

Reklama AdWords pozwala PPUH EMBUD skutecznie docierać do grupy docelowej



“Dostosowywanie budżetów, wstrzymywanie i uaktywnianie reklamy w zależności od dostępnej oferty, to tylko kwestia kilku minut”

*Mirosław Sokołowski,
prezes firmy, EMBUD*

PPUH EMBUD Sp. z o.o. oraz Warszawskie Przedsiębiorstwo Budowlane BETONBUD 2 Sp. z o.o. to zespół dynamicznie rozwijających się firm działających na warszawskim rynku budowlanym od 1992 roku. Oferują one szeroki zakres usług i produktów, takich jak prace elewacyjne i dociepleniowe, remonty dachów i balkonów, produkcja parkietów, produkcja i wynajem kontenerów oraz wiele innych.

Firma PPUH EMBUD Sp. z o.o. rozpoczęła kampanie AdWords w 2006 roku wraz z agencją reklamową Net Solutions. W tym czasie branża budowlana w Polsce w dużej mierze opierała się na reklamie prasowej lub telewizyjnej, a internet nie należał do konwencjonalnych kanałów, poprzez które takie firmy promowały swoją ofertę.

Strategia

Na początek wybrano tę część oferty, która była najmniej intensywnie wypromowana w dotychczasowych działaniach marketingowych, czyli wynajem kontenerów. Potencjalnymi odbiorcami takich usług są osoby i firmy zainteresowane zakupem bądź wynajmem kontenerów biurowych, socjalnych, magazynowych i morskich na terenie całego kraju.

Przedstawicielom Embudu zależało dodatkowo na tym, żeby reklama była aktywna tylko wtedy, gdy firma rzeczywiście dysponuje wolnymi kontenerami. Wcześniejsze doświadczenie firmy Embud z innymi formami reklamy branżowej wskazywało, że taką elastyczność może zapewnić przede wszystkim reklama w wyszukiwarce.

Agencja Net Solutions stworzyła dla Embudu kilka oddzielnych kampanii AdWords, aby jak najbardziej efektywnie zarządzać budżetem. Ogólna kampania kierowana na wyszukiwarkę Google obejmowała takie słowa kluczowe jak „wynajem kontenerów”, „sprzedaż kontenerów”. Pozostałe kampanie dotyczyły specyficznych rodzajów kontenerów, które oferuje Embud. Dlatego słowa kluczowe w tych kampaniach były zdecydowanie bardziej szczegółowe i skierowane do klienta, który jest zdecydowany i dokładnie wie, czego poszukuje.

Rezultaty

Wymierne efekty prowadzonych kampanii AdWords można było dostrzec po 3 miesiącach od uruchomienia kampanii – dostępne kontenery zostały wynajęte bądź wyprzedane. Zainteresowanie ofertą przerosło nawet w pewnym momencie możliwości produkcyjne przedsiębiorstwa EMBUD. Reklama AdWords umożliwiła zatem dotarcie do właściwej grupy docelowej. Jednocześnie w momencie, w którym oferta została chwilowo wyczerpana, reklamy mogły zostać natychmiast czasowo wstrzymane.

Aktualnie reklama jest wyświetlana wyłącznie wtedy, gdy kończy się okres wynajmu któregoś z kontenerów i wstrzymywana niezwłocznie po pozyskaniu kolejnego klienta, co trwa zwykle około 3 dni.

„Wykorzystanie Google AdWords poprzez współpracę z firmą Net Solutions pozwala na dynamiczne dostosowywanie naszych działań reklamowych w internecie do bieżących potrzeb firmy. Dostosowywanie budżetów, wstrzymywanie i uaktywnianie reklamy w zależności od dostępnej oferty, to tylko kwestia kilku minut” – powiedział prezes firmy EMBUD, Mirosław Sokołowski.