



Digital Boost 360 Kasvuwebinaari yritysjohdolle 11/21

Maksullinen mainonta voimakkaan kasvun tukena

Case: Asiakkaamme nopea kasvu pienen maksullisen mainonnan budjetin avulla



Jani Kortelainen

Head of Digital Marketing
Digital Boost 360

Wihtori Torkkeli

Digimyyntien asiantuntija
Digital Boost 360

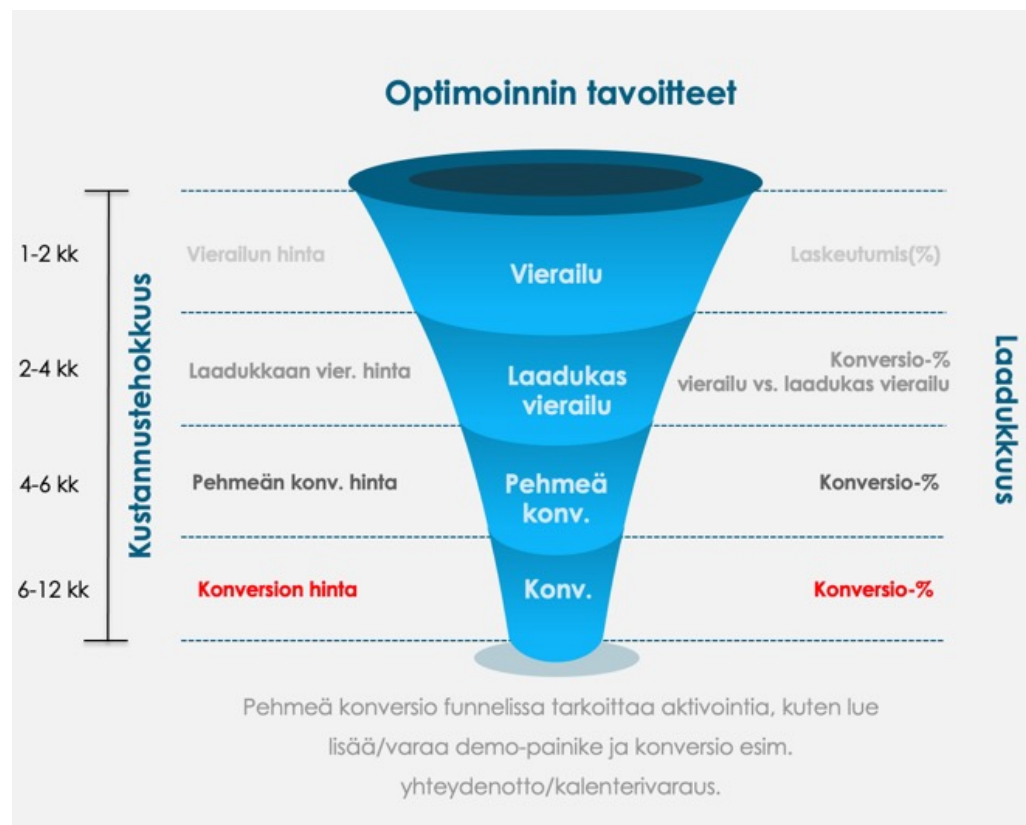


Case: Maksullisen mainonnan tehokkuuden kolminkertaistaminen

- Esittelyssä on varsin uusi asiakkaamme, koska esitys keskittyy hankkeen aloitukseen ja skaalaukseen
- Asiakas työskentelee B2B kentässä ja myy jatkuvaa ohjelmistopalvelua tässä vaiheessa Suomeen
- Asiakkaalla on voimakas kasvutavoite. He olivat aloittaneet maksullisen mainonnan toisen kumppanin kanssa ennen meitä (budjetti hieman yli 1000 €/kk)
- Vastaamme asiakkuudessa Google Ads mainonnasta, analytiikasta ja esim. verkkosivun asiakastestauksista
- Toinen kumppani hoitaa somemainontaa. Asiakas vastaa itse sisällöntuotannosta ja myynnistä
- Meitä mitataan liidituotannolla (aluksi liidien määrä ja hinta. Myöhemmin myös laatu, koko ja ROAS)



Etenemismallimme





Yhteistyön tausta ja aloitus (1/2)

Aiemmin kampanjointia oli tehty n. 55 €/päiväbudjetilla

- 7 kampanjaa (4 haku, 2 video, 1 display)
- Käytössä smart -kampanjoita
- Hakusanoista suurin osa laajaa vastaavuutta
- Mainoksissa ei viitattu hakusanoihin
- Kampanjoiden optimointi kuihdutti kampanjat
- Mainokset veivät mahd. ENG kieliselle sivulle
- Analytiikassa oli kehitettävää esim. seurannan osalta

Liidin hinta oli 300 € tasolla





Yhteistyön tausta ja aloitus (2/2)

- Ennen aloitusta tehtiin analysointi ja ylätasen suunnitelma
- Tärkeät ja nopeat toimenpiteet
 - Siivottiin haku kampanjat 2 ryhmään; Yleinen & Kilpailijat
 - Otettiin Smart –kampanjat pois käytöstä
 - Suljettiin video –kampanjat
 - Suljettiin liian laaja uudelleen markkinointi
 - Käynnistettiin Display kampanja ja rajattiin se näkymään vain pöytäkoneilla
 - Mainoksien optimointi hakusanojen mukaisesti
- Päivitettiin analytiikka ja luotiin funnelin konversiopisteet
- Mainonnan optimointi aloitettiin kohti kustannustehokasta sivuston vierailua





Seuraavat toimenpiteet

- Rajattiin kohdennus vain yhteen segmenttiin
- Luotiin segmentille personoitu laskeutumissivu
- Mainonnan optimointi siirrettiin kohti kustannustehokasta laadukasta vierailua
- Aloitettiin sivuston A/B-testaus sillä aikaa, kun Googlen algoritmi optimoi kampanjoita.
- Helpotettiin vierailijoiden konvertoitumisprosessia
- Lyhyen aikajänteen hyödyt:
 - Kahden kuukauden jälkeen liidin hinta oltiin saatu tiputettua 300€ -> 80-90€
 - Aktivoinnin hintaa pudotettu noin neljännekseen
 - Mainonnan kautta tulleiden aktivointien määrä tuplaantui





Skaalaus

- Mainonta tuotti todistetusti oikeanlaisia vierailijoita sivuille, joten optimointia jatkettiin
- Optimointi kohdistettiin aktivoituvaan vierailijaan ja mainosbudjetti tuplattiin.
- Tuplaamisen myötä myös liidien määrä tuplaantui liidin hinnan pysyessä lähes samana (80-90 €)
- Aktiivisen laskeutumissivun optimoinnin ansiosta myös laadukkaan vierailun suhde (%) saatiin nousemaan 3 kk aikana merkittävästi 5% → 11%
- Optimoinnin ansiosta aktivoituvien vierailijoiden konvertoituminen liidiksi parani 1 kk aikana rajusti 9% → 16%





Jatkotoimenpiteet...

- Mainonnasta

- Mainontaa aletaan laajentamaan uusiin kohderyhmiin
- Brändimainonta tulee tarpeelliseksi
- Asiakas suunnittelee jo kv-etenemistä...

- Lisäksi huomioitava että:

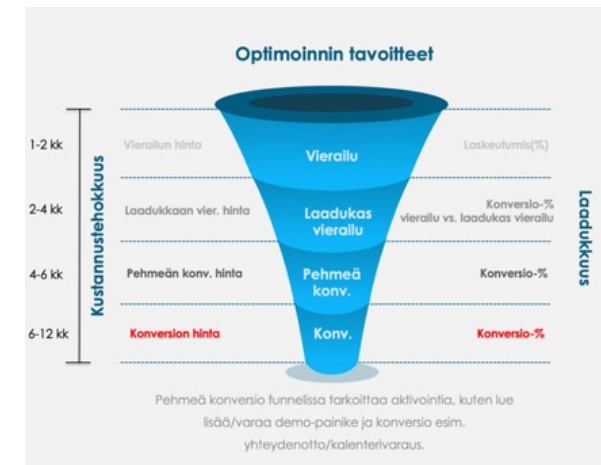
- Sivuston jatkuva testaus tehostaa myös mainontaa edelleen
- Esimerkiksi yhden tärkeän sivun (hinnasto) liidi konversiota saatiin nostettua nopeasti 50%, todella korkeaksi (16% => 26 %)





Kiteytys

- Jokainen asiakkuus on erilainen, mutta jokaisessa analysoimassamme casessa on ollut todella paljon kehitettävää riippumatta maksullisen mainonnan toteuttajasta
- Maksullisen mainonnan optimointiin ja tehostamiseen voi riittää todella vähäinen työmäärä, jos tekijä on ammattitaitoinen (tämä case 1 pv/vko)
- Kaikki testit eivät onnistu. Jokainen viikko ei ole edellistä parempi!
- Jokaisen kvarttaalin pitää olla edellistä parempi! Ja 90% kuukausista pitää olla edellistä kuukautta parempia, jos puhutaan jatkuvasta parantamisesta





Kiitokset osallistumisestanne!

Jos haluat ilmaisen tutustumis- tai konsultaatio session, soitttele, mailaa tai vinkkaa linkistä kuinka voimme olla yhteydessä sinuun!

Valitse sopiva yhteydenotto Tästä

Mika Heikinheimo
040 5464 150

mika@digitalboost360.com

Tsemppiä kasvuunne!