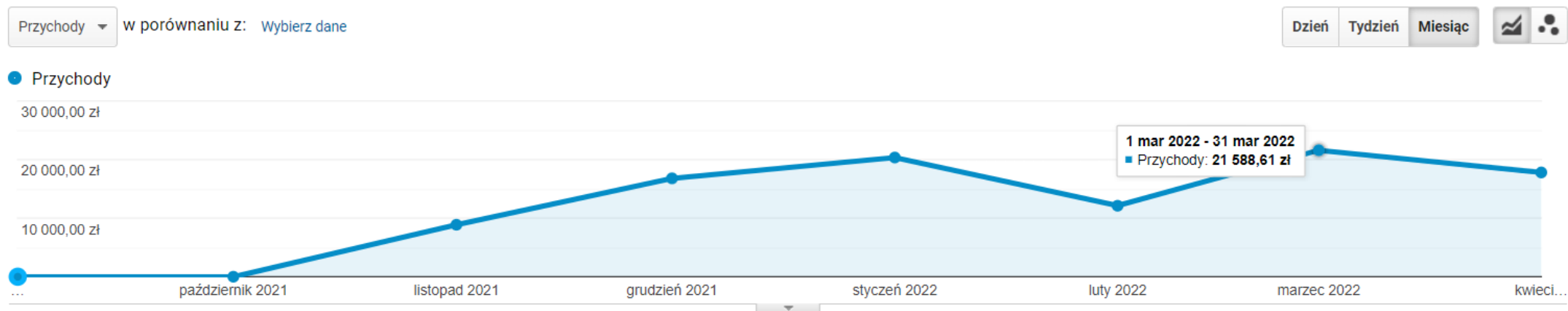
**Systematyczne skalowanie** działań poprzez optymalizację budżetu i najbardziej rentownych produktów w kampaniach przyczyniło się do widocznego wzrostu transakcji.



# Efekty: wzrost przychodów

+ **29% przychodów** z Google / CPC

Wydatki reklamowe, pomimo konkurencyjnej branży oraz braku zaufania konsumentów do zakupów produktów spożywczych online, doprowadziły do satysfakcjonującego naszego Klienta zwiększenia przychodów.



# Pełen sukces

+ **34% nowych użytkowników**

Pozyskanych dzięki płatnym kampaniom Google

+ **757% średni uzyskany ROAS**

W ciągu 6 miesięcy prowadzonych działań

+ **29% Przychód z Google / CPC**

Uzyskanie dodatkowej sprzedaży  
i prowadzenie rentownych kampanii

”

Jakość obsługi i wysoki poziom komunikacji zdecydowanie wyróżnia DevaGroup na rynku, a jest to element na który zdecydowanie zwracamy uwagę. Jestem pod wrażeniem jak kampanie Google przyciągają klientów do naszego miejsca. Stosunek ilości zapytań oraz ich jakość tych zapytań w stosunku do kosztu jest wysoce satysfakcjonujący!

**Paweł Krysiak**

Przedstawiciel i naczelny towaroznawca - MASALA

“

# Dziękuję!

Autor kampanii

*Aleksandra Pizoni*

SEM Specialist

Certyfikowana Specjalistka Google Ads  
oraz uczestniczka programu Digital Champions Program.  
Zajmuje się zarządzaniem kampaniami w Google Ads i Facebook Ads.  
Uwielbia podróżować i poszerzać swoje horyzonty.



Dedykowany kontakt

**Łukasz Jeleń**

Head of New Business  
z Certyfikacją Indywidualną Google Ads

lukasz.jelen@devagroup.pl  
517 450 338  
pon-pt 9<sup>00</sup>-17<sup>00</sup>

DevaGroup  
ul. Łokietka 8d/26, 30-10 Kraków  
NIP: 677-244-58-40