

Performance

Marketing z

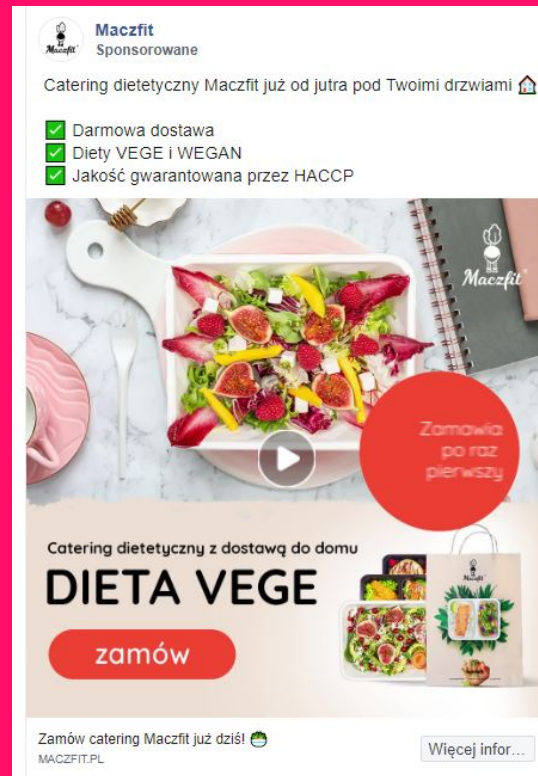
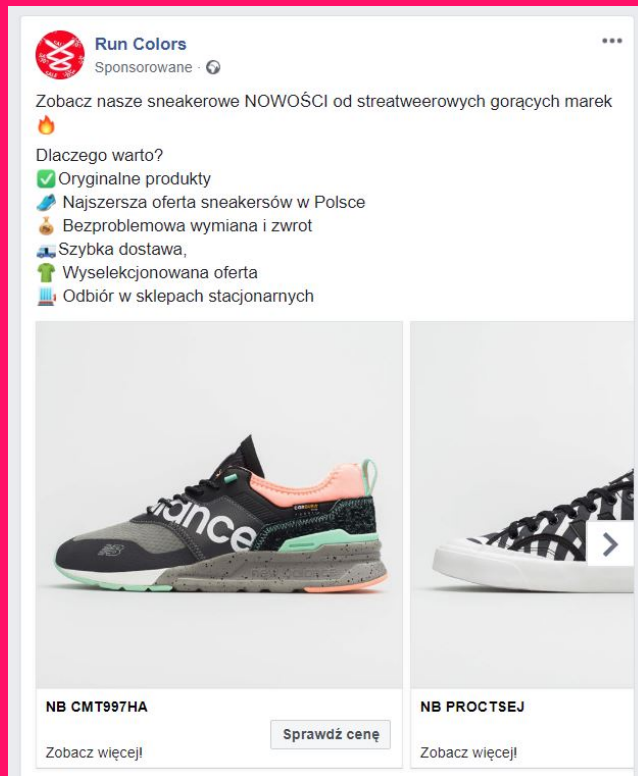
CupSell.pl

Czyli kilka słów o tym jak efektywnie wydawać pieniądze i zarabiać na swoich produktach.

CupSell

Kilka ćwiczeń na rozgrzewkę ;)

- Sprawdźmy co wie o nas Facebook



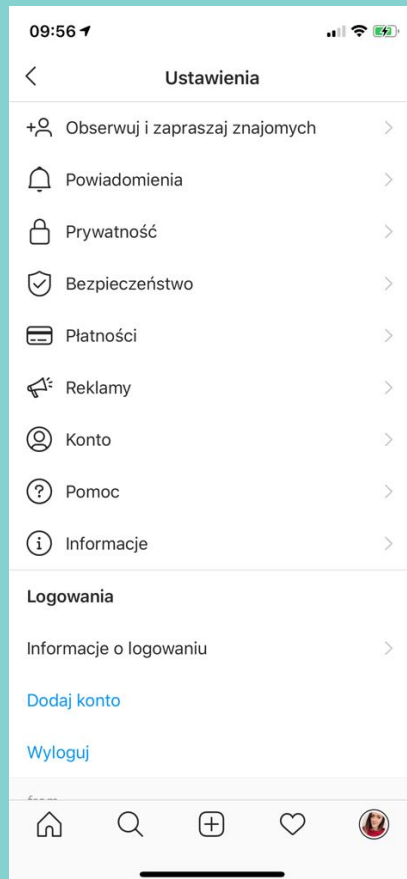
→ https://www.facebook.com/ads/preferences/?entry_product=ad_settings_screen

→ <https://www.facebook.com/settings?tab=applications>

CupSell

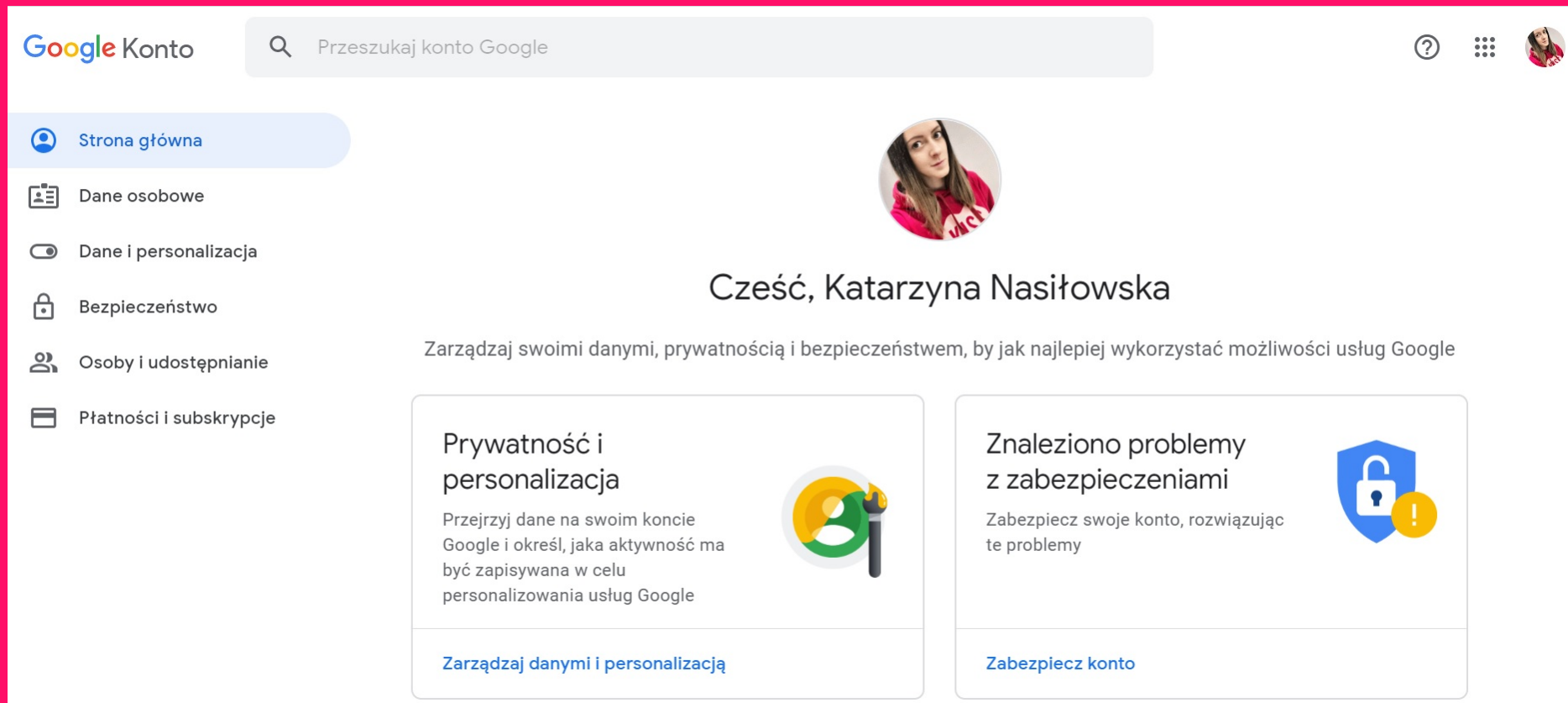
Kilka ćwiczeń na rozgrzewkę ;)

- Sprawdźmy co wie o nas Instagram

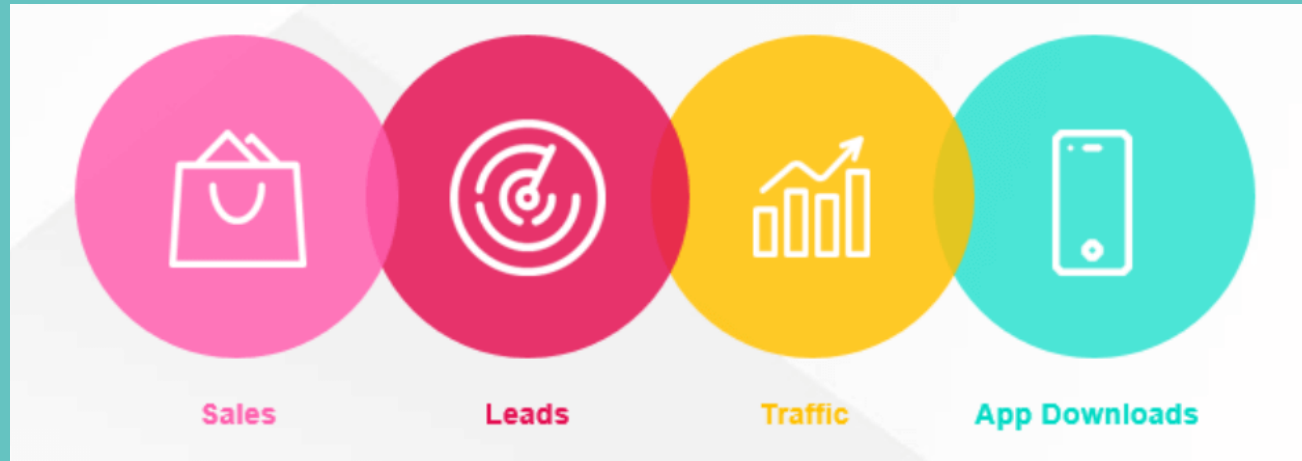


Kilka ćwiczeń na rozgrzewkę ;)

- Sprawdźmy co wie o nas Google



Czym właściwie jest Performance Marketing?



Performance marketing (inaczej marketing efektywnościowy) to szereg działań marketingowych, których celem jest nakłonienie potencjalnych klientów do wykonania oczekiwanych efektów.

Działania Performance marketingu powinny być **świadomie zaplanowane, zrealizowane, optymalizowane w trakcie oraz mierzalne**, tzn. dające się zaraportować.

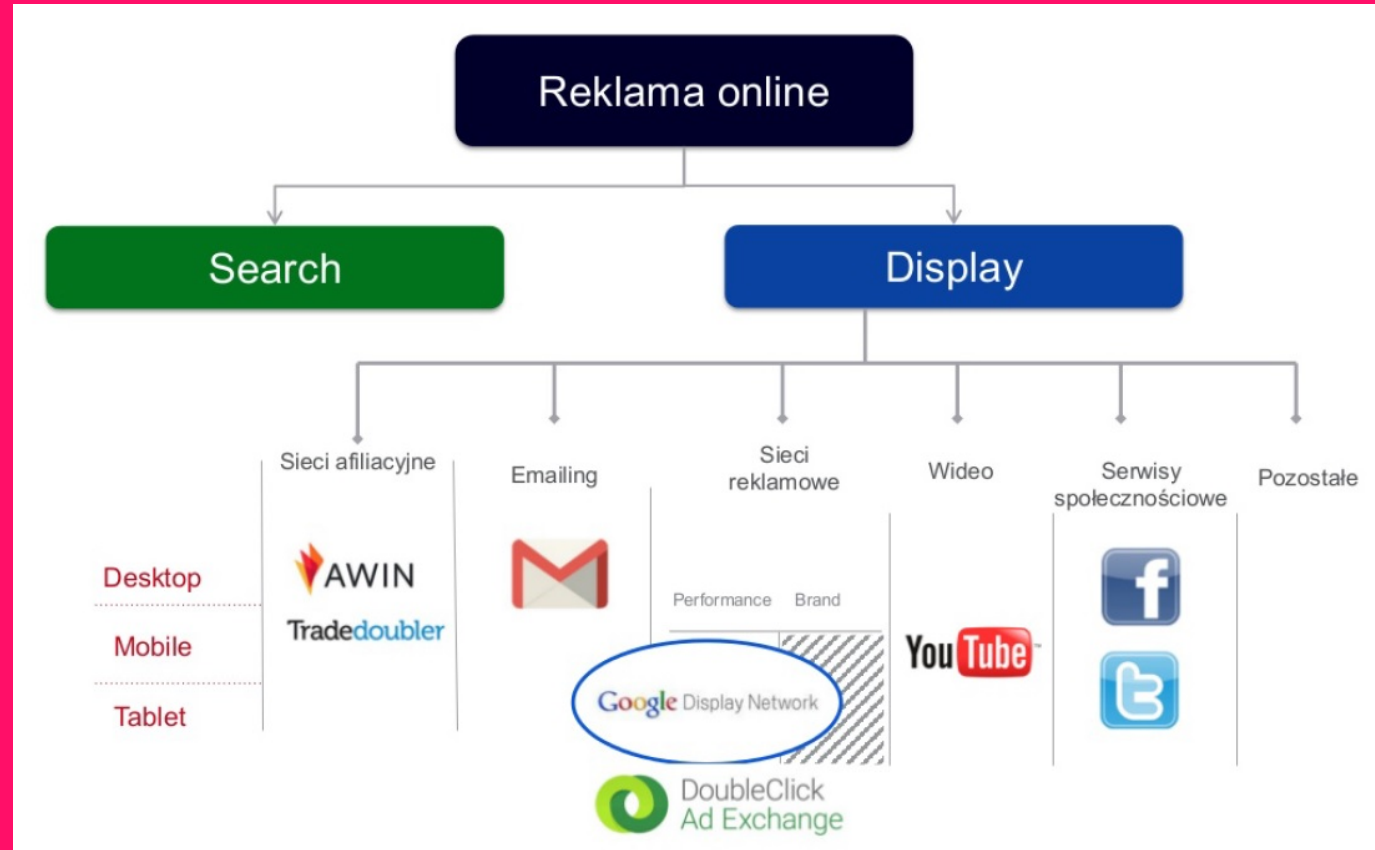
Planowanie działań marketingowych opiera się o cele i KPI's (ang. Key Performance Indicators).

Kanały działań w Performance Marketingu - SEM

- Google Ads
- Facebook & Instagram Ads
- E-mail marketing
- Sieci afiliacyjne

Główne metody rozliczania działań:

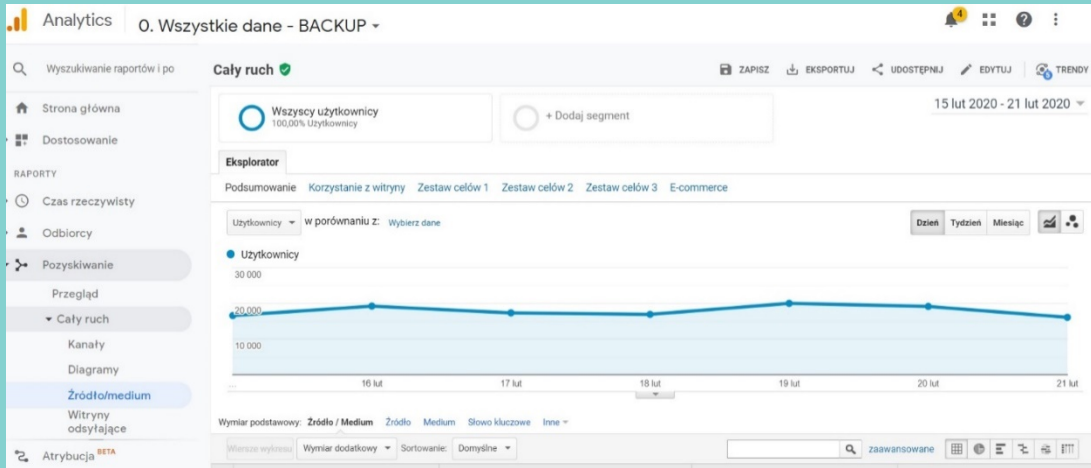
- CPC (*cost per click*)
- CPL (*cost per lead*)
- CPM (*cost per mille*)
- CPO (*cost per order*) / CPS (*cost per sale*)



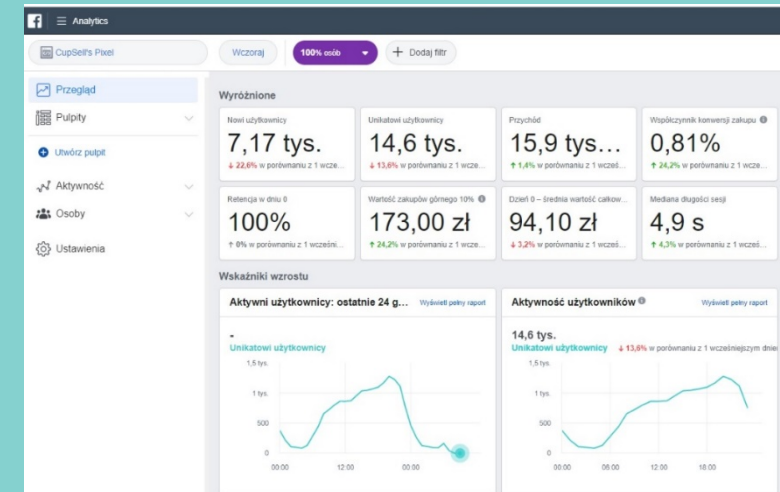
CupSell

Mierzalność działań reklamowych

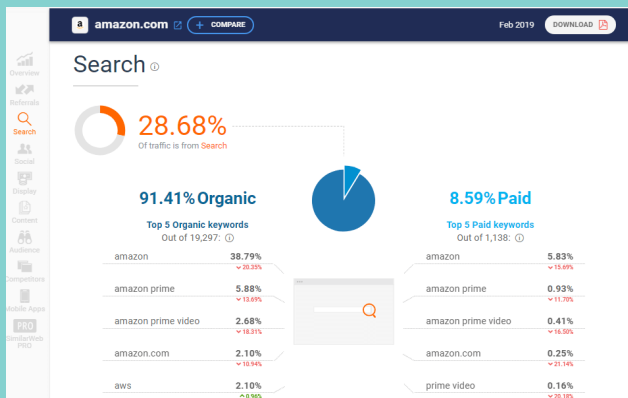
- Google Analytics



- Facebook Analytics



- SimilarWeb



Google Analytics – główne funkcje narzędzia

- **Kolekcjonowanie danych**
 - wyświetlany adres URL
 - nazwa przeglądarki, systemu, urządzenia
- **Konfiguracja**
 - tworzenie segmentów
 - grupowanie kanałów
 - filtrowanie botów, IP



- **Raportowanie**
 - dane o użytkownikach
 - dane o transakcjach
 - dane o źródłach ruchu
- **Przetwarzanie danych**
 - rozdzielanie ruchu
 - segmentowanie

W panelu sprzedawcy, wybierając „Twoje sklepy” i kolejno „Ustawienia sklepu zaawansowane” masz możliwość wklejenia swojego GOOGLE ANALYTICS ID



Google Analytics – podstawowe wskaźniki dla e-commerce

Unikalny użytkownik – pojedynczy, niepowtarzalny adres IP użytkownika, który wszedł w interakcję z naszą stroną internetową

Sesja – liczba pojedynczych sesji zainicjowanych przez użytkowników witryny. Wygaśnięcie zależne od czasu: po 30 minutach braku aktywności, o północy.

Współczynnik konwersji – wskaźnik %, który wskazuje na udział osób wykonujących pożądaną akcję.

$$\text{Współczynnik konwersji} = \frac{\text{liczba konwersji}}{\text{liczba użytkowników}} \times 100\%$$

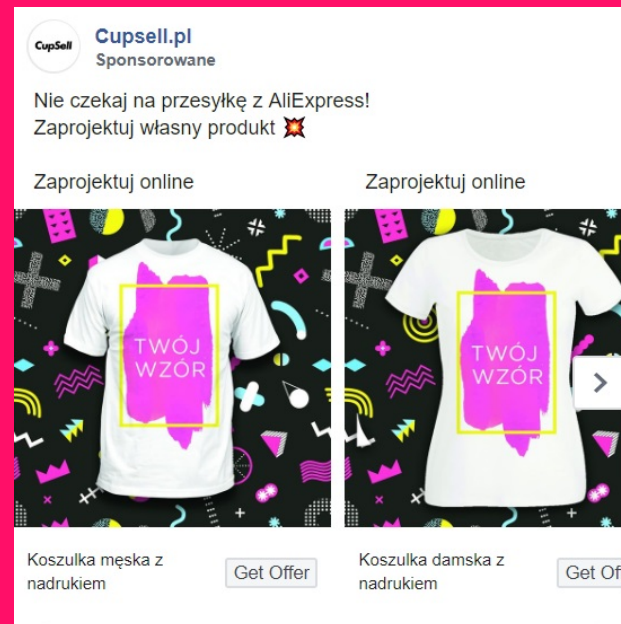
Współczynnik odrzuceń – wskaźnik %, który wskazuje na liczbę sesji ograniczonych do jednej strony.

Jak poprawić współczynnik konwersji i zmniejszyć współczynnik odrzuceń ???

CupSell

Facebook & Instagram Ads

- Jak rozpoznać reklamy?
- Jak założyć konto reklamowe?
- Jak tworzyć kampanie, wybierać odpowiednie zestawy reklam, testować kreacje i formaty?

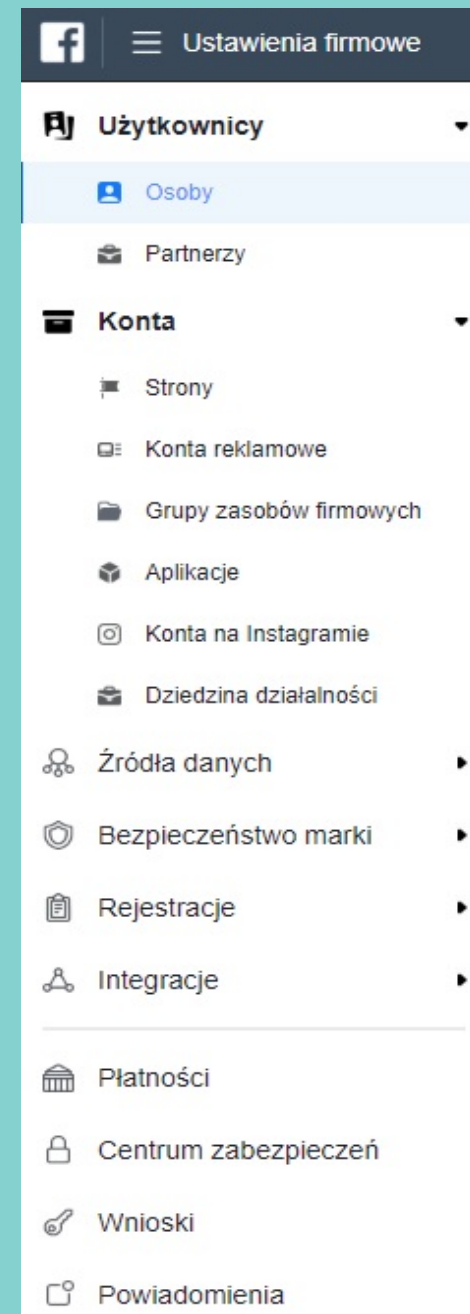


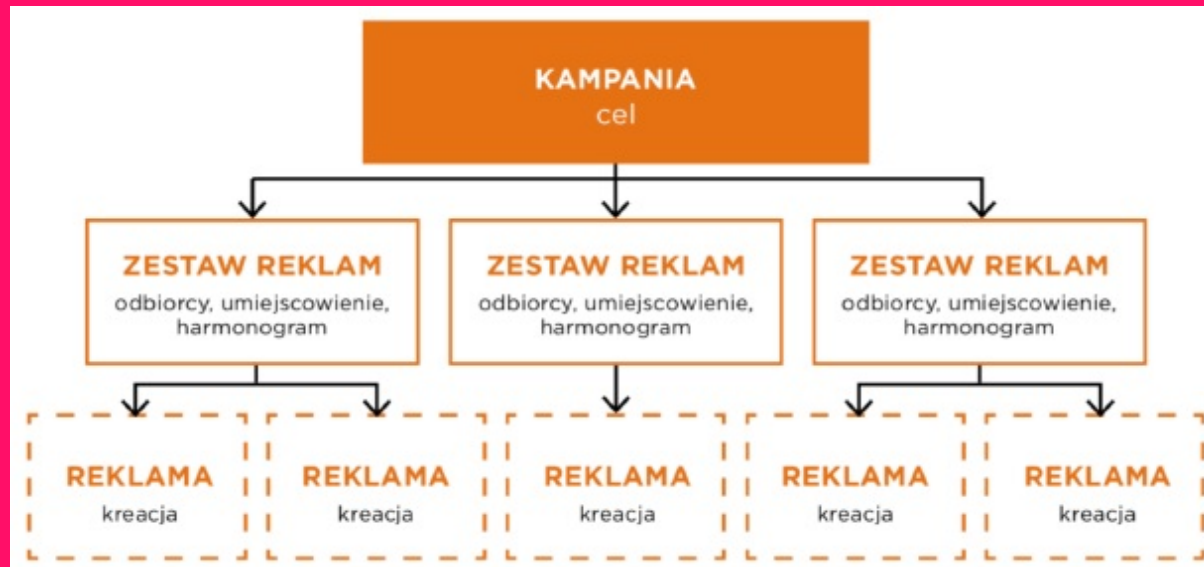
Mając swój fanpage możesz założyć własnego menedżera firmy:

<https://business.facebook.com/>

Umożliwia on m.in.:

- utworzenie konta reklamowego
- zarządzania osobami, które mają dostęp do Twojej strony
- połączenia swojego fanpage z kontem na Instagramie
- utworzenia Pixela do zbierania danych o użytkownikach i ich zachowaniach
- utworzenia/zaimportowania katalogu produktów
- utworzenia/zaimportowania grup odbiorców





Szybkie tworzenie

Utwórz nową kampanię ▼

Nazwa kampanii

Typ zakupu

Cel kampanii

Test porównawczy ⓘ

Optimalizacja budżetu kampanii ⓘ

Utwórz nowy zestaw reklam ▼

Nazwa zestawu reklam

Utwórz nową reklamę ▼

Nazwa reklamy

Tworzenie 1 kampanii, 1 zestawu reklam i 1

Świadomość

- Rozpoznawalność marki
- Zasięg

Działania

- ✓ ☒ Ruch
 - Instalacje aplikacji
 - Wyświetlenia filmu
 - Pozyskiwanie kontaktów
 - Aktywność dotycząca posta
 - Polubienia strony
 - Reakcje na zaproszenie na wydarzenia
 - Wiadomości

Konwersja

- Konwersje
- Sprzedaż z katalogu
- Ruch w firmie

CupSell

Facebook Ads – tworzenie zestawu reklam

- Do kogo?



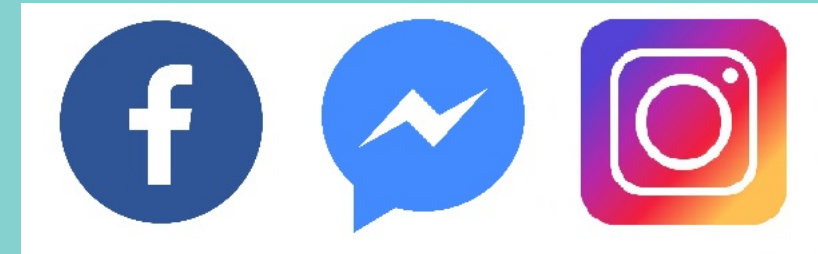
- Za ile?



- Kiedy?



- Gdzie?



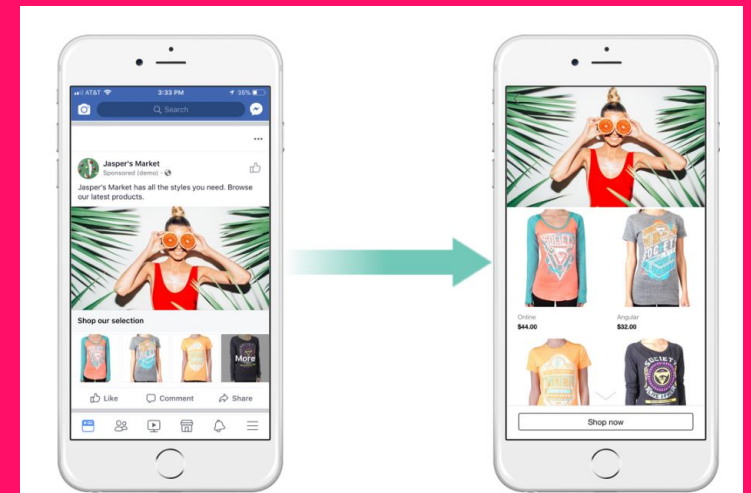
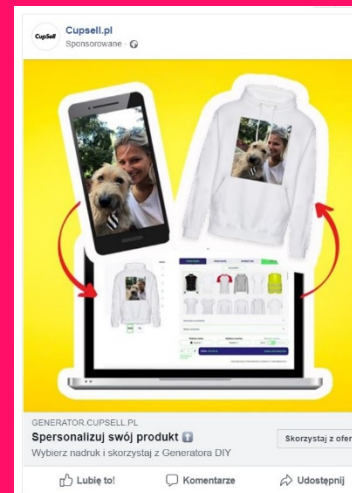
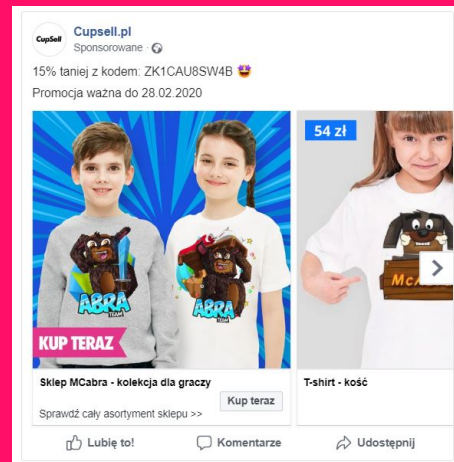
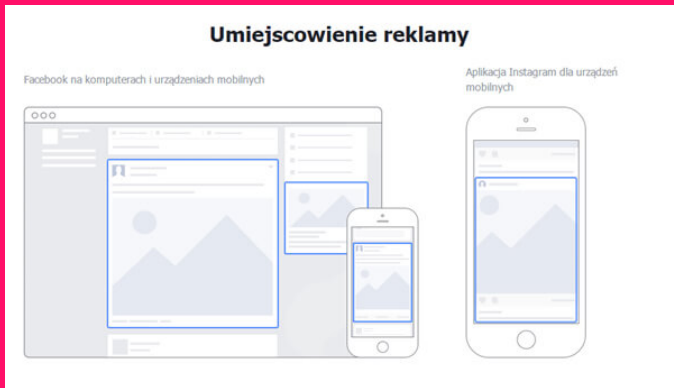
Grupy odbiorców

Podstawowa grupa odbiorców	Niestandardowa grupa odbiorców	Podobna grupa odbiorców
Zainteresowania, wiek, płeć, lokalizacja	Odwiedzający stronę, odwiedzający podstrony, zaangażowani na fanpage, listy adresów e-mail	Podobni do fanów, podobni do klientów, podobni do grup niestandardowych odbiorców

CupSell

Facebook & Instagram Ads – tworzenie reklamy

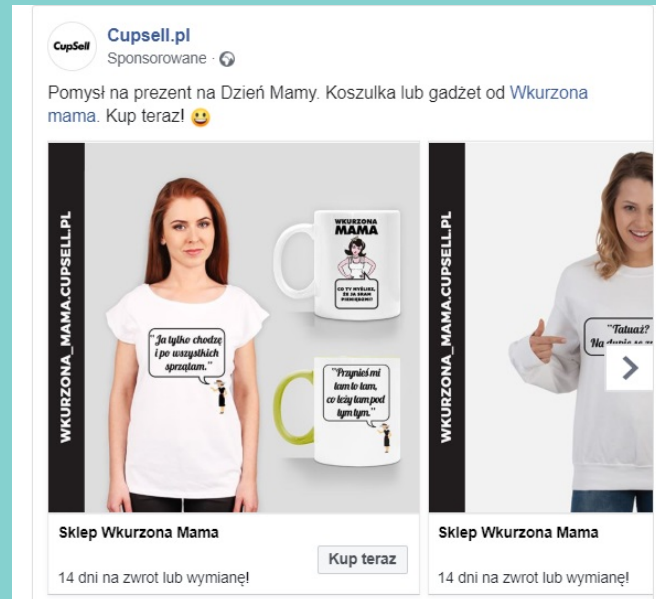
- Jaki format?



CupSell

Facebook & Instagram Ads – tworzenie reklamy

- Jaki przekaz?



- Jak osiągnąć sukces?

Trafność kreacji do grupy docelowej	Szerokość grupy docelowej	Umiejscowienie
Jakość kreacji	Dobranie typu i treści postado celu reklamowego	Czas Trwania reklamy

Podstawowy tekst **Do 125 znaków**

Poinformuj odbiorców, czego dotyczy reklama

+ Dodaj kolejną opcję

Nagłówek (opcjonalnie) **Do 40 znaków**

Napisz krótki nagłówek

+ Dodaj kolejną opcję

Opis (opcjonalnie)

Załącz dodatkowe informacje

+ Dodaj kolejną opcję

- Ogranicz tekst do minimum
- Dodaj przycisk CTA
- Nie powtarzaj tych samych tekstów w kolejnych polach
- Linkuj prosto do celu

CupSell

Facebook & Instagram Ads – ćwiczenie



Torba sportowa



Komputer znanej marki



Designerska kanapa

płeć, wiek, lokalizacja, zainteresowania

PROSPECTING	RETARGETING
Kierowanie na tzw. zimny ruch • Płeć, wiek, lokalizacja • Zainteresowania • Wykluczamy osoby, które weszły w interakcje ze stroną Kierowanie na tzw. ciepły ruch • Listy podobnych odbiorców – lookalike Kierowanie na konkurencje • Duże fanpage konkurencji możliwe do dodania z poziomu zainteresowań	Kierowanie do powracających użytkowników: • odwiedzili naszą stronę • byli aktywni na naszym fanpage • dokonali zakupu w przeszłości • dodali do koszyka, ale nie kupili • oglądali produkty • są subskrybentami newslettera

CupSell

Google Ads

- Jak założyć konto reklamowe?
- Jak tworzyć kampanie, wybierać odpowiednie grupy reklam, testować kreacje i formaty reklamowe?

Reklama · www.cupsell.pl ▼

CupSell.pl | Odzież i Akcesoria z Nadrukiem

Wybierz gotowy wzór lub spersonalizuj własny produkt. Koszulki, Bluzy, Kubki, Akcesoria.
Zostań Sprzedawcą i zarabiaj prawdziwe pieniądze. Projektuj własne wzory w Generatorze.

Generator

Zaprojektuj swoją odzież lub gadżet
Wyróżnij się z tłumu już dziś

Kontakt

Nie znalazłeś odpowiedzi na pytanie
Napisz do nas

Załącz sklep

Zostań sprzedawcą, zarabiaj online.
Zobacz jakie to proste

Hurt

Realizujemy zamówienia hurtowe
Indywidualna wycena zamówień Hurt

Kup teraz Reklamy ⓘ



Bluza z własnym nadrukiem
98,00 zł
CupSell.pl
Przez: Google



Testoviron, duda, kaczyński,...
95,99 zł
CupSell.pl
Przez: Google

Zobacz: [kubek cupsell.pl](http://kubek.cupsell.pl)



Kubek z własnym...
30,15 zł
CupSell.pl
Przez: Google



Kubek z kolorowym...
28,00 zł
CupSell.pl
Przez: Google

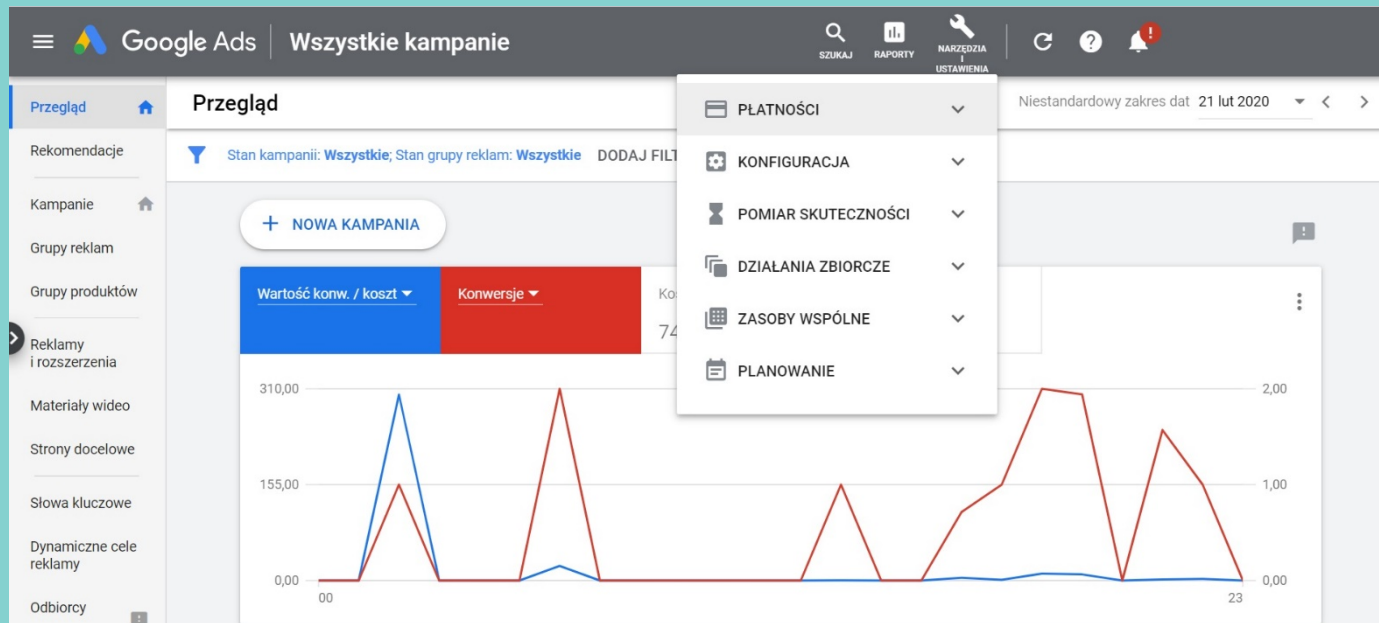


Kubek z memem...
24,00 zł
CupSell.pl
Przez: Google

Google Ads – zakładanie konta

Aby założyć konto reklamowe w Google Ads konieczne jest spełnienie dwóch warunków:

1. Musisz posiadać adres e-mail z domenie @gmail.com
2. Musisz posiadać własną stronę www



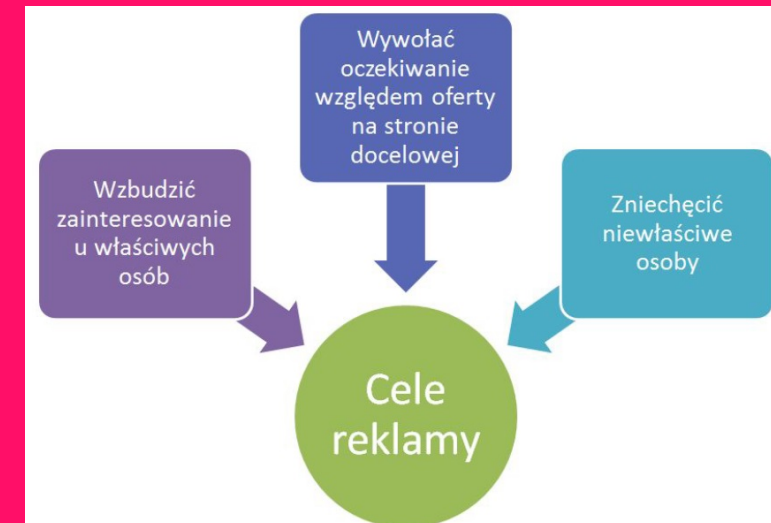
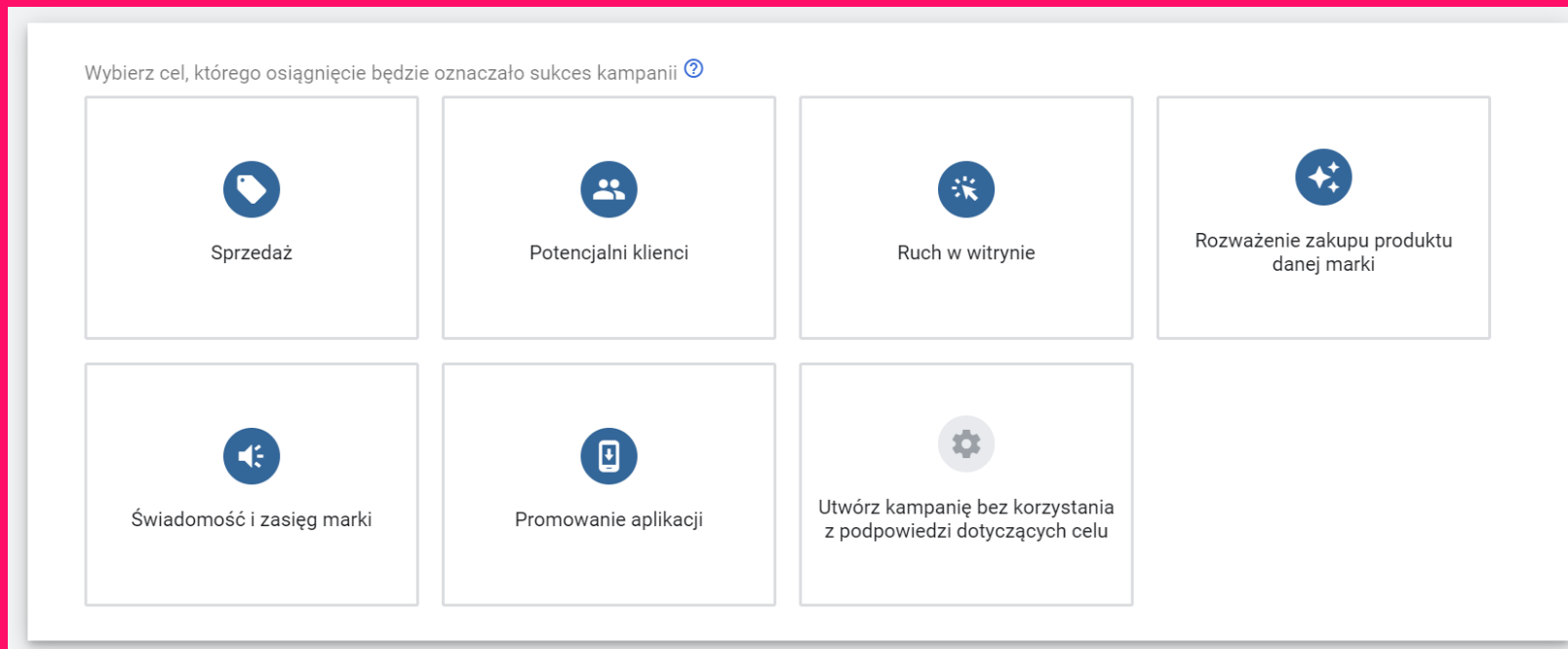
https://ads.google.com/intl/pl_pl/getstarted/

Ponadto konfiguracja konta wymaga podania takich danych jak: dane firmy, dane głównej osoby kontaktowej oraz uzupełnienie profilu płatności.

Google Ads – tworzenie kampanii

- Cele i budżet

W przypadku Facebooka budżet kampanii możemy ustawiać JESZCZE na 2 sposoby: z poziomu kampanii, z poziomu zestawu reklam



Wybór odpowiedniego celu kampanii oraz strategii ustalania stawek to kluczowe elementy, od których zależy sukces naszych działań.

- **Kierowanie, umiejscowienie, harmonogram**

W odróżnieniu od Facebooka, w panelu Google Ads wszelkie dane o odbiorcach, umiejscowieniu reklam oraz harmonogramie ich wyświetlania możemy konfigurować z poziomu ustawień kampanii.

W tym też miejscu wybieramy jaki **budżet** chcemy przeznaczyć na kampanię, czy reklamy mają się rotować oraz możemy dodać rozszerzenia do reklam.



- **Tworzenie grup reklam**

W przypadku Facebooka mówiliśmy o „zestawach” reklam

Grupa reklam zawiera reklamy o podobnych celach. W obrębie grupy reklam możemy ustalać stawki dla wszystkich słów kluczowych lub osobne stawki pojedynczych słów kluczowych (dotyczy kampanii z CPC ustawianym samodzielnie).

Google Ads – tworzenie reklam, ranking reklamy

Google umożliwia tworzenie reklam na kilka sposobów:

1. Reklamy rozszerzone
2. Reklamy elastyczne
3. Kampanie inteligentne

- Co wpływa na ranking reklamy Google?

Wysokość stawki, jakość reklamy w czasie aukcji, konkurencyjność aukcji, kontekst wyszukiwania, rozszerzenia reklam.

The screenshot shows the 'Nowa reklama tekstowa' (New text ad) form in Google Ads. It includes fields for 'Końcowy URL' (Final URL), three headline slots ('Nagłówek 1', 'Nagłówek 2', 'Nagłówek 3') with character counts (0/30), a display path ('Ścieżka wyświetlania') with two segments ('Ścieżka 1' and 'Ścieżka 2') and character counts (0/15), and two text slots ('Tekst reklamy 1', 'Tekst reklamy 2') with character counts (0/90). There are 'NOWOŚĆ' (New) badges next to the third headline and the second text slot. A 'Opcje adresu URL reklamy' (Ad URL options) dropdown is at the bottom.

The screenshot shows the 'Rozszerzenia' (Extensions) menu in Google Ads. The menu is open, showing various extension types. The 'Rozszerzenia' menu item is highlighted in blue. The 'Rozszerzenia automatyczne' (Automatic extensions) section is expanded, showing a list of extension types: 'Rozszerzenie linku do podstrony' (Subpage link extension), 'Rozszerzenie objaśnień' (Explanation extension), 'Rozszerzenie informacji w witrynie' (Website information extension), 'Rozszerzenie połączenia' (Connection extension), 'Rozszerzenia formularzy kontaktowych BETA' (Contact form extensions BETA), 'Rozszerzenie wiadomości' (Message extension), 'Rozszerzenie lokalizacji' (Location extension), and 'Rozszerzenie powiązanej lokalizacji' (Associated location extension). The 'Mniej' (Less) option is at the bottom of the menu.

CupSell

Google Ads

- Jak wygrać aukcję w Google?

	<i>Max CPC</i>	<i>Jakość</i>	<i>AdRank</i>	<i>Miejsce</i>
Firma X	1 zł	8	8	3
TY	2 zł	10	20	1
Firma Y	3 zł	5	15	2

$$\text{rzeczywisty CPC} = \frac{\text{AdRank konkurenta}}{\text{moja jakość}} + 1\text{gr}$$

Obliczamy rzeczywisty CPC

	<i>Max CPC</i>	<i>Jakość</i>	<i>AdRank</i>	<i>rzeczywisty CPC</i>
TY	2zł	10	20	$15:10+0,01 = 1,51\text{zł}$
Firma Y	3zł	5	15	$8:5+0,01 = 1,61\text{zł}$
Firma X	1zł	8	8	zależy od AdRank'u kolejnego reklamodawcy

Google Ads – słowa kluczowe

Dopasowanie	Przybliżone	Do wyrażenia	Ścisłe	Wykluczające
Znak	Brak	Cudzystów „”	Nawias zamknięty []	Minus -
Działanie	Wyświetla na wszystkie zbliżone słowa kluczowe	Wyświetla na słowa z dodatkami przed i po „”	Wyświetla na dokładne słowa w []	Nie wyświetla na słowa z -
Przykład	Nurkowanie	„Nurkowanie”	[Nurkowanie]	-Nurkowanie

Skąd czerpać inspiracje?

Planer słów kluczowych Google Ads
Google Ads – raport wyszukiwanych haseł
Google Trends

<https://keywordtool.io/>
<https://answerthepublic.com/>
<https://neilpatel.com/ubersuggest/>



Jeżeli brakuje Ci pomysłów na kolejne słowa/frazy kluczowe możesz korzystać z darmowych narzędzi, które pomogą Ci rozszerzyć pulę swoich słów!

CupSell

Kilka tipów na to jak podejrzeć konkurencję 😊

- **SimilarWeb** – wtyczka do Chrome

<https://chrome.google.com/webstore/detail/similarweb-traffic-rank-w/hoklmmgfnpapggjcpechhaamimifchmp>

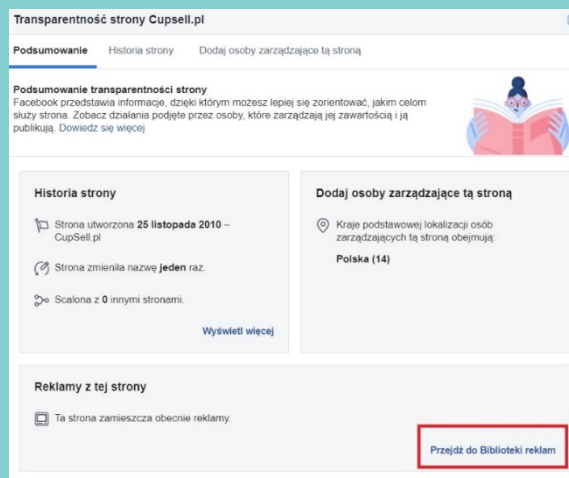
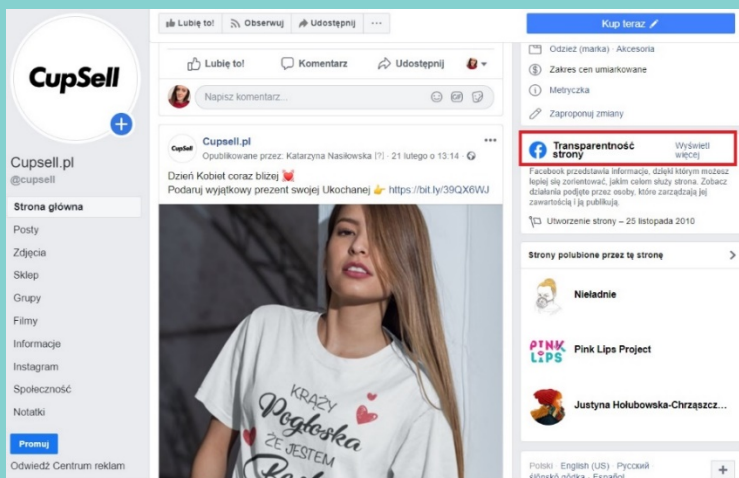
- **Facebook**

- Transparentność strony/Biblioteka reklam

https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=all&country=PL&impression_search_filed=has_impressions_lifetime

- Dodaj do obserwowanych strony konkurencji

https://www.facebook.com/cupsell/insights/?referrer=page_insights_tab_button



Strony do obserwowania					Utwórz post	
Porównaj statystyki swojej strony i postów z podobnymi stronami na Facebooku.						
Dodaj strony					Aktywność	
Strona		Łączna liczba polu	W stosunku do ze	Posty w tym tygodniu	Interakcje w tym tygodniu	
1	Spreadshirt	151,9K	▲ 6,2%	1	4,3K	
2	TeePublic.com	58,7K	▲ 2,9%	14	201,6K	
3	koszulkowo.com	34,4K	0%	13	3,6K	

- Google Ads – zakładka analiza aukcji

Google Ads

Wszystkie kampanie > TXT Generator

SZUKAJ

RAPORTY

NARZĘDZIA & USTAWIENIA

Wynik optymalizacji: 86%

Więcej szczegółów

Przegląd

Rekomendacje

Grupy reklam

Grupy reklam

Analiza aukcji

Reklamy i rozszerzenia

Strony docelowe

Słowa kluczowe

Odbiorcy

Dane demograficzne

Ustawienia

</

- Wyszukiwarka Google – wpisywanie fraz, które pozycjonujemy i używamy w swoich kampaniach

	poniedziałek	wtorek	środa	czwartek	piątek	sobota	niedziela
Baner slider							
Belka							
Newsletter							
Grupa - Sprzedawcy							
Facebook							
Instagram							
link do sklepu							
Insider							
Adwords							
Reklama FB							

- Wykorzystuj coroczne okazje
- Wykorzystuj wydarzenia ważne w e-commerce: black Friday, cyber Monday, dzień darmowej dostawy, sezonowe wyprzedaże
- Monitoruj sprzedaż- w dni o słabszych wynikach możesz zachęcić użytkowników do zakupu np. dając im kupon rabatowy
- Wszystkie działania planuj w kalendarzu, ustal harmonogram prac i pilnuj terminów realizacji kampanii!



<http://kalendarzecommerce.pl/>

<https://www.kalbi.pl/kalendarz-swiat-nietypowych>

- Certyfikaty i szkolenia Google

<https://skillshop.exceedlms.com/student/catalog/browse>

- Fanpage

<https://www.facebook.com/NowyMarketing/>

<https://www.facebook.com/marketingprzykawie/>

<https://www.facebook.com/marketingwpraktyce/>

<https://www.facebook.com/GooglePolska/>

<https://www.facebook.com/GoogleAds/>

- Grupy

https://www.facebook.com/groups/gapolska/?ref=br_rs

https://www.facebook.com/groups/socialtigerspl/learning_content/

<https://www.facebook.com/groups/wsparcie.adwords/>

<https://www.facebook.com/groups/1035176159853866/>

Dziękuję za uwagę!

CupSell.pl

Masz więcej pytań?

Pisz na adres: katarzyna.nasilowska@e.4funmedia.pl