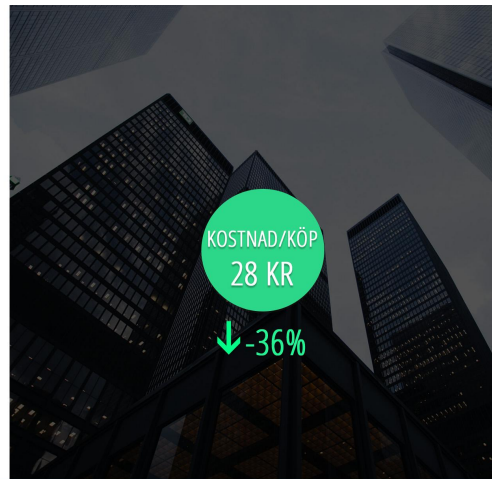


BARAHANDTAG.SE STORY OM ANNONSPLATTFORMEN

BaraHandtag drivs av Anders Karlsson, och säljer inredning och belysning till kök och badrum, samt dörrhandtag. De har över 12,000 kunder och växer nu snabbt med hjälp av automatiserade annonser.

"För två månader sedan presenterade Wikinggruppen sin nya annonsplattform som är en del i det mervärdespaket som företaget implementerat tillsammans med Klarna. Självklart måste jag testa plattformen med förhoppning om att öka försäljningen via programmatisk annonsering.

Det jag tyckte verkade speciellt bra är att Annonssplattformen är ihopkopplad med webshoppen, så man behöver inte installera något – otroligt smidigt och lätt att komma igång, bara att klicka på annonsplattformen som man hittar i sin Wikinggruppen portal. Det är helt valfritt vilket belopp man vill spendera på sitt media-köp till skillnad från många andra plattformar, och man binder heller inte upp sig till något.



"Kör man Wikinggruppens plattform så känns det som en no-brainer, systemet har under dessa två månader som jag testat det presterat långt över min förväntan"

/Anders Karlsson, VD BaraHandtag

Utöver att sätta en månadsbudget så väljer man också hur man vill fördela sin budget mellan remarketing och prospektering. Remarketing är ju annonsering mot de besökare man haft i webbutiken medan prospektering är annonsering till andra. När det gäller prospektering så kan man välja vilka intressen och inriktning man skall ha för annonserna så man får så hög relevans som möjligt."

HUR KOMMER MAN IGÅNG?

I Annonssplattformen finns ett verktyg för att göra egna banners om man inte har färdiga banners. Har man färdiga banners är det enkelt att bara ladda upp dessa och det är alla vanliga och ovanliga standardstorlekar som stöds. Behöver man göra nya annonser finns det både färdiga mallar man kan utgå från eller så kan man starta från en tom mall.

Man sätter också ett mål CPA (kostnad per köp) som systemet skall arbeta mot att nå men betalar för visningarna och inte för antal försäljningar.

HUR VÄL FUNGERAR ANNONSPLATTFORMEN?

Två månader är en relativt kort period för att testa ett system som detta och jag är faktiskt förvånad över hur väl systemet presterat på denna tid. Bannerannonsering är många gånger svårt att få lönsamt om man mäter direkt mot försäljning men här fungerar det och fort gick det.

Den dagsbudget jag använt för testet är en budget på \$10 per dag och jag satte till slut mål-CPA på \$5. Och det målet har systemet klarat att hålla vilket jag tycker är riktigt bra.

VART HAR ANNONSERNA VISATS?

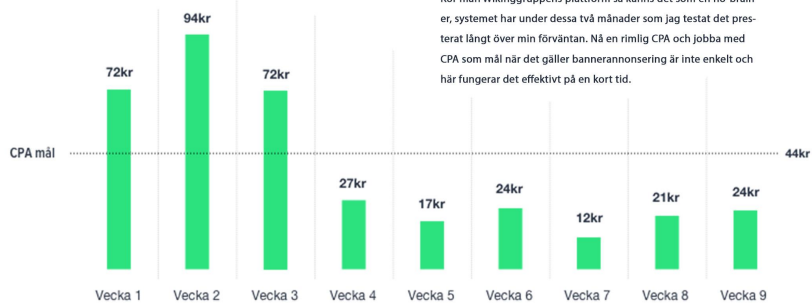
Totalt har annonserna visats 129 458 gånger spritt på totalt 1849 webbplatser där Expressen, Outlook.com och Dagens Industri har haft flest visningar.

I testet så riktades intressegrupperna in mot inredning och liknande kategorier. Det finns massor med kategorier att välja mellan så man har inga problem att hitta rätt och på det sättet kunna rikta sina annonser mot den målgrupp man tror eller vet att man har.

SAMMANFATTNING

Kör man Wikinggruppens plattform så känns det som en no-brainer, systemet har under dessa två månader som jag testat det presterat långt över min förväntan. Nå en rimlig CPA och jobba med CPA som mål när det gäller bannerannonsering är inte enkelt och här fungerar det effektivt på en kort tid.

CPA (Cost-Per-Acquisition) utveckling över tid



Match2One's autopilot lär sig vilka annonsvisningar som leder till köp, och prestandan i kampanjen blir bättre och bättre med tiden.

MÅL:

- CPA: 44kr

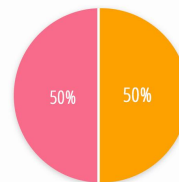
RESULTAT:

- CPA: 28 kr ↓ -36%
- Konverteringar: 178 (köp)

(CPA-Kostnad per köp)

STRATEGI:

- Prospekting: 50%
- Retargeting: 50%



KAMPAJ INSTÄLLNINGAR

Enheter



Annonsformat



BUDGET: 88 KR/DAG

GEO: SVERIGE

KAMPAJ PERIOD: 2 MÅN

MÅLGRUPP / INTRESSE:

Inredning