

CASE STUDY

■ **Przez zaangażowanie do sprzedaży**

Innowacyjne wykorzystanie feedów w remarketingu dla Brand24



■ Kontekst rynkowy

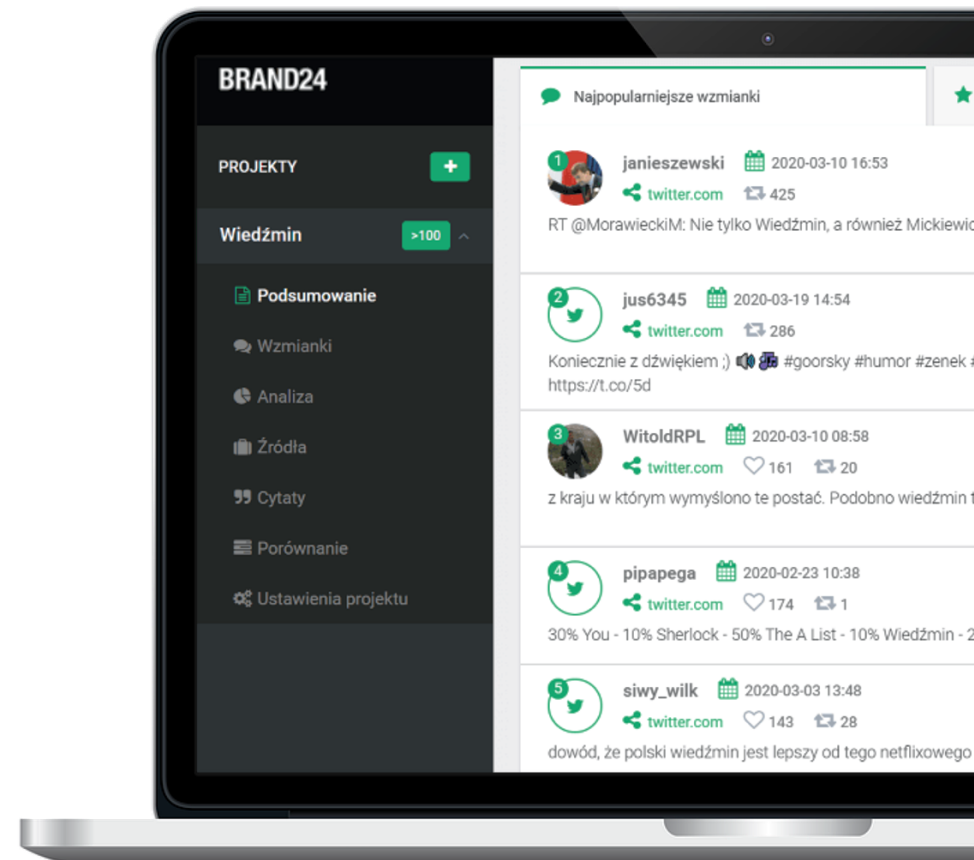
Jaki był cel działań?

Brand24 jest najpopularniejszym narzędziem do monitoringu w Polsce. Na świecie pozyskało już klientów w ponad 100 krajach, natomiast wciąż nie jest tak popularna jak globalni liderzy rynku.

Analiza serwisu G2Crowd.com wskazała, że **klienci Brand24 cechują się bardzo wysoką satysfakcją.** Jednakże, wielu użytkowników Brand24, rezygnuje po okresie testowy nie wykorzystując potencjału narzędzia. Wraz z klientem zauważyliśmy tutaj pewną zależność. Mianowicie, **osoby które pełniej wykorzystwały okres próbny** testując różne funkcje w Brand24, **częściej konwertują niż ci mniej aktywni.**

Jako, że **kluczem do kupna produktu jest jego dobre poznanie,** postanowiliśmy to wykorzystać w remarketingu dynamicznym.

Przenosząc to na realia Brand24 – **co najbardziej zainteresuje użytkownika jak nie realne wzmianki o markach,** które monitoruje?



■ Cel działań marketingowych

Zwiększenie zaangażowania, a zarazem konwersji

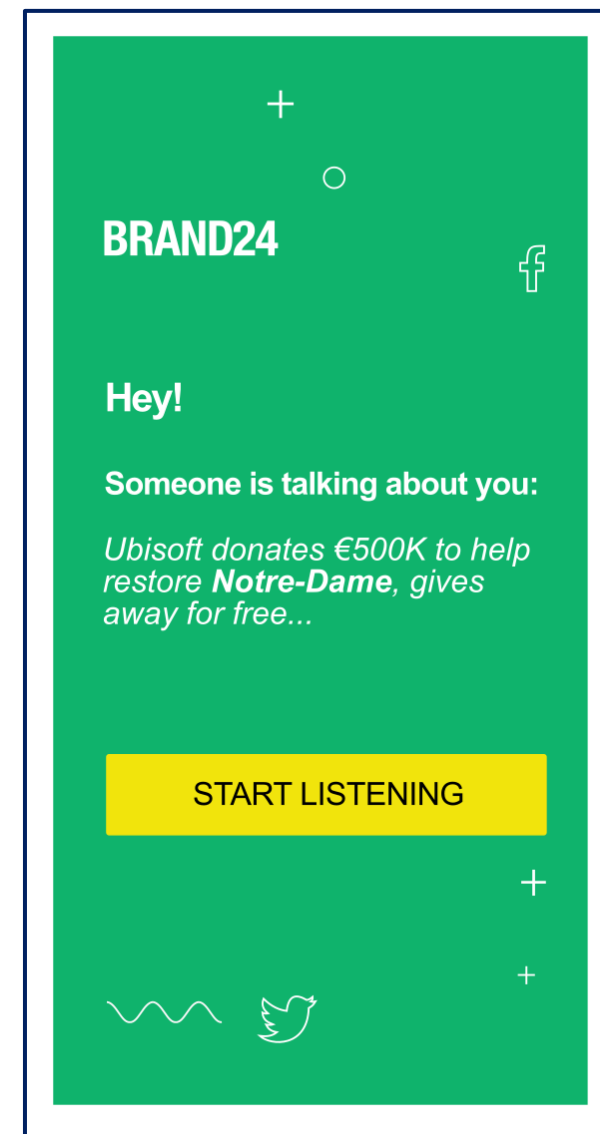
Co było celem naszej kampanii?

- zwiększenie zaangażowania użytkowników testujących,
- konwersja z konta testowego na płatną subskrypcję,
- pokazanie unikalnych możliwości narzędzia.

Co zrobiliśmy aby się to udało?

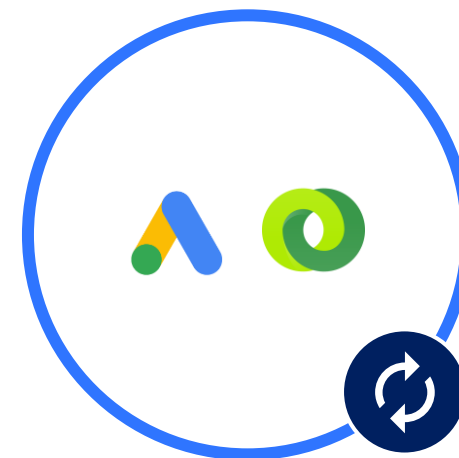
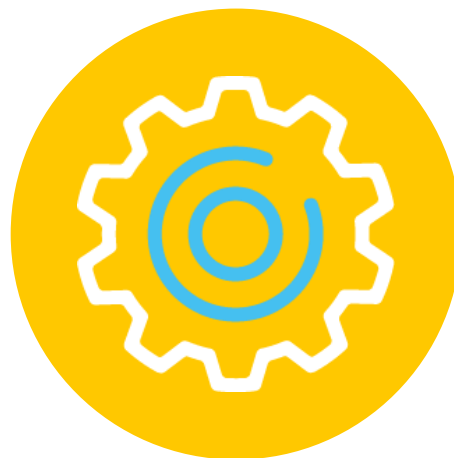
Po naszej stronie **przygotowaliśmy niestandardowy plik produktowy**, tak by za pomocą remarketingu dynamicznego **wyświetlać użytkownikom na okresie próbnym, wzmianki dotyczące śledzonych przez nich słów kluczowych** w aplikacji Brand24.

A jak dokładniej wyglądał proces przygotowania kampanii?
Jakie osiągnęliśmy rezultaty?



■ Jak powstała kampania?

Przy pomocy Feeds.automated!



ETAP 1 API Brand24

Do naszego narzędzia, przy pomocy API zostały przesłane zarówno wzmianki dotyczące śledzonych słów kluczowych oraz ID użytkownika, do którego wiadomość powinna trafić.

ETAP 2 Feeds.automated

Po analizie i obróbce pozyskanych od Klienta danych, utworzyliśmy feedy wyświetlające w indywidualnych kreacjach dynamicznych wybrane przez użytkownika wzmianki.

ETAP 3 Platformy reklamowe

Cała kampania była wyświetlana za pomocą mediów Google – zarówno w Google Ads, jak i DoubleClick (obecnie GMP). Po kliknięciu w banner, użytkownik przekierowywany był do landing page.

■ Priorytetyzacja emisji kampanii

Emisja w oparciu o najwyższą użyteczność dla klienta

Przygotowane komunikaty reklamowe kierowały użytkowników na specjalnie **przygotowany landing page**.

Na stronie docelowej, użytkownik widział zarówno **wzmiankę widzianą wcześniej na bannerze** wraz z przyciskiem zachęcającym do **zapoznania się z kolejnymi wzmiankami**.

Oprócz tego, prezentowane były również **dodatkowe materiały wskazujące zalety** korzystania z aplikacji Brand24 wraz z kolejnym call-to-action, **zachęcającym do podjęcia subskrypcji**.

The image shows a screenshot of the Brand24 landing page. At the top, there is a dark banner with the text "BRAND24" and "Someone is talking about you". Below this, a white notification box displays a social media mention: "Ubisoft donates €500K to help restore Notre-Dame, gives away for free...". A green button labeled "FIND OUT MORE" is positioned below the notification. The main content area features the text "Engage all mentions relevant to your business to improve its results:" followed by a large green-bordered box containing the same notification text and a prominent red button that says "Start listening". To the right, there are icons for social media and a line graph. At the bottom, there are three small white boxes with text and "SEE MORE..." links, each containing a testimonial about the benefits of Brand24.

■ **Jakie były wyniki realizowanych działań w porównaniu do klasycznego remarketingu?**

+185%

zwiększenie ilości nowych projektów w aplikacji Brand24

+74%

zwiększenie ilości wyświetlanych stron w trakcie jednej sesji użytkownika

+79%

zwiększony współczynnik klikalności (CTR)



■ Nasze działania zostały docenione!

Nagrody i wyróżnienia za wspólną kampanię z Brand24

MIXX AWARDS 2018

Przez zaangażowanie do sprzedaży – innowacyjne wykorzystanie remarketingu dla Brand24

BRAZOWA STATUETKA
(SMART SOLUTION)

GOLDEN ARROW 2019

Przez zaangażowanie do sprzedaży – innowacyjne wykorzystanie remarketingu dla Brand24

WYRÓŻNIENIE
(PERSONALIZACJA)





Maciej Janik
Product Manager
m.janik@bluerank.com

Bluerank Sp. z o.o.

aleja Marszałka Józefa Piłsudskiego 87,
92-332 Łódź,
tel. +48 632 33 21
www.bluerank.com



Google Marketing Platform
Sales Partner

Nota prawna:

Informacje zawarte w tej prezentacji mają charakter poufny i są przeznaczone do wglądu jedynie dla adresata dokumentu. Dystrybucja, kopiowanie i powielanie danych w jakiegokolwiek postaci są możliwe tylko i wyłącznie po uzyskaniu pisemnej zgody ze strony Bluerank Sp. z o.o. Wszelkie znaki handlowe firm trzecich zostały użyte wyłącznie w celach informacyjnych.