

CASE STUDY

Jak osiągamy wysoki Cost Of Sale w kampaniach reklamowych?

Optymalizacja sprzedaży sezonowej w Skoszone.pl



Dzięki skupieniu na sezonowej optymalizacji ruchu na wysoko wartościowe produkty kampanie Okazje.info w Skoszone.pl osiągają 10% CoS.

Szerokie kampanie dom i ogród w Kadax.pl

Kampania reklamowa będąca wyzwaniem z powodu szerokiego asortymentu. Dzięki użyciu zniżki na kampanie produktowe CSS obniżyliśmy CoS do 17%.



Wysoka wartość koszyków w 1000podlog.pl



Dzięki skupieniu na podnoszeniu wartości koszyka i kierowaniu ruchu na produkty sprzedające się w wielu sztukach osiągnęliśmy 9,5% Cost Of Sale.

Optymalizacja kampanii mistrzlamp.pl

Dzięki wyborowi produktów zapewniający wyższy CoS oraz optymalizacji grup odbiorców pod zakup wielu sztuk osiągnęliśmy 15% CoS, który jest bardzo dobrym wynikiem w kategorii oświetleniowej.



Sprzedaż napędów bram Raflux



Optymalizacja kampanii reklamowej Raflux z uwzględnieniem intencji zakupowej pozwoliła skierować ruch na osoby chcące dokonać wymiany bramy, co pozwoliło osiągnąć 15% CoS.

Kampanie meblowe w CentrumKrzeseł.pl

Wyzwaniem w kategoriach meblowych jest duża różnica współczynnika konwersji pomiędzy rodzajami produktów. Dzięki pracy nad doбором proporcji ruchu pomiędzy kategoriami osiągnęliśmy 14% Cost of Sale.



Zapraszamy do kontaktu

kontakt@okazje.info.pl