



Keybroker»

Coolshop.com hakkında

- Çevrimiçi mağaza
- Nørresundby, Danimarka merkezli
- 60 çalışanı var
- 2003'te kuruldu
- www.coolshop.com

Hedefler

- Etkili bir şekilde çevrimiçi işleri artırma
- Gösterim payını artırma

Yaklaşım

- Google Alışveriş Kampanyaları'nı uyguladı

Sonuçlar

- Tıklama oranında %17 artış
- Tıklamalarda veya gösterimlerde önceki yıla kıyasla %97 artış
- Desteklenen dönüşümlerde önceki yıla kıyasla %88 artış
- Alışveriş özet akışında bulunan ürünlerde %35 büyüme
- Genel gösterim payında %10 büyüme
- Artık tüm tıklama başına maliyet gelirlerinin %20'ye kadarını Alışveriş Kampanyaları oluşturuyor

Coolshop.com Alışveriş Kampanyaları'na geçerek tıklama oranında %17 artış, genel gösterim payında ise %10 büyüme sağladı

Coolshop.com Danimarka merkezli bir çevrimiçi mağazadır. Oyun, konsol ve DVD satmak için 2003'te kurulan mağazanın ürün yelpazesinde bugün oyuncaklar, elektronik aletler ve ürünler, kişisel bakım ürünleri, ev ve bahçe ürünleri, aksesuarlar, giyim, spor malzemeleri ve daha fazlasını da bulunmaktadır.

Ekip Ürün Listeleme Reklamları'nın daha fazla müşteri çekip gösterim payını artırabileceğini fark ettiğinde, Coolshop.com ve ajansı Keybroker ürünler hakkında dinamik fiyat ve teslimat bilgilerini içeren AdWords arama ağı reklamlarını zaten kullanıyordu. Ürün Listeleme Reklamları'na geçiş, hangi marka ve ürünlerin iyi performans gösterdiği hakkında daha detaylı bilgiler sağlayarak Coolshop.com'un rekabetçi kalabilmesi için optimizasyonlar yapmasını sağladı.

Coolshop.com'un bir sonraki adımı Ürün Listeleme Reklamları'ndan Alışveriş Kampanyaları'na geçerek optimizasyon özelliklerini daha da artırmak oldu. Örneğin, Alışveriş Kampanyaları gelişmiş raporlama, ürün grupları için teklif simülasyonu, ayrı ürün teklifi verme ve popüler ürün gruplarında en çok satılan ürünleri belirleme özelliklerini sunuyordu. En faydalı özellikler teklif optimizasyonu, gösterim payı bilgileri ve karşılaştırma oldu.

Alışveriş Kampanyaları sayesinde Coolshop.com tıklama oranında %17 ve tıklama ile gösterimlerde önceki yıla kıyasla %97 artış sağladı. Basit bir son tıklama analizine oranla her satışın orijinal kaynağı hakkında çok daha detaylı bilgiler sağlayan Google Analytics'in desteklenen dönüşümler raporuna göre, desteklenen dönüşümler geçen yıla kıyasla %88 arttı.

Ürün özet akışında bulunan ürünler %35, genel gösterim payı ise %10 oranında arttı. Genel olarak, Alışveriş Kampanyaları tüm tıklama başına maliyet gelirinin %15 ile 20'si arasında bir bölümünü oluşturarak işletme için çok değerli bir hale gelmiştir. İleriye yönelik planlar arasında daha iyi ürün gruplandırma ve teklif optimizasyonu için mevcut özet akışını daha da geliştirmek yer alıyor.