

sellektor

Sellektor.com: Od Startupu do ponad 2,4 mln UU

O Sellektorze

Agregator mody, oferujący wyselekcjonowane kolekcje odzieży, obuwia, akcesoriów i kosmetyków z międzynarodowych sklepów wraz z sugestiami stylizacji.

Witryna

www.sellektor.com

Cele

- ✓ Zapewnienie maksymalnej zyskowności i wzrostu
- ✓ Dostarczenie znacznego ruchu i konwersji przy możliwie najniższym koszcie
- ✓ Zwiększanie liczby użytkowników serwisu

Rozwiązania

- ✓ Kampanie long-tail w sieci wyszukiwania Google z wykorzystaniem systemu wymiany danych między witryną a AdWords oraz dynamicznych reklam w wyszukiwarce.
- ✓ Zaawansowane śledzenie konwersji z zastosowaniem importu konwersji z koszyków stron trzecich.
- ✓ Automatyczne zarządzanie stawkami z użyciem DoubleClick Search
- ✓ Zarządzanie krańcowym kosztem konwersji i planowanie scenariuszy budżetowych bazujących na danych z symulatora stawek

Wyniki

- ✓ CPC < 8 gr
- ✓ 2.47 mln UU*
- ✓ Systematyczny wzrost ruchu i przychodów

Kampania AdWords jest naszym najważniejszym i najbardziej rentownym źródłem ruchu. Nie będzie przesadą powiedzieć, że zbudowaliśmy nasz biznes w oparciu o program reklamowy Google i doskonałe partnerstwo z agencją

Aleksandra Kazimińska
Założyciel i Członek Zarządu
Sellektor

* w roku 2017

Oficjalnie uruchomiony w roku 2015, agregator mody Sellektor.com oferuje produkty ponad 5000 marek w setkach kategorii produktowych. Dziś, w 2018 roku, witrynę odwiedza ponad 900 tys. unikalnych użytkowników kwartalnie, generując każdego miesiąca ponad 250 tys. przekierowań do sklepów partnerskich.

Początek

Pod koniec roku 2014 wystartowała wersja beta serwisu www.sellektor.com. Jako startup, Sellektor nie miał bazy klientów ani rozpoznawalnej marki, a ruch na stronie był praktycznie zerowy. Firma wybrała agencję Adequate na partnera w marketingu online.

Agencja pomogła Sellektorowi stworzyć media plan odpowiadający biznesplanowi firmy i zweryfikowała założenia dotyczące natężenia ruchu na stronie oraz oczekiwanego ROAS. Zarekomendowano kampanię Google AdWords jako potencjalnie najbardziej efektywne kosztowo źródło konwertującego ruchu z natychmiastowym efektem. Plan zakładał również inwestycje w pozostałe źródła ruchu w kolejnych miesiącach.

Kampanie AdWords

Podstawą działań w AdWords była kampania w sieci wyszukiwania Google z wykorzystaniem słów kluczowych *long tail*, z reklamami i stronami docelowymi ściśle dopasowanymi do słów kluczowych. Początkowo wykorzystano dynamiczne reklamy w wyszukiwarce (DSA), z założenia dedykowane dla stron z rozbudowaną i dynamicznie zmieniającą się treścią. Kampanie te jednak mają wiele ograniczeń.

Aby uzyskać wyższą kontrolę nad kampanią i umożliwić bardziej precyzyjne zarządzanie stawkami, przygotowano rozbudowaną, klasyczną kampanię AdWords wykorzystującą stworzony na potrzeby reklamodawcy system wymiany danych, tworzący i modyfikujący odpowiednie kampanie, grupy reklam, słowa kluczowe i reklamy w oparciu o aktualny asortyment na stronie. Uruchomiono również kampanie dynamicznego remarketingu.

Śledzenie konwersji i optymalizacja

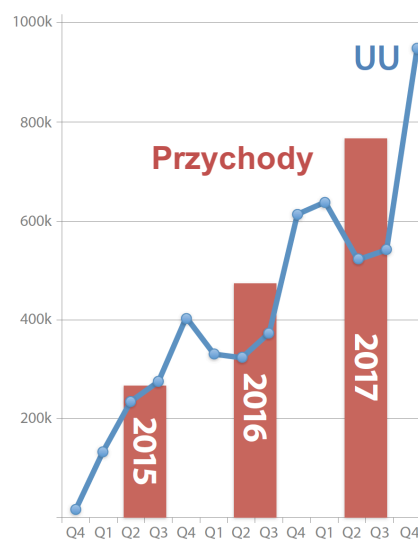
Jak każdy agregator, Sellektor wyłącznie przekierowuje użytkowników do sklepów partnerskich. Przekierowanie jest jedynie mikrokonwersją, a ewentualny zakup dokonywany jest w koszyku zakupowym podmiotów zewnętrznych. Aby umożliwić precyzyjne śledzenie faktycznych przychodów z konwersji i optymalizację ROAS, wykorzystano funkcjonalność importu konwersji offline.

Ręczne zarządzanie stawkami CPC oraz natywne optymalizatory stawek szybko okazały się niewystarczające do zarządzania coraz bardziej rozbudowanymi kampaniami. Postanowiliśmy wykorzystać DoubleClick Search, by uzyskać możliwość stosowania bardziej złożonych strategii ROAS i optymalizacji stawek na różnych urządzeniach.

Planowanie ruchu, budżetu i zyskowności

Planowanie mediów przeprowadzono z wykorzystaniem wypracowanych przez agencję koncepcji i autorskich modeli matematycznych, włączając monitorowanie krańcowego kosztu konwersji i zasad optymalizacji *profit-driven* (zob. np. www.goo.gl/UYS18p) oraz koncepcji *portfolio bidding* (zob. www.goo.gl/Cn9rPt). Symulator stawek AdWords pozwolił tworzyć prognozy ruchu i przychodów w zależności od różnych scenariuszy budżetowych. Pomogło to w dywersyfikacji inwestycji w źródła ruchu, jak media społecznościowe, SEO i marketing treści, alokować odpowiednie budżety i realizować cele biznesowe w obszarach wzrostu, kontroli kosztów i zyskowności.

Po trzech latach ustawicznego wzrostu ruchu i przychodów, Sellektor wciąż się rozwija. Uważamy też, że w tej kwestii ostatnie słowo nie zostało jeszcze powiedziane.



Address:

Okopowa 47/23, PL-01059 Warsaw



Phone:

(+48) 22 299 50 28



E-mail:

info@adequate.pl



WWW:

www.adequate.pl