

4DMOTION

7digits

Esettanulmány

## ESETTANULMÁNY – NULLÁRÓL EREDMÉNYESRE KÉT HÓNAP ALATT

*We appreciate 7 Digits' dedication to our company's success and we look forward to reaching our marketing goals together.*

- Sue Kim, CEO

### EREDMÉNYEK

 **45%-kal**  
olcsóbb konverzió

### A CÉL MEGHATÁROZÁSA

A 4D Motion korábban még nem hirdetett Adwords-ben, így elsődleges célunk az volt, hogy megtudjuk: lehet-e egy ilyen különleges termék részére konvertáló forgalmat találni a Google-ben.



#### KIINDULÓ HELYZET

Golfütőre és testre szerelhető érzékelők statisztikai visszajelzéssel a tökéletes golf lendítésért: Ezt kínálja a 4D Motion cég. Minket azzal a feladattal kerestek meg, hogy segítsünk feltérképezni az amerikai piacot, és megszólítani a golfoktatókat, hogy vásárolják meg a szenzorokat. Korábban nem volt még Adwords hirdetési tevékenység.

Célcsoportként a golfoktatókat jelölték meg, hiszen ők tudják leginkább kihasználni az egyszerűbb oktatás előnyeit. Ráadásul a magas ár befektetésként meg is térül, hiszen sok tanítvány fejlődését tudják pontos visszajelzéssel kísélni.



#### A TERMÉK ÉS KÖZÖNSÉG KAPCSOLATÁNAK FELTÉRKÉPEZÉSE

##### KULCSSZÓKUTATÁS

Mivel a kulcsszavak területén úgy tűnt, nem lehet különbséget tenni az oktatói és a játékos keresések között, a „golf analízis” témában minden lehetséges kifejezést felkutattunk és megcéloztunk. Az első hetek tapasztalatai alapján ez a megközelítés még kevésnek bizonyult, így újabb kulcsszó kutatást végeztünk, ezúttal a „golf oktatás eszközei” témára koncentrálna.

## ESETTANULMÁNY – NULLÁRÓL EREDMÉNYESRE KÉT HÓNAP ALATT

*We appreciate 7 Digits' dedication to our company's success and we look forward to reaching our marketing goals together.*

- Sue Kim, CEO

## ESZKÖZÖK

- Google Adwords
- Google Analytics
- Microsoft Excel

### JÓL KONVERTÁLÓ LANDING OLDAL

Mivel a konverziók elérésének szempontjából nagyon fontos, hogy milyen oldalra tereljük a forgalmat, a siker érdekében a landing oldal alapos megtervezése kulcsfontosságú. A 4D Motion régi oldalának alapos auditja után megterveztünk és lefejlesztettünk egy olyan oldalt, amely megfelel mind a B2B szektor elvárásainak, mind a marketingpszichológia alapvetéseinek.

### SZŰRŐ, ÉRZELMES HIRDETÉSEK

Ügyfelünk kérése továbbra is az volt, hogy elsősorban az oktatók kattintásáért fizessünk. Mivel a kulcsszavak szintjén nem lehetett szűrni, a hirdetések szintjén kezdtük a specifikációt. Az első szövegek még óvatosabbak voltak, az „Improve your student's swing” kifejezéssel az oktatók nézőpontja felé tereltük a hangsúlyt.

Az oldal eredményei szerint azonban ennél többre volt szükség, így egy újabb kör hirdetést írtunk. Néhány példa az egyértelműbb szövegek közül: „Game Changer in Teaching Golf”, „HiTech Golf Training Device”, „Used by Top Instructors”.

Az új hirdetésekben nagy hangsúlyt fektettünk az oktatók motivációjának, szükségleteinek és érzelmi hátterének feltárására, megszólítására. Így az új szövegek figyelemfelkeltőbbek és személyesebbek, amitől a CTR növekedését, a minőségi mutató emelkedését, és így a kattintások árának csökkenését várjuk.

Portable Golf Swing Analyzer  
The Hi-Tech Feedback You Need  
[4dmotionsports.com/Golf/Analyzer](https://4dmotionsports.com/Golf/Analyzer)  
Diagnose mistakes & improve your students' swing quickly and confidently.

4DMOTION

7digits

Esettanulmány

## ESETTANULMÁNY – NULLÁRÓL EREDMÉNYESRE KÉT HÓNAP ALATT

*We appreciate 7 Digits' dedication to our company's success and we look forward to reaching our marketing goals together.*

- Sue Kim, CEO

### TAPASZTALATOK

#### VILLÁMGYORS NÖVEKEDÉS

Meglepően gyorsan, alig 2 hónap alatt sikerült elérni a 4D Motion számára az elvárt költséget és konverziószámot. Teljesen új kampányok esetében ezt minimum 3 hónap alatt vállaljuk, de itt a vártnál hamarabb meglett az eredmény. Az első 10 hétben minden héten legalább 10-20%-os konverziószám emelkedést

#### KÍSÉRLETI MEGFIGYELÉS

Az amerikai piacon egyedi lehetőség, hogy a földrajzi beállítások között a jövedelmi szinteket is meg tudjuk célozni. Információszerzés céljából ezeket a jövedelmi kategóriákat is megcéloztuk. A kísérlet végeredménye az lett, hogy a legtöbb keresést a top 10%-ba tartozók végezték, a konverziós költség pedig a top 20%-ban nagyjából kétszerese minden más jövedelmi kategóriának.

#### DEMOGRÁFIA

Demográfiai szempontból a keresések mindössze 6%-a származott nőktől, és egyetlen konverzió sem. A kor szerinti eloszlást is megfigyeltük. Nem meglepő módon a keresések 86%-a 45 év fölötti (vagy ismeretlen korú) keresőktől érkezett. Az ennél fiatalabbnál egy konverzió költsége is kétszer magasabb lett. Ezeket a különbségeket ajánlatmódosításokkal korrigáltuk.

#### VISSZACSATOLÓ AJÁNLATKEZELÉS

Szerencsére hamar kiderült, hogy az aggodalmakkal ellentétben bőven van keresési forgalom a témában. Már csak ki kellett deríteni, hogy a felhasználók által végzett keresések közül mire érdekes megjelenni, és mennyit érdemes egy kattintásra szánni. Erre egy visszacsatolós rendszert használtunk: az ajánlatokat az eredményeknek megfelelően tartottuk erős kontroll alatt.

#### REMARKETING

Amikor összegyűlt a megfelelő méretű remarketing lista, elkezdtek megcélozni azokat a látogatókat, akik a landing oldalon jártak, de nem vásároltak. Pillanatok alatt ez a kampány lett a legjövedelmezőbb mind közül. Az átlagosnál 45%-kal olcsóbban tudtunk konverziót hozni az oldalnak.

4DMOTION

7digits

Esettanulmány

ESETTANULMÁNY – NULLÁRÓL EREDMÉNYESRE KÉT HÓNAP ALATT

*We appreciate 7 Digits' dedication to our company's success and we look forward to reaching our marketing goals together.*

- Sue Kim, CEO

## TAPASZTALATOK

### OKTATÓK VAGY TANÍTVÁNYOK

A számok alapján úgy tűnik, a játékosok ugyanannyira, vagy talán még magasabb arányban vásárolják az eszközt, javasoltuk a játékosokat célzó landing oldal kialakítását is.

### AZ ÉRZELMES HIRDETÉSEK MŰKÖDNEK

Átkattintási arány szempontjából a „Tired of explaining the perfect swing?” szövegű hirdetés magasan felülmúlta a tárgyilagos, pozitív eredményekre fókuszáló társait.



### MI MINDENT TUDTUNK MEG?

Az alapos kulcsszó kutatással kombinált közönségtesztelések eredményeként megtudtuk, hogy az Egyesült Államokban a kereset alapján a TOP 10% kategóriájába esők végzik a legtöbb keresést, ezen belül is a 45 év fölötti férfiktől származik. Egy visszacsatolós rendszer segítségével erős kontroll alatt tudtuk tartani a hirdetéseknek megfelelően, hogy az ügyfélnek mennyit ér egy konverzió. A várakozásoknak megfelelően a remarketing kampány bizonyult a legjövődélmezőbb-nek, itt

**45%-KAL OLCSÓBBAN TUDTUNK KONVERZIÓT HOZNI AZ OLDALNAK.**