



# +31% wyższy ROAS w 4 miesiące przy niższym budżecie

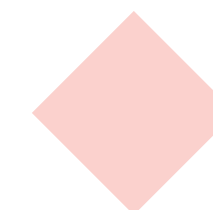
Jak optymalizacja kampanii Google Ads pozwoliła osiągnąć świetne wyniki w krótkim czasie, bez zwiększania budżetu reklamowego



## Klaudia Szewczyk

*SEM Associate*

Absolwentka kierunku Zarządzanie ze specjalizacją Digital Business na Uczelni Łazarzkiego. Ukończyła program Google Umiejętności Jutra AI. Specjalizuje się w kampaniach Google Ads i marketingu lokalnym.



# O Kliencie

**Hockey World** to irlandzki sklep internetowy specjalizujący się w sprzedaży sprzętu i akcesoriów do hokeja na trawie.

- + Celem współpracy był **wzrost sprzedaży e-commerce** oraz **poprawa efektywności działań Google Ads**.
- + Klientowi zależało na osiągnięciu lepszych wyników niż rok wcześniej - **wyższej wartości konwersji, lepszym ROAS i skuteczniejszym wykorzystaniu budżetu**.



## Neil Welch

*Owner of Hockey World*

*During the collaboration, it was clear that the campaigns were continuously monitored and genuinely optimised for results. The specialist responds to data and implement changes where it makes real business sense. **This gives us confidence that the budget is being used effectively and that the activities are actually translating into sales.***



# Wyzwania



**Klaudia Szewczyk**

SEM Associate

*“Nasze działania podjęliśmy w dojrzałej kampanii Klienta, w której znaleźliśmy ukryte błędy w analityce, brak Consent Mode i nieprawidłowe konwersje. Dlatego rozpoczęliśmy od kompleksowego audytu i uporządkowania pomiaru, **co w zaledwie 4 miesiące** pozwoliło na optymalizację opartą o realną sprzedaż i **przełamanie dotychczasowych barier wzrostu.**”*

## 01 Uporządkowanie pomiaru

Weryfikacja analityki, korekta konwersji i oparcie działań na realnej sprzedaży.

## 02 Audyt i przebudowa działań

Analiza konta, wcześniejszych kampanii i optymalizacja struktury działań.

## 03 Wzrost sprzedaży e-commerce

Optymalizacja kampanii pod realną sprzedaż, wyższy ROAS i niższy budżet.

# Strategia i analiza



**Klaudia Szewczyk**

SEM Associate

*"Na starcie kluczowe było uporządkowanie danych i rozdzielenie mikrokonwersji od realnej sprzedaży. Dopiero wtedy kampanie mogły być **optymalizowane pod faktyczny wynik biznesowy**. Audyt pokazał, że konto potrzebowało spójniejszej struktury, lepszego pomiaru i jasnych priorytetów. To był fundament do dalszego wzrostu efektywności."*

- 01** Rozpoczęliśmy od **analizy celów biznesowych, konta Google Ads i ustawień analitycznych**, by ocenić wsparcie dla realnej sprzedaży e-commerce.
- 02** Audyt wykazał nieuporządkowaną konfigurację analityki i niedokładne śledzenie, **co uniemożliwiało skuteczną optymalizację**.
- 03** **Zidentyfikowaliśmy błędy**, w tym to, że prowadzone kampanie były optymalizowane pod mikrokonwersje, nie pod faktyczny przychód.
- 04** Wnioski z audytu wskazały nam **możliwości lepszego zarządzania budżetem, selekcję produktów i uporządkowanie struktury kampanii** dla większej efektywności.

# Realizacja



Kiedy?  
1.10.2025-28.02.2026



Obszar działań  
Irlandia



Strona  
hockeyworld.ie



Budżet  
5 825 €

**01**

## **Analityka i pomiar efektywności**

Uporządkowaliśmy analitykę i model konwersji, tak aby kampanie były optymalizowane pod realną sprzedaż, a nie pod mikrokonwersje.

**02**

## **Opracowanie struktury konta i kampanii**

Zaprojektowaliśmy przejrzystą strukturę działań, obejmującą kampanię brandową, Search dla kategorii produktowych oraz Performance Max dla pełnego asortymentu.

**03**

## **Rozwój kampanii na podstawie danych**

Na bazie wyników rozwijaliśmy strukturę kampanii i wydzieliśmy mniej efektywne kategorie, aby zwiększyć kontrolę nad budżetem i rentownością.

# Realizacja



**Klaudia Szewczyk**

SEM Associate

*“Zbudowanie solidnych fundamentów analitycznych i precyzyjne dostosowanie strategii kampanii do dynamiki rynku pozwoliło nam **osiągnąć wysoki wzrost sprzedaży i ROAS, efektywnie wykorzystując budżet.**”*

Przeczytaj pełny opis na:  
[dva.pl/hockeyworld](https://dva.pl/hockeyworld)

**04**

## Zarządzanie sezonowością i budżetem

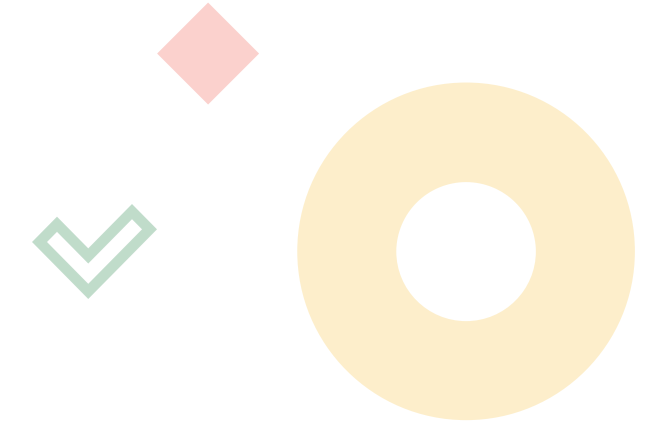
Elastycznie dopasowaliśmy budżet do trendów popytu i okresów sprzedażowych, zwiększając inwestycję w czasie Black Friday i świąt oraz ograniczając ją przy niższym potencjale ruchu.

**05**

## Zwiększenie pokrycia i stabilności działań

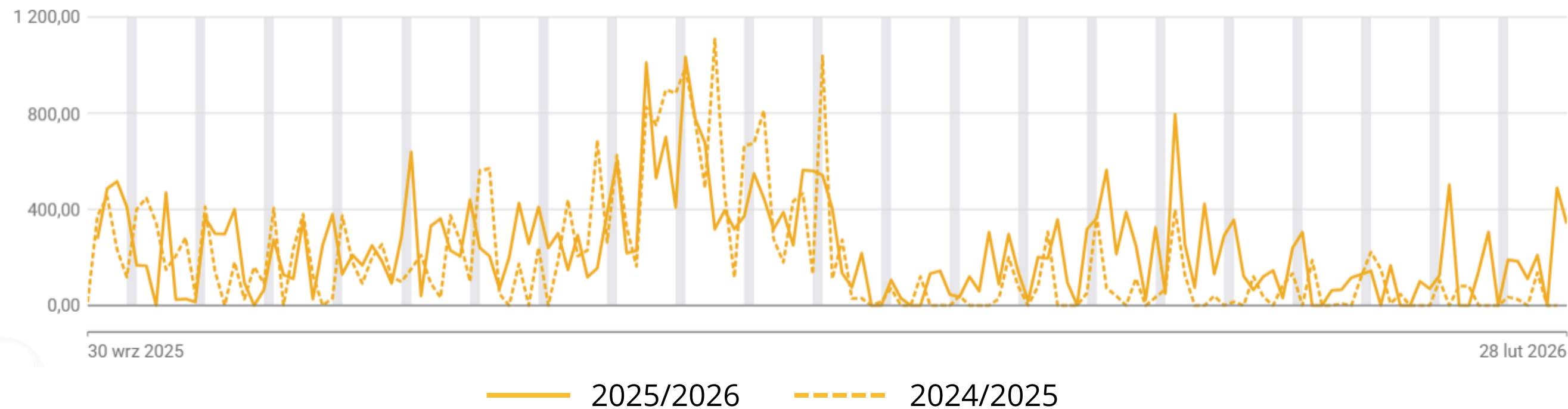
Uruchomienie dodatkowego CSS-a (Comparison Shopping Service) w kampanii obejmującej cały asortyment pozwoliło lepiej wykorzystać potencjał produktowy i zabezpieczyć konto.

# Wyniki



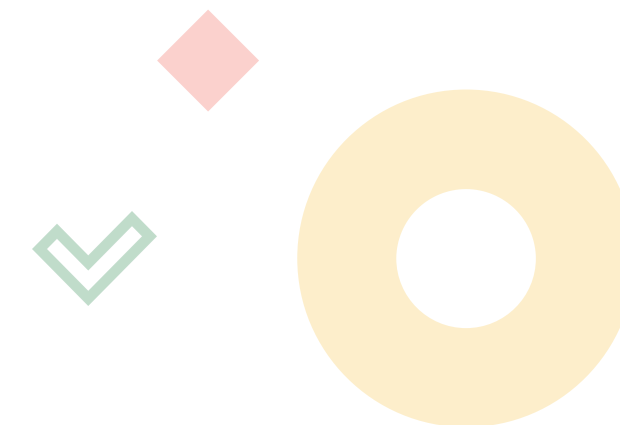
**+ Porównanie: 10.2025 - 02.2026 vs 10.2024 - 02.2025**  
**+26,2% wzrostu wartości zakupów**

Koszt	ROAS zakup	Wartość zakupów	Zakupy	Dane	Dostosuj	Pobierz	Zwiń
5 825,62 €	6,23	36 310,83	461,33		1		
↓ -222,30 €	↑ 1,48	↑ 7 544,05	↑ 72,35				



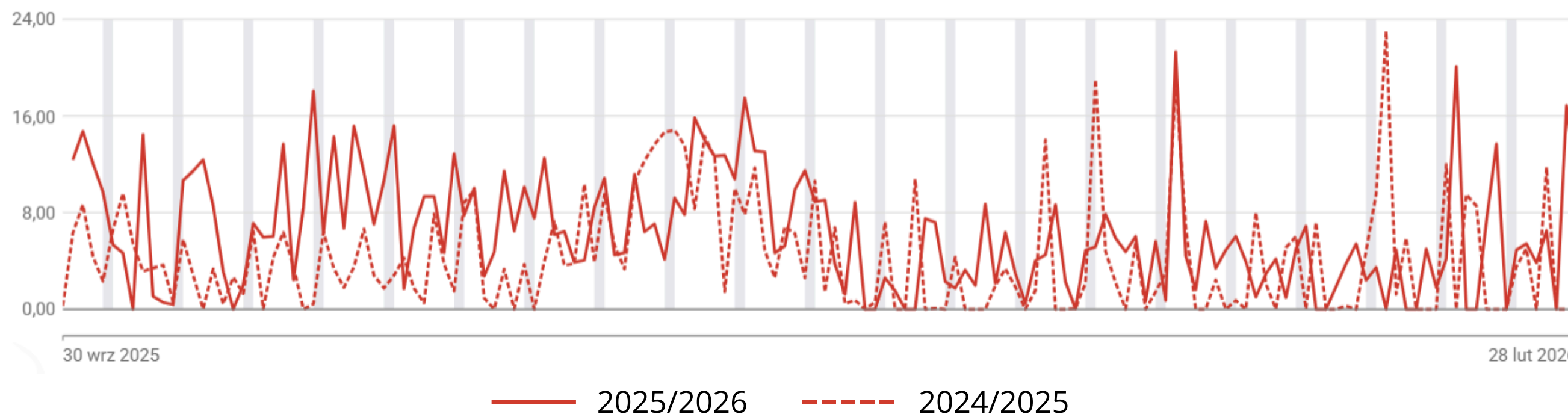
Źródło: Google Ads

# Wyniki



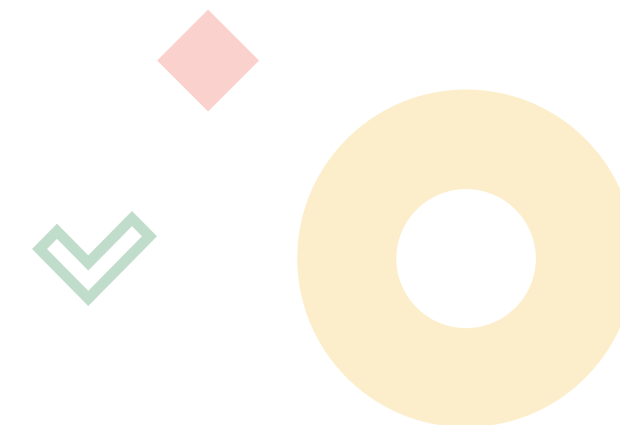
+ Porównanie: 10.2025 - 02.2026 vs 10.2024 - 02.2025  
**+31,2% wyższy ROAS zakupowy**

Koszt	ROAS zakup	Wartość zakupów	Zakupy	Dane	Dostosuj	Pobierz	Zwiń
5 825,62 €	6,23	36 310,83	461,33				
↓ -222,30 €	↑ 1,48	↑ 7 544,05	↑ 72,35				

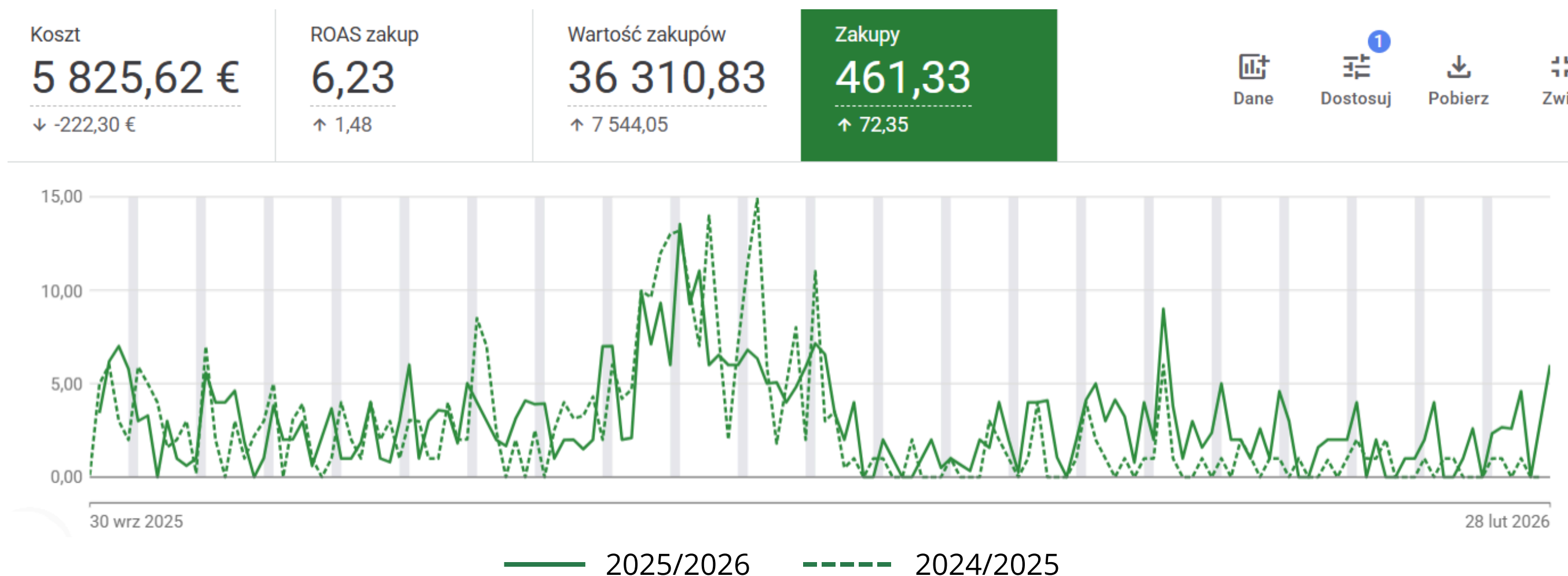


Źródło: Google Ads

# Wyniki



**+ Porównanie: 10.2025 - 02.2026 vs 10.2024 - 02.2025**  
**+18,6% więcej zakupów rok do roku**



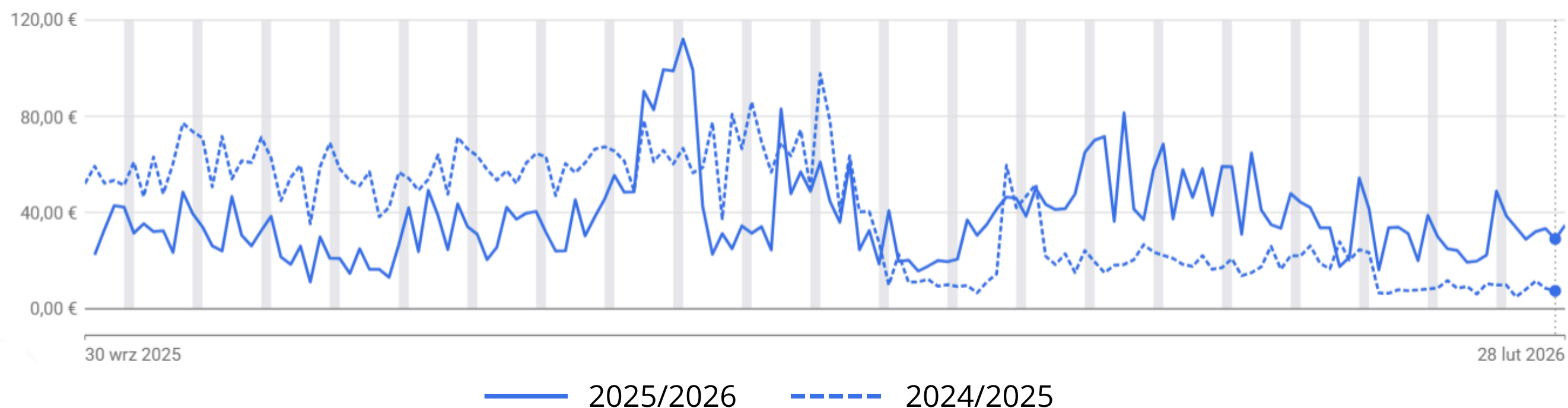
Źródło: Google Ads

# Wyniki



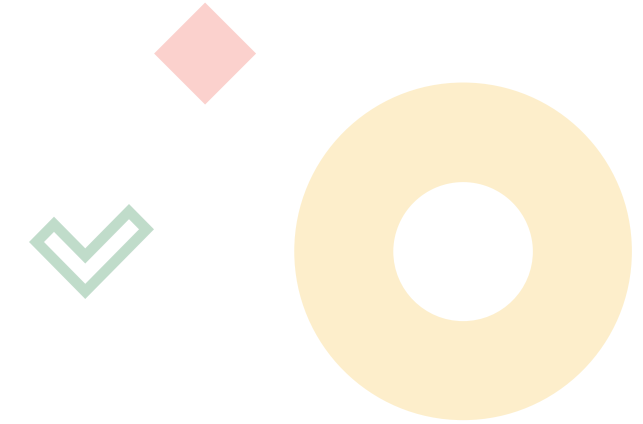
+ Porównanie: 10.2025 - 02.2026 vs 10.2024 - 02.2025  
Koszt kampanii niższy o 3,7% rok do roku

Koszt <b>5 825,62 €</b> ↓ -222,30 €	ROAS zakup <b>6,23</b> ↑ 1,48	Wartość zakupów <b>36 310,83</b> ↑ 7 544,05	Zakupy <b>461,33</b> ↑ 72,35	Dane	Dostosuj <sup>1</sup>	Pobierz	Zwiń
---	-------------------------------------	---	------------------------------------	------	-----------------------	---------	------



Źródło: Google Ads

# Pełen sukces



+ +26,2% wzrostu wartości zakupów

+ +31,2% wyższy ROAS

+ +18,6% więcej zakupów

+ -3,7% wydatków na kampanie



**Neil Welch**

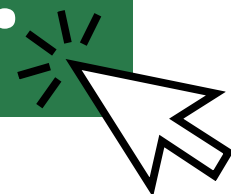
*Owner of Hockey World*

*A major advantage of this collaboration is the communication which has been fast and transparent. We always know what's happening with the campaigns and what decisions are being made. **This gives us a sense of comfort and control, which is often missing in marketing activities.***



# Chcesz zwiększyć sprzedaż dzięki Google Ads?

Napisz do nas!



**Aleksandra Połetek-Pszonak**  
New Business Expert

aleksandra.poletok@devagroup.pl  
tel.: 510 292 795

*"Twoje wyzwania to nasza inspiracja. Podchodzimy do każdej współpracy jak do partnerstwa, inwestując naszą wiedzę i pasję, by osiągać świetne wyniki dla Twojego biznesu."*



CERTYFIKOWANI SPECJALIŚCI  
OD REKLAMY W GOOGLE



[kontakt@devagroup.pl](mailto:kontakt@devagroup.pl)

