

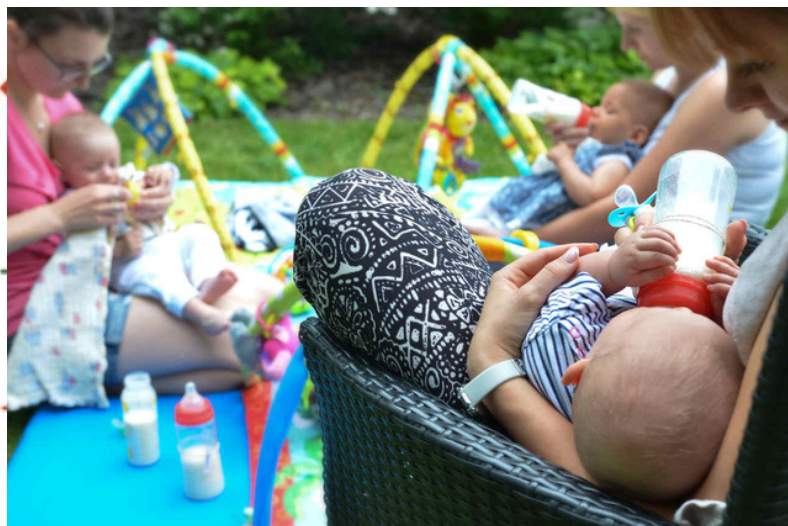
Case study

Jak dotarliśmy do 500 000 użytkowników na TikToku w niewielkim budżecie?

Aleksandra Pizoń-Liwocha
SEM Specialist



O naszym Kliencie



Fundacja Gajusz to organizacja pożytku publicznego, która została założona 20 lutego 1998 roku z inicjatywy Tisy Zawrockiej-Kwiatkowskiej. Pomaga dzieciom chorym i po trudnych doświadczeniach.

To zespół wspaniałych ludzi, którzy zapewniają dzieciom miłość i profesjonalną opiekę. **Dzięki Fundacji wsparcie otrzymuje ponad 1000 rodzin rocznie.**

Fundacja Gajusz zgłosiła się do naszej Agencji z prośbą o **wsparcie zarówno przy kampaniach dotyczących 1,5% podatku, ale także w budowaniu świadomości obecności Fundacji i jej podopiecznych.**



Wyzwanie



Kiedy?
04-13.04.2023



Obszar działań
Polska



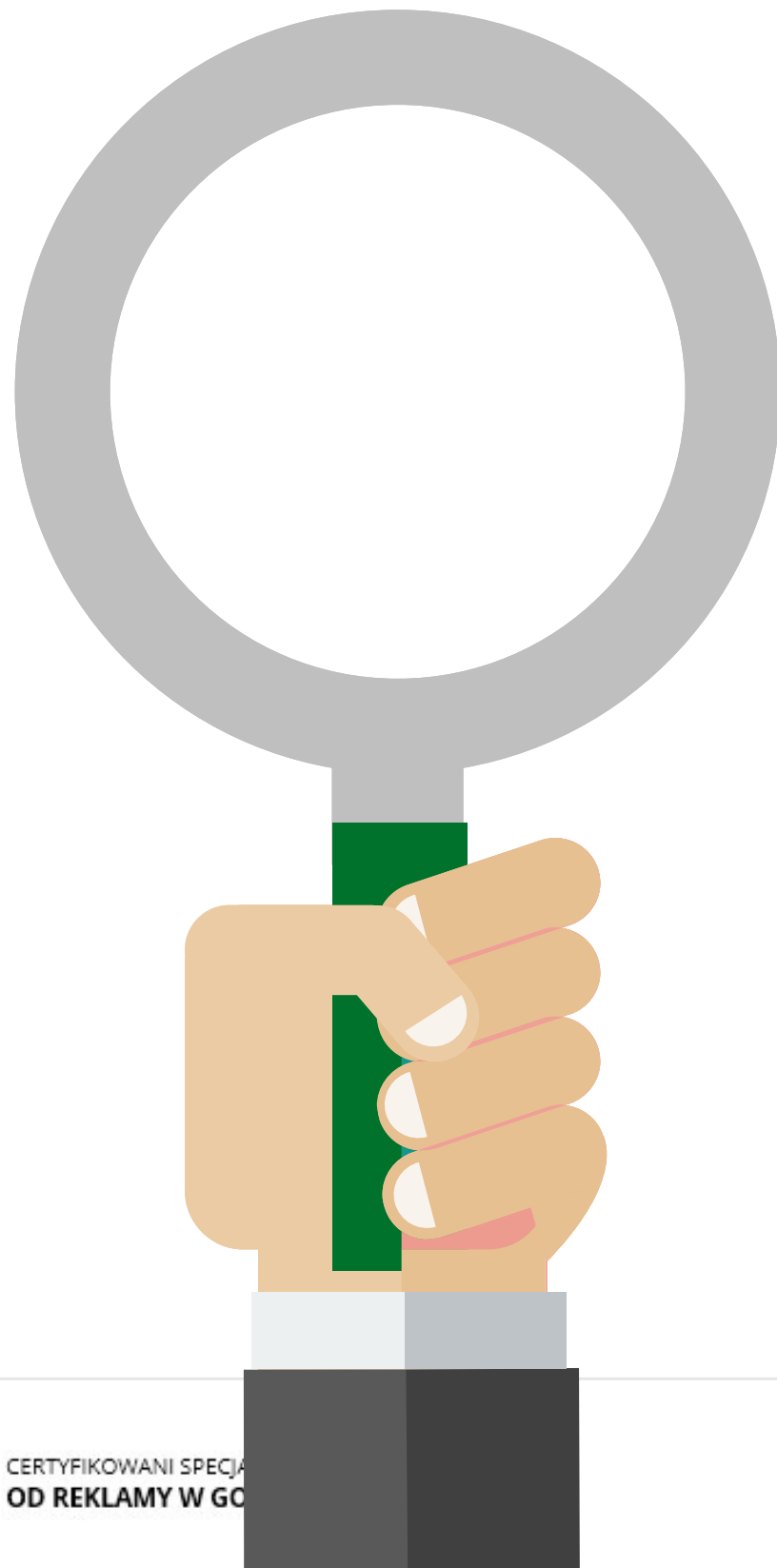
Strona
www.malezycie.org



Budżet
3 034 zł

- + **Dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców** w możliwie jak najniższym budżecie
- + **Założenie, zbudowanie i rozwój konta** Fundacji na platformie TikTok
- + **Uzupełnienie działań** prowadzonych na innych platformach społecznościowych
- + **Budowanie świadomości** na temat istnienia, potrzeb i działalności Fundacji
- + **Dokonywanie wpłat na rzecz Fundacji** przez darczyńców
- + **Przetestowanie alternatywnej metody promocji**

Analiza wstępna



1

Po rozmowach z Fundacją poszukiwaliśmy alternatywnej formy promocji. **Po przeanalizowaniu grupy docelowej użytkowników oraz kosztów dotarcia zdecydowaliśmy się na TikToka.**

2

Dokonaaliśmy analizy konkurencji oraz zaproponowaliśmy przykłady reklam, jakie możemy stworzyć na platformie TikTok.

3

Opracowaliśmy plan działań obejmujący wdrożenie analityki oraz wyodrębniliśmy cele reklamowe.

Założenia



1

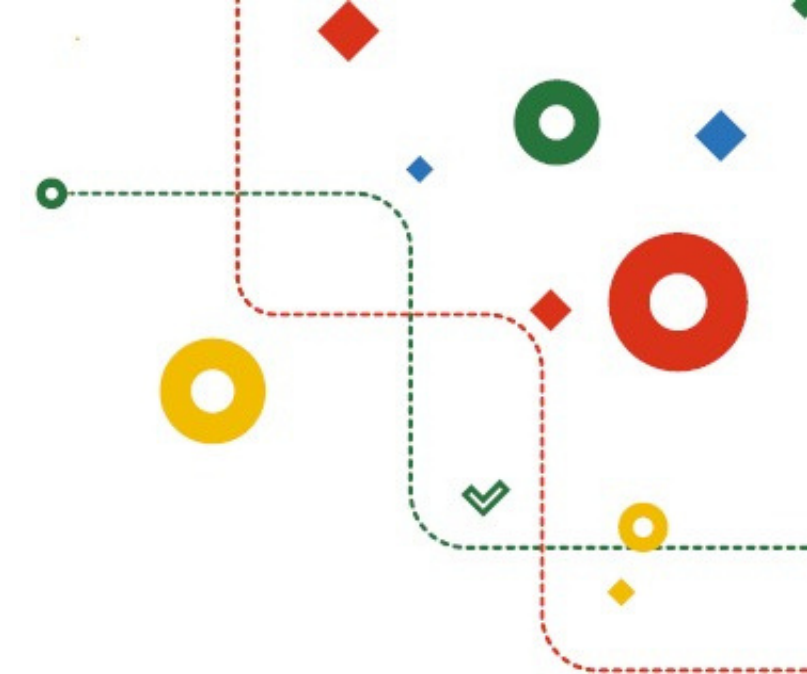
Dotarcie do jak największej liczby osób przy minimalnym koszcie oraz mocne zaangażowanie użytkowników w publikowane materiały.

2

Osiągnięcie jak najlepszego efektu zwiększenia świadomości oraz zaangażowania użytkowników w akcję społeczną, poprzez połączenie działań organicznych z płatnymi reklamami.

3

Rozwój profilu na TikToku i zdobycie nowych obserwujących – konto w założeniu ma rozwijać się razem z Fundacją i być jednym z kluczowych narzędzi do kreowania nowych działań w przyszłości.



Realizacja



E1 Po zapoznaniu się z charakterystyką potrzeb Fundacji **przeprowadziliśmy go przez pełny proces zakładania konta, stworzenia profilu i przygotowania do realizacji płatnej kampanii na TikToku.** W dalszym etapie działań opracowane zostały materiały wideo, które następnie umieszczono na profilu.

To tylko część działań, będących składowymi prowadzonych przez nas działań z zakresu TikTok 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



E2 Wdrożyliśmy pełną analitykę w postaci Pixela TikToka. Pozwoliło to zmierzyć zarówno ruch na stronie jak i konwersje, które są określonymi przez Fundację działaniami użytkowników, realizowanymi poprzez odpowiednie akcje na stronie.

To tylko część działań, będących składowymi prowadzonych przez nas działań z zakresu TikTok 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 Na podstawie stworzonej wspólnie z Fundacją charakterystyki idealnego odbiorcy **przygotowaliśmy 4 grupy reklamowe w kampanii na konwersję oraz 1 ogólną grupę reklamową w kampanii na aktywność.** Kampania miała na celu zwiększenie zaangażowania (w postaci polubień, komentarzy i udostępnień) wśród odbiorców marki – kluczowe było osiągnięcie rezultatów w szybkim czasie.

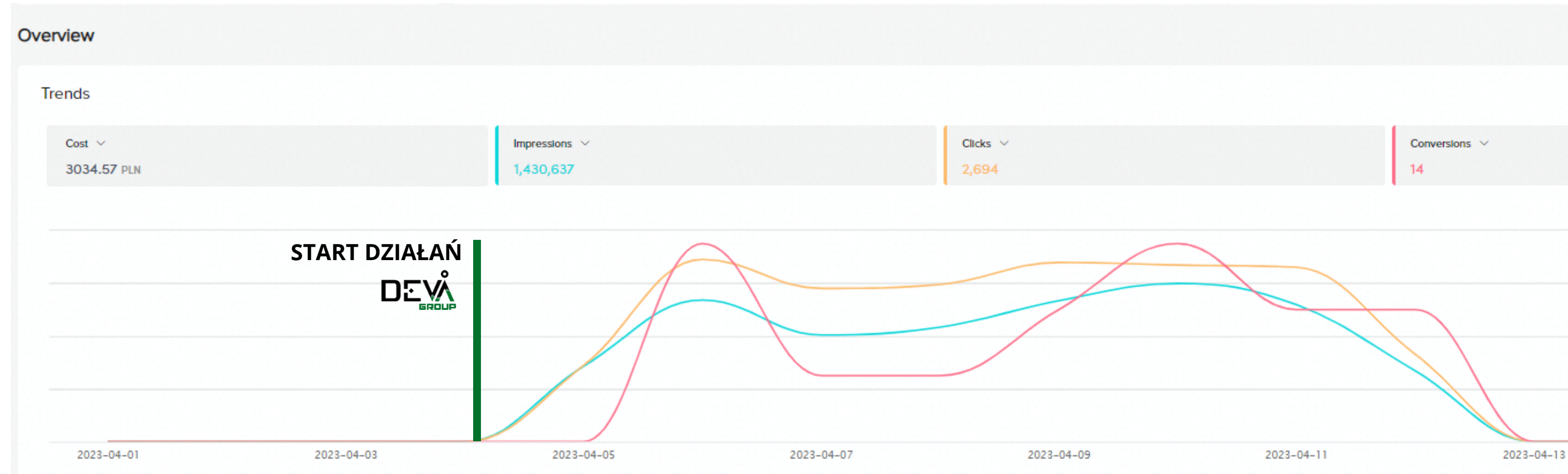
To tylko część działań, będących składowymi prowadzonych przez nas działań z zakresu TikTok Ads. W DevaGroup możesz liczyć na ciągłe wsparcie dedykowanego opiekuna, który wyjaśnia wszelkie zawiłości systemu, jak również pojawiające się w tym dokumencie skróty i branżowe słownictwo.

Efekty

- + **Uzyskanie 1 430 637 wyświetleń reklam na ekranie aplikacji TikTok**, jednocześnie docierając do 565 744 unikalnych użytkowników
- + Wykorzystane w reklamach **TikToki Fundacji uzyskały 8 475 ogólnej wartości zaangażowania reklamy**, która obejmuje polubienia, komentarze, udostępnienia, obserwacje i kliknięcia
- + Zwiększenie zasięgu konta poprzez **pozyskanie 272 obserwujących, 2453 polubień oraz 3016 odwiedzin profilu**
- + **Kampania na TikToku stanowiła świetne uzupełnienie działań** na innych social mediach takich jak Facebook i Instagram, uzyskując **14 dodatkowych konwersji**

Efekty

- + **Podsumowanie wydatków kampanii** z uwzględnieniem ogólnej liczby wyświetleń, kliknięć i konwersji



Efekty

- + **Podsumowanie wyników kampanii** uwzględniające: ilość wizyt na profilu, udostępnienia materiału reklamowego, uzyskanie nowych obserwujących, zaangażowanie, zasięg, kliknięcia, konwersje, wyświetlenia oraz budżet

+Filters

Search by name or ID

2023-04-01 ~ 2023-04-22 (UTC+01:00) Warsaw Time

Campaign

Ad group

Ad

Create

Edit

Bulk create/Edit

Automated rules

Custom columns

20/page

< 1 >

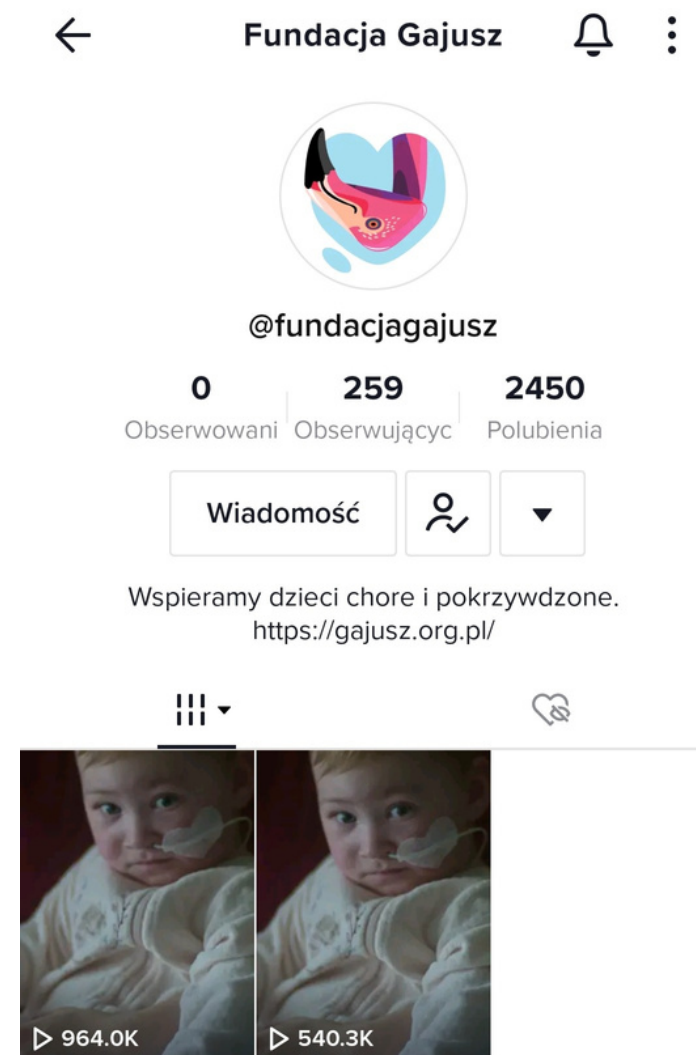
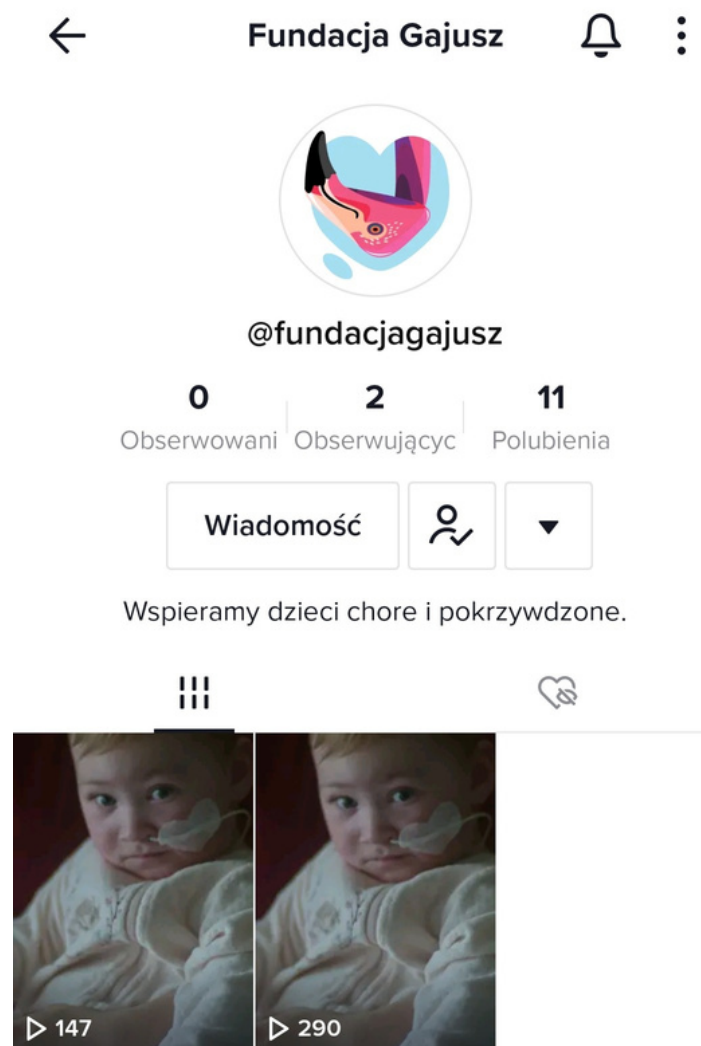
Refresh

Download

☐	On/Off	Name	Total cost	Impressions	Conversions	Clicks	Reach	Total engagement	Paid followers	Paid likes	Paid shares	Paid profile vis...
☐	☒	[DG] - 1,5% - Aktyw...	606.75 PLN	335,875	0	478	116,839	2,326	50	1,314	5	467
☐	☒	[DG] - 1,5% - Konwe...	2,427.82 PLN	1,094,762	14	2,216	477,564	6,149	222	1,139	14	2,549
Total of 2 Campaign(s)			3,034.57 PLN	1,430,637	14	2,694	565,744	8,475	272	2,453	19	3,016

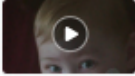
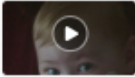
Efekty

+ Po kilku dniach płatnej promocji **uzyskailiśmy ponad 250 nowych obserwujących i prawie 2450 polubień TikToków**



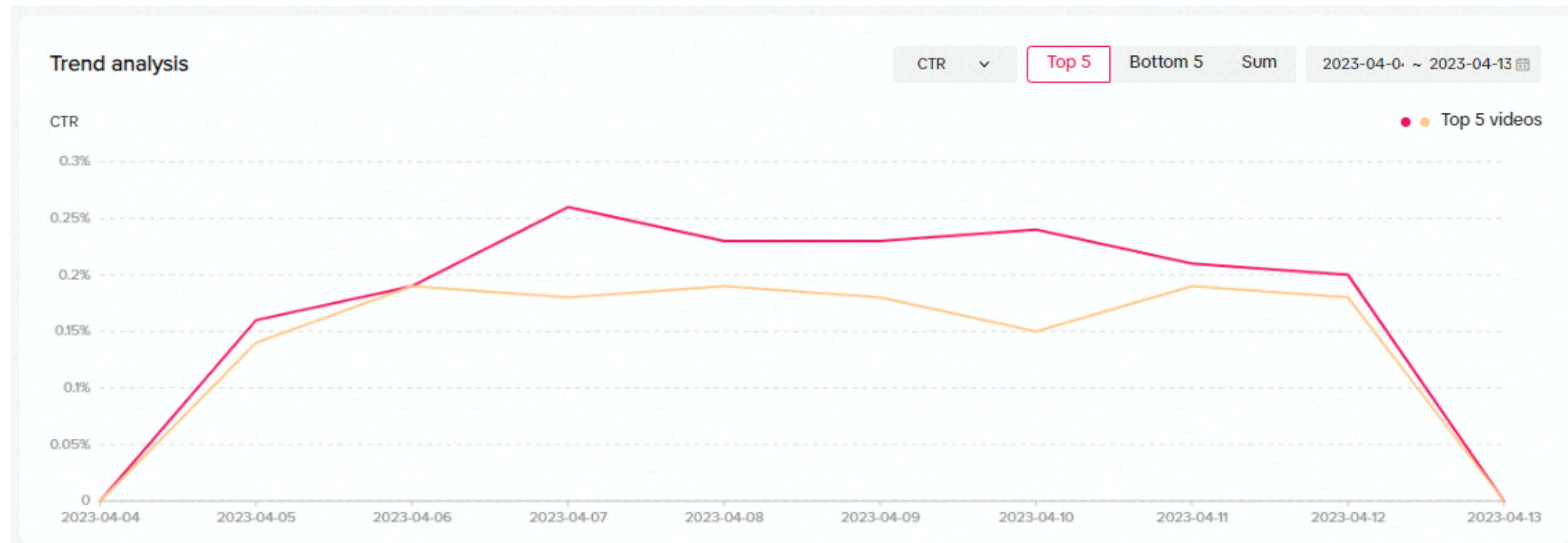
Efekty

- + Przedstawione wyniki zawierają porównanie efektywności wideo do konkretnej dziedziny: NonProfit & NGOs. **Wyniki TikToków okazały się lepsze niż wartości średnie dla danej branży**

Name	Video Material ID	Total cost	CPC	CPM	Impressions	Clicks	CTR	Conversions	Organic video views	Video Views at 100%	Paid video views	Paid followers	Organic followers
 7218528536604819457 View analysis	7218528536604819457	1,873.72 PLN Top 25%	1.17 PLN Top 75%	2.05 PLN Top 50%	913,256 Top 25%	1,600 Top 25%	0.18% Top 50%	10 Top 25%	55,682 -	3,466 -	907,911 -	175 -	11 -
 7218528015651061761 View analysis	7218528015651061761	1,160.85 PLN Top 25%	1.06 PLN Top 75%	2.24 PLN Top 50%	517,381 Top 25%	1,094 Top 25%	0.21% Top 25%	4 Top 25%	26,574 -	2,556 -	513,203 -	97 -	15 -
Total 2 video(s)	-	3,034.57 PLN	1.13 PLN	2.12 PLN	1,430,637	2,694	0.19%	14	82,256	6,022	1,421,114	272	26

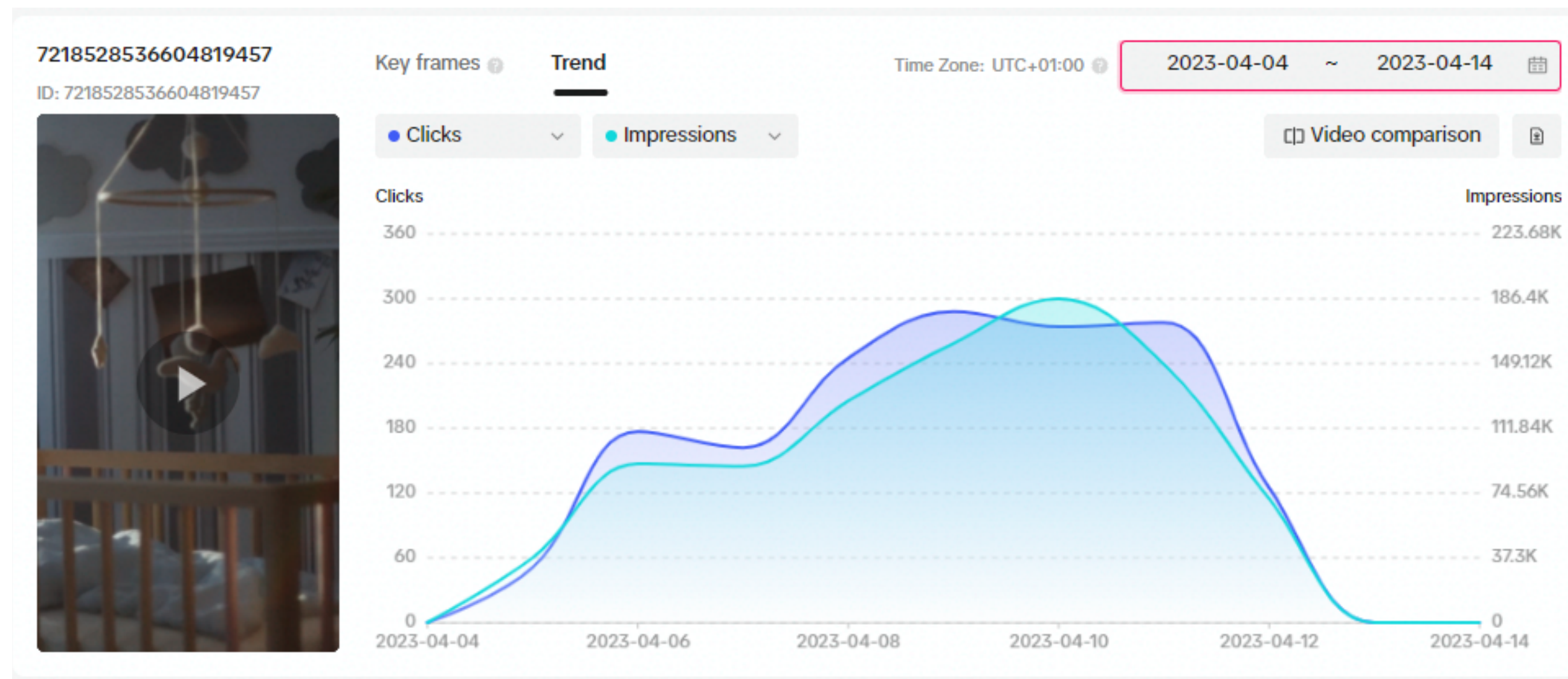
Efekty

+ **Porównanie popularności reklam** dla kampanii w okresie od 4 do 13 kwietnia 2023 r.



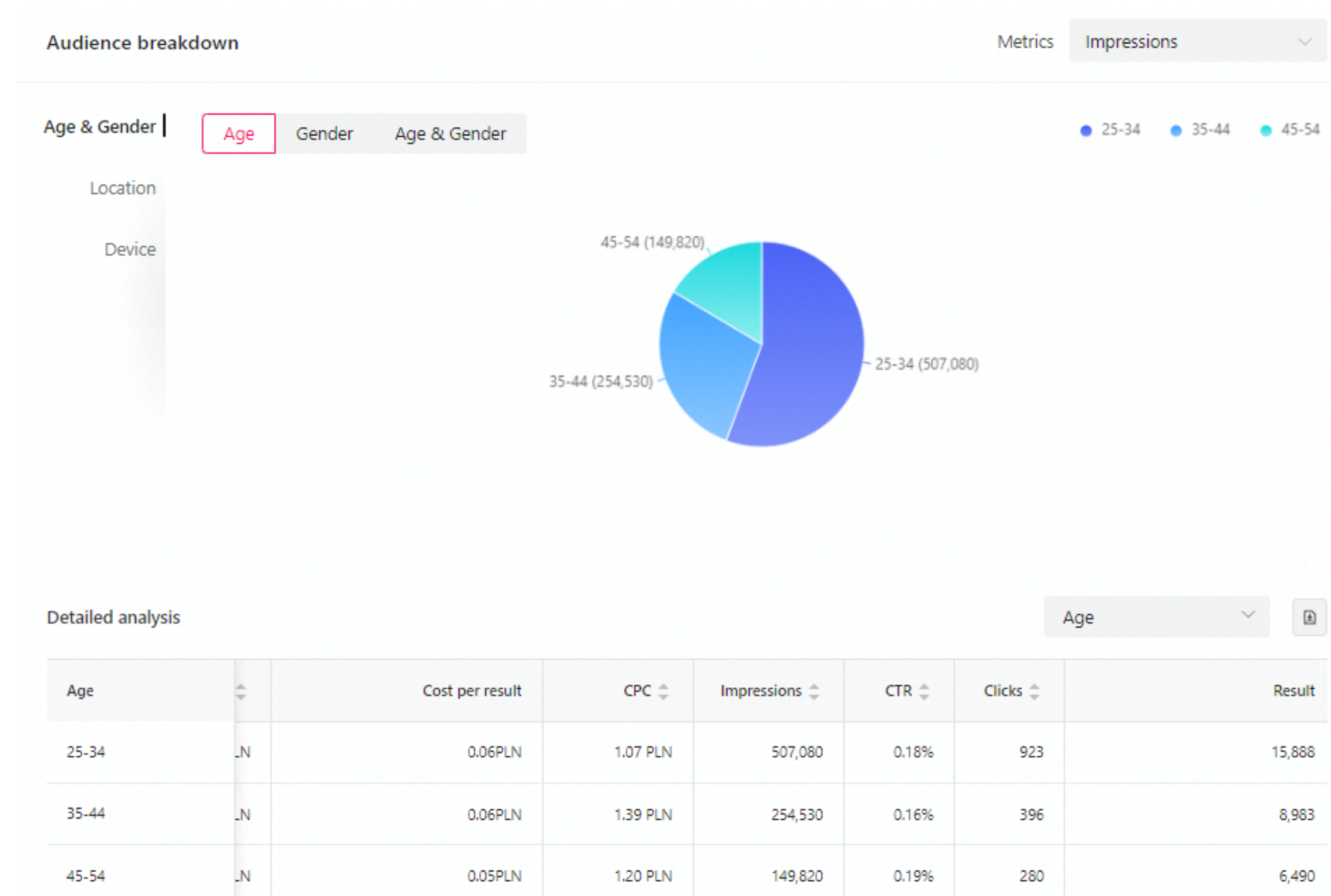
Efekty

- + **Reklama 1** (ID 7218528536604819457) w okresie trwania kampanii osiągnęła wyniki na poziomie **913 256 wyświetleń**



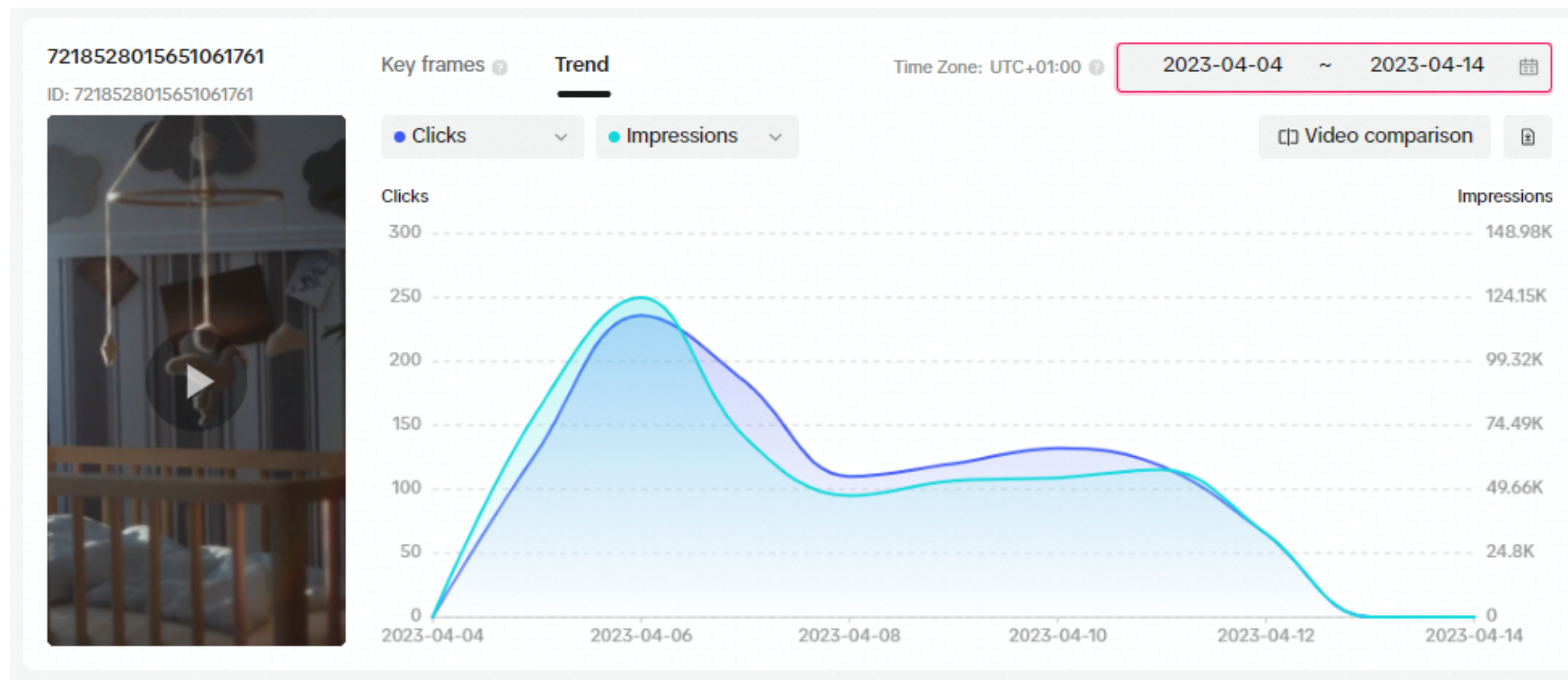
Efekty

+ **Dotarcie do grupy docelowej** poprzez reklamę 1 (ID 7218528536604819457)



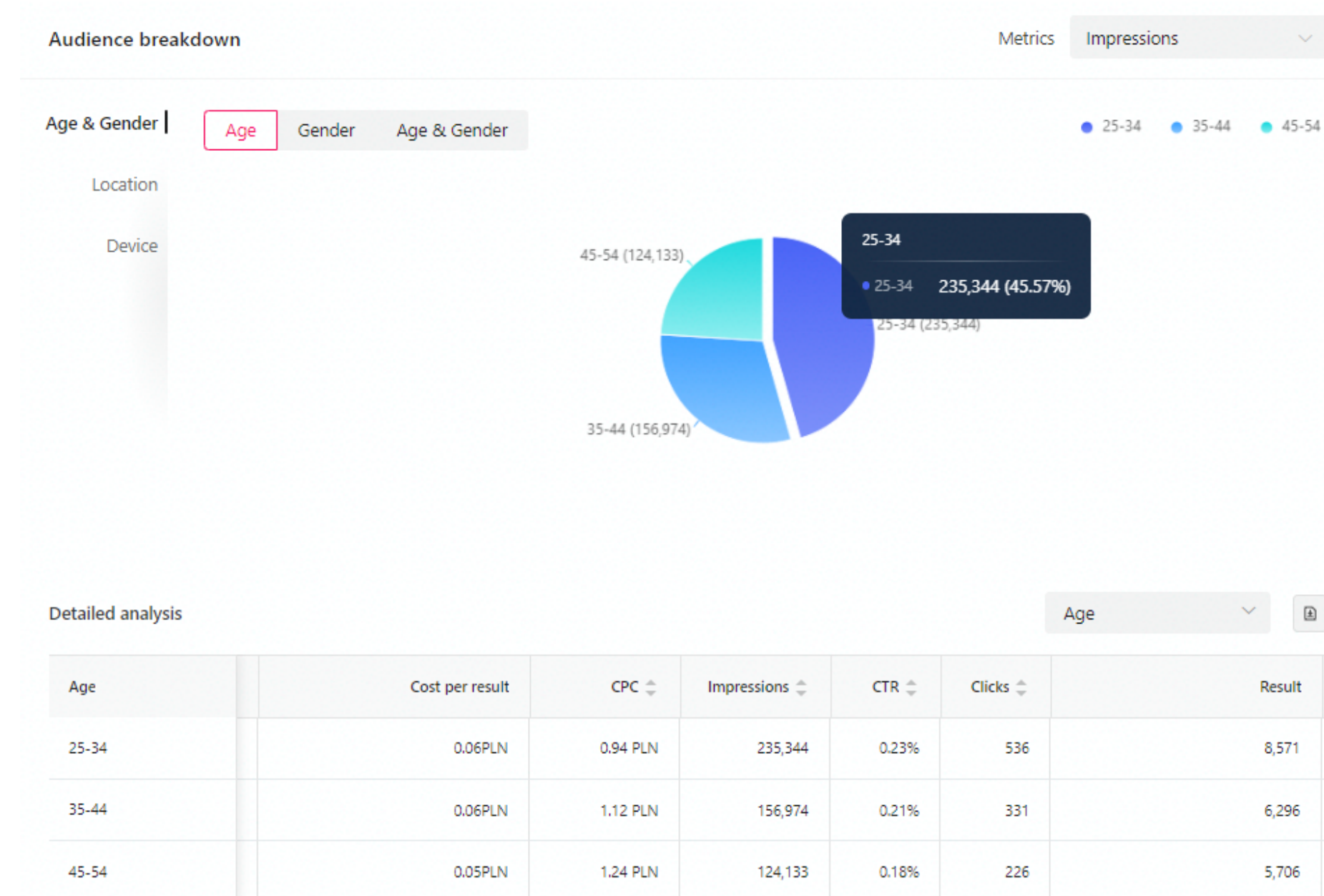
Efekty

- + **Reklama 2** (ID 7218528015651061761) w okresie trwania kampanii osiągnęła wyniki na poziomie **517 381 wyświetleń**



Efekty

+ Dotarcie do grupy docelowej poprzez reklamę 2 (ID 7218528015651061761)



Pełen sukces

+ **1 430 637 wyświetleń reklam na ekranie aplikacji TikTok**

Dotarcie do 565 744 unikatowych użytkowników z komunikatem społecznym

+ **Uzyskanie 8 475 ogólnej wartości zaangażowania w reklamach**

Zaangażowanie obejmowało polubienia, komentarze, udostępnienia, obserwacje i kliknięcia

+ **Zwiększenia zasięgu konta**

Pozyskanie 272 obserwujących, 2453 polubień oraz odwiedzin 3016 profilu

+ **TikTok jako uzupełnienie innych działań**

Dzięki płatnym działaniom pozyskano 14 dodatkowych konwersji, którymi były określone przez Fundację działania na stronie docelowej

Pełen sukces



Fundacja Gajusz

1 615 obserwujących

2 mies. • Edytowano •

Dziś porozmawiamy o chemii. Ale nie tej, co będzie w poniedziałek na maturze.



#SEO, Ads, FB czy IG dla laików mogą brzmieć jak nazwy pierwiastków chemicznych. 🗨️

Ale nie dla naszych zaprzyjaźnionych speców. ❤️ **DevaGroup Certified SEM Experts** to ekipa chemików-magików, która prowadzi dla nas działania z zakresu SEO i SEM. To dzięki nim kampania na rzecz przekazywania 1,5% podatku **Fundacja Gajusz** hulała w #SoMe. Sprawili, że nasza gwiazdka Jagodzianka zawitała na 📺 ekranach tysięcy internautów. A #Gajuszątka otrzymają niezbędną pomoc, bowiem przychody z 1,5% podatku to znacząca część naszego budżetu. 📺

Od pierwszych chwil była między nami chemia. 😊 A z czasem poczuliśmy, że nasze serca zabiły jednym rytmem. Zaangażowanie i własne inicjatywy, z jakimi wychodzili, szczerze nas poruszyły.

Dziękujemy:

Jakub Barabasz za ogarnianie tajników SEO.

Krzysztof Marzec za to, że Google Ad Grants i #GoogleAds nie ma przed Tobą żadnych tajemnic.

Aleksandra Pizoń-Liwocha za wprowadzenie nas w arkania TikToka i zawziętą walkę o odblokowanie konta reklamowego, gdy #TikTok uznał nasze treści za kontrowersyjne. 😊

Tomasz Sorka za bezbłędną organizację pracy specjalistów.

Krzysztof Marzec, bo to od Ciebie nasza wyjątkowa współpraca się zaczęła.

Po stronie #FundacjaGajusz o dobre wibracje dba **Natalia Siewiera**.

Dziękujemy! 🙏

”

Jesteśmy niezmiernie zadowoleni ze współpracy z agencją DevaGroup.

Doceniamy ich umiejętność konfigurowania kampanii reklamowych na platformach takich jak Facebook, Instagram i TikTok. Dzięki temu osoby, dla których działalność Fundacji Gajusz jest ważna, dowiadują się o prowadzonych przez nas działaniach i mogą je wesprzeć.

Natalia Siewiera

Starszy Specjalista ds. Marketingu

“

Kontakt

Autorka kampanii

Aleksandra Pizor-Liwocha

SEM Specialist w DevaGroup

Certyfikowana Specjalistka Google Ads oraz uczestniczka programu Digital Champions Program. Zajmuje się zarządzaniem kampaniami w Google Ads i Facebook Ads. Uwielbia patrzeć jak przychody Klientów rosną i z zafascynowaniem poszerza horyzonty w marketingu internetowym. Relaksuje się podczas intensywnych wyjazdów i wędrówek po górach. Po intensywnym dniu lubi się zaszyć w kuchni lub wyciszyć z dobrą książką.



Dedykowany kontakt

Tomasz Sorka

Senior New Business Manager
Key Partnership Coordinator

tomasz.sorka@devagroup.pl
515 714 313
pon-czw 8:00-15:30
pt 8:00-14:30

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