

Case study

Leroy Merlin – kampania PPC



<http://www.weblocus.pl>

Sytuacja wyjściowa

W drugiej połowie maja 2008 Weblocus, marka należąca do grupy Adv.pl, przeprowadziła dla Leroy Merlin Polska kampanię linków sponsorowanych w wyszukiwarce Google oraz sieci serwisów zrzeszonych w AdSense (reklama kontekstowa Google). Działania PPC prowadzone były równoległe z innymi kampaniami e-marketingowymi (display, e-mail marketing) oraz kampaniami w TV, radio, prasa, outdoor.

Cel kampanii



Kampania miała na celu wsparcie nowo powstałego serwisu www.wiecejinnowacji.pl. Nazwa serwisu związana jest z kreowanym wizerunkiem Leroy Merlin jako firmy oferującej innowacyjne i funkcjonalne rozwiązania dla domu i ogrodu.

Grupa docelowa

→ Klienci Leroy Merlin oraz Internauci ceniący innowacyjność

Narzędzia i realizacja

Na serwisie www.wiecejinnowacji.pl znalazły się bardzo atrakcyjne (Flash) prezentacje 64 produktów.



W Google wykorzystane zostały frazy gwarantujące odpowiedni zasięg kampanii oraz pozyskanie traffic'u na serwisie. Powiązane zostały one z kategoriami promowanych produktów, np. „oświetlenie łazienki”, „mikrowiertarki”, „sejfy elektroniczne”, „panele PCV” i inne. Ponadto wykupione zostały słowa kluczowe nawiązujące do przekazu reklamowego komunikowanego w mediach. Te frazy, to m.in. „innowacyjne rozwiązania”, „nowoczesne dekoracje”, „więcej innowacji”, „nowoczesne oświetlenie”.

Rezultaty kampanii

Frazy zagwarantowały, że internauci, którzy zetknęli się z przekazem w TV, radio, prasa, czy outdoor mogli bardzo szybko dotrzeć do serwisu www.wiecejinnowacji.pl przez Google.

Udział wejść z linków AdWords na serwis w stosunku do wszystkich wejść – aż 27%.