

# Case study

## Przychody regularnie liczone w milionach? Tak! Dzięki Google Ads

Mariusz Rybka

Google Ads Specialist



# O naszym Kliencie



**Wpolu.pl to rolniczy market internetowy.** W ofercie sklepu są produkty dla działkowców, ogrodników, sadowników i rolników.

Współpracę rozpoczęliśmy w **styczniu 2022 roku**. Klient zwrócił się do nas z prośbą o zwiększenie sprzedaży online oraz o docieranie do większej liczby rolników, gdyż jest to **najbardziej dochodowa grupa docelowa**.

Kampanie Google Ads za cały poprzedni rok uzyskiwały **ROAS na poziomie 1600%**, co nie było dla Klienta zadowalającym wynikiem, ale bardzo szybko przekonał się, że **trafił w dobre ręce**.

**Poznaj efekty naszej współpracy!**



# Wyzwanie



Kiedy?  
01.2022-06.2022



Obszar działań  
Polska



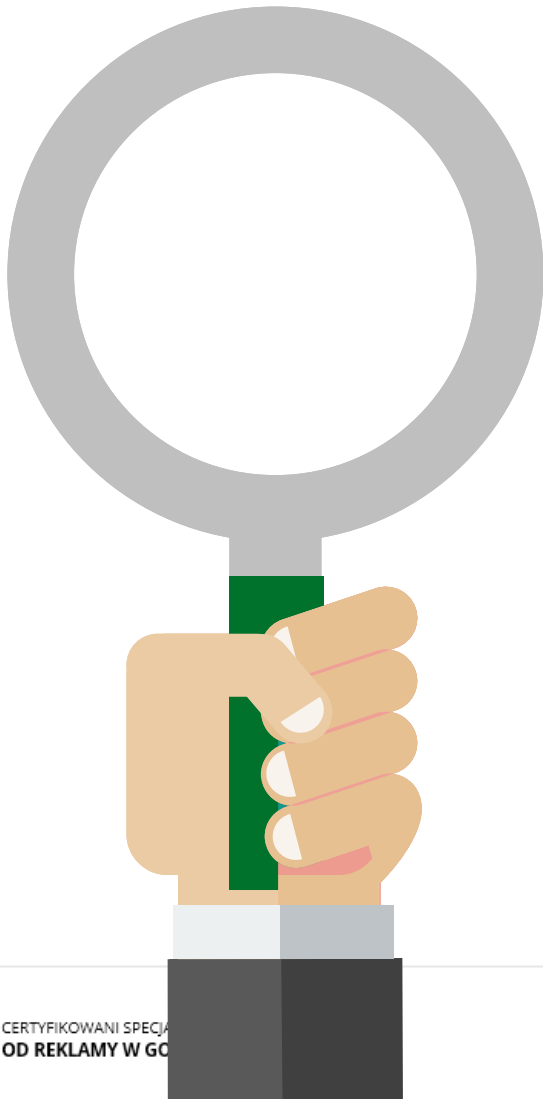
Strona  
wpolu.pl



Budżet  
202 tys. PLN

- + Pozyskanie ruchu - **nowych Klientów**
- + Automatyzacja i wdrożenie **nowych typów kampanii**
- + Przekonanie Klienta do **przejścia na CSS DevaGroup**

# Analiza wstępna



1

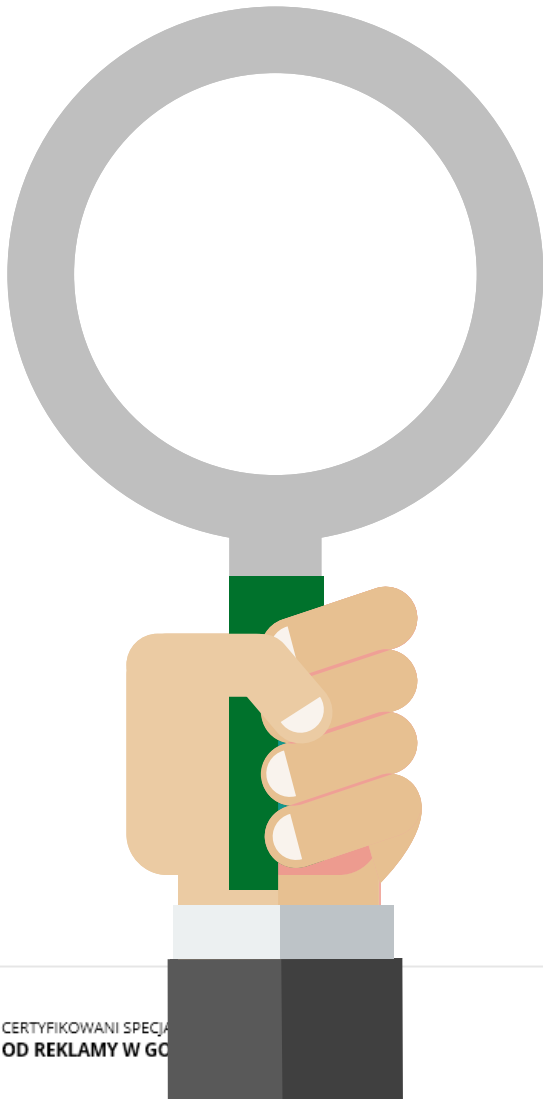
W branży rolniczo-ogrodniczej pierwszy pik sprzedażowy zaczyna się w lutym. Mieliśmy więc miesiąc, aby **przyrzeć się dotychczasowym działaniom**. Biorąc pod uwagę fakt, że jest to branża sezonowa, sprawdziliśmy, co sprzedawało się w zeszłym roku i dzięki temu mogliśmy **drobiazgowo przygotować kampanie**, zanim zacznie się realne zapotrzebowanie na produkty Klienta.

2

Dzięki dobrej komunikacji z Klientem wiedzieliśmy, jaki asortyment promować. **Skorzystaliśmy z Planera Słów Kluczowych**, aby poznać pokrewne nazwy produktów i umieścić je w kampaniach. **Google Trends** jak zawsze okazało się pomocne.



# Analiza wstępna



3

Cyklicznie sprawdzaliśmy **raport najważniejszych ścieżek konwersji**, aby mieć pogląd na to, w które działania warto inwestować, a które wstrzymać.

4

Pozostała analiza wstępna opierała się na **dopracowywaniu aspektów technicznych na koncie**, tj. przejście na model atrybucji oparty na danych, analiza i zastosowanie rekomendacji, czy **tworzenie zaawansowanych list remarketingowych**.

# Założenia



1

Uruchomiliśmy **inteligentną kampanię produktową na CSS DevaGroup**, aby uzyskiwać więcej kliknięć po niższym koszcie. Różnica była zauważalna, dlatego zwiększaliśmy wydatki na kampanię na naszym CSS.

2

Po kilku tygodniach współpracy zdecydowaliśmy się na utworzenie kampanii Performance Max na CSS DevaGroup, które od początku działania **podwoiły ROAS względem obecnych kampanii produktowych**. To sprawiło, że wstrzymaliśmy pozostałe kampanie produktowe działające na CSS Google.

3

**Przeprowadziliśmy eksperymenty**, aby sprawdzić, czy automatyczne strategie ustalania stawek okażą się lepszym rozwiązaniem, niż stawki CPC ręczne, ustawione przez poprzednią agencję. **Po bardzo krótkim czasie przeszliśmy na pełną automatyzację.**

# Realizacja



- E1** Najpierw uruchomiliśmy kampanię **Performance Max na kilka produktów** wybranych przez Klienta i tych, które dobrze się sprzedawały. Miesiąc później uruchomiliśmy kampanię Performance Max na pozostały asortyment. W pierwszym miesiącu działania **uzyskały ROAS odpowiednio 3447% i 4640%**.
- E2** Po uzyskaniu większej ilości danych, **możliśmy wykluczać produkty, które sprzedają się słabiej i nie są rentowne**. Dzięki temu udział w wyświetleniach bestsellerów zwiększał się, co przełożyło się na uzyskanie po raz pierwszy w historii firmy **przychodu z Google Ads na poziomie ponad 1 miliona złotych w miesiąc**. Taki przychód utrzymuje się non stop od kilku miesięcy.

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.



# Realizacja



**E3** Stale uzupełnialiśmy kampanie w wyszukiwarce o nowe słowa kluczowe, a także **korzystaliśmy z grup reklam DSA**. Ulepszaliśmy je, **dodając rozszerzenia graficzne i cen, co sprawiło, że CTR został podwojony.**

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: wzrost liczby transakcji

- + Wzrost o **66,36%**, porównując pierwsze półrocze 2021 z 2022  
W 2021 liczba transakcji wynosiła 5922, a w 2022 wyniosła 9852

● Transakcje



# Efekty: wzrost przychodów

+ Wzrost o **104,34%**, porównując pierwsze półrocze 2021 z 2022



● Przychody



# Efekty: wzrost współczynnika konwersji

+ Wzrost o **60,58%**, porównując pierwsze półrocze 2021 z 2022  
W 2021 współczynnik konwersji wynosił 1,11%, a w 2022 wyniósł 1,79%

● Współczynnik konwersji e-commerce



# Efekty: zwiększenie ROAS

+ Wzrost o **34,64%**, porównując pierwsze półrocze 2021 z 2022  
W 2021 ROAS wynosił 1755%, a w 2022 wyniósł 2363%



# Efekty: wzrost średniej wartości zamówienia

+ Wzrost o **22,83%**, porównując pierwsze półrocze 2021 z 2022



● Średnia wartość zamówienia



# Efekty: najlepszy miesiąc pod względem liczby transakcji

+ Maj – 3226 transakcji

# Efekty: najlepszy miesiąc pod względem ROAS

+ Kwiecień – ROAS 3113,16%

# Pełen sukces

+

**ROAS na poziomie 2363%**

Każda wydana złotówka dawała prawie **24 zł zysku**

+

**66% więcej transakcji**

Dodatkowo, transakcje uzyskiwały **wyższą średnią wartość zamówienia**, dlatego nastąpił też wzrost przychodów

+

**104% więcej przychodu**

Przychody stale utrzymują się na poziomie ponad **1 miliona złotych miesięcznie**

”

Dzięki DevaGroup znacząco poprawiliśmy wyniki naszych kampanii Ads. Bardzo dużą zaletą agencji jest **stały kontakt i ciągłe poszukiwanie nowych możliwości**. Wysoki poziom zaangażowania zespołu i rozsądne stawki.

**Joanna Borzęcka**  
Przedstawicielka firmy wPolu.pl

“



# Dziękuję!

## Autor kampanii Google Ads

*Mariusz Rybka*

Certyfikowany specjalista Google Ads  
i Google Analytics



## Dedykowany kontakt

**Gabriela Brakoniecka**  
New Business Manager

[gabriela.brakoniecka@devagroup.pl](mailto:gabriela.brakoniecka@devagroup.pl)  
504 990 546  
pon-pt 10<sup>00</sup>-17<sup>00</sup>

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