

KONICA MINOLTA

WORKPLACE HUB

ONLINE KAMPAŇ

workplacehub
IT on your terms

ZADÁNÍ

Společnost Konica Minolta uvedla na podzim 2018 na trh novou platformu **Workplace Hub**. Součástí rozsáhlé kampaně byla i online podpora a generování leadů.

TIMING

01-03/2019

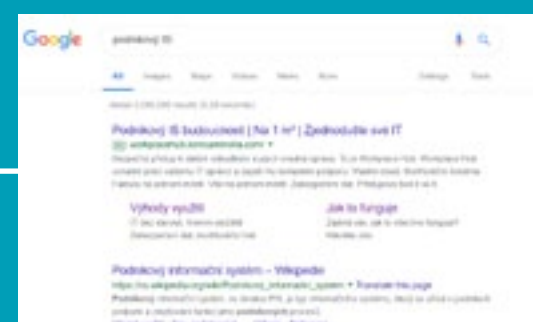




MAILING



VYHLEDÁVÁNÍ



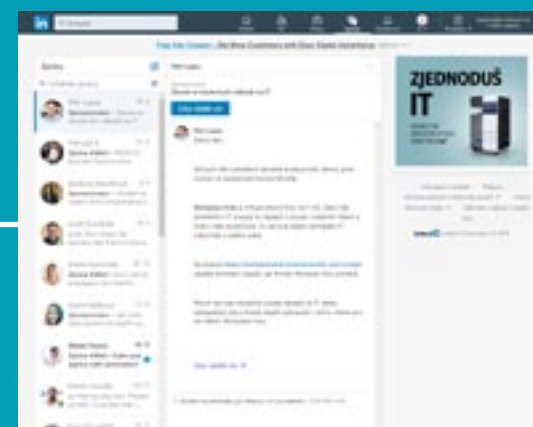
BANNER AD



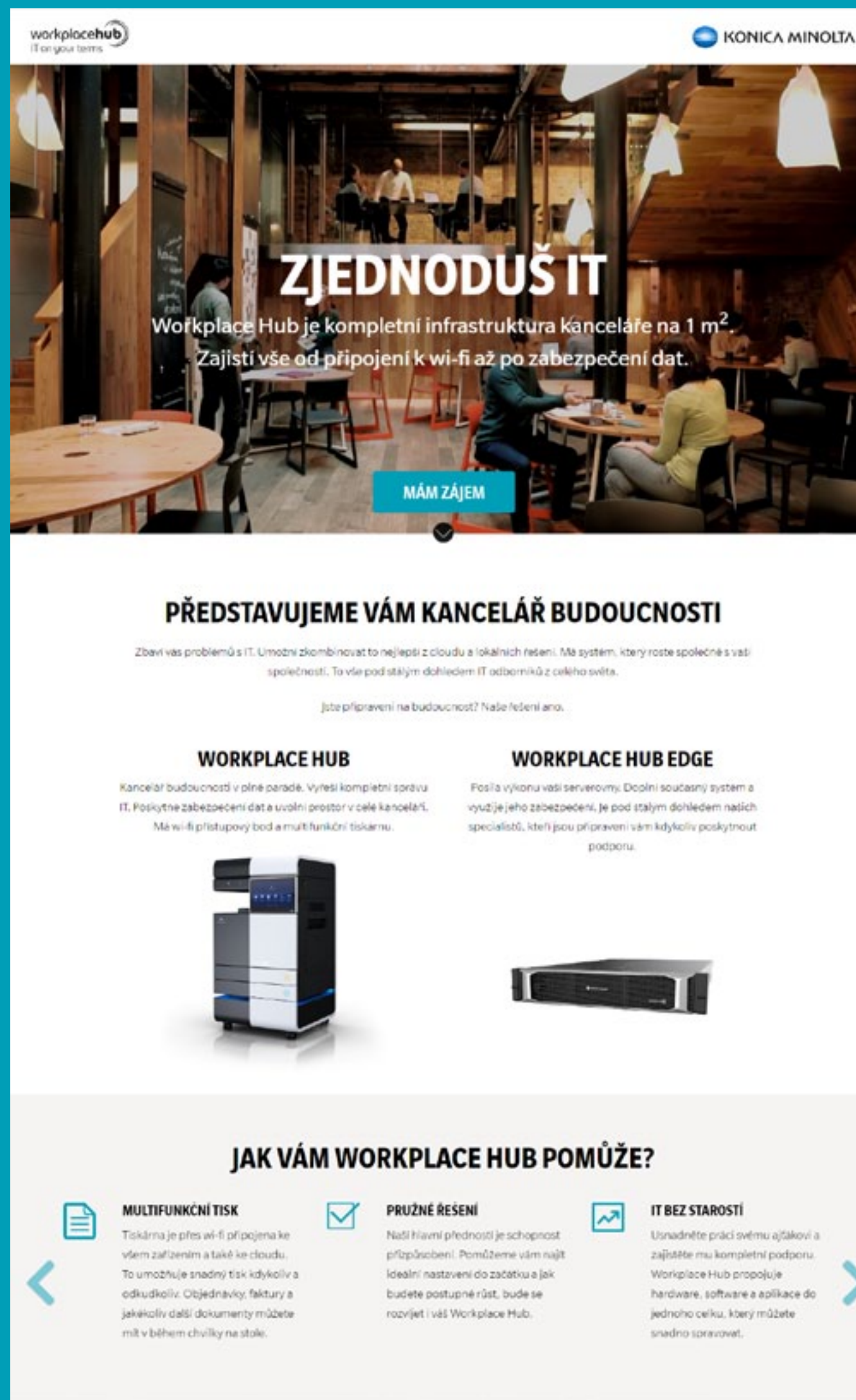
BANNER AD



LINKED IN AD



WEB



CESTA ZÁKAZNÍKA

Pro dosažení maximálního počtu leadů jsme potřebovali nastavit co nejpřesnější cílení na dostatečně velké publikum, zaujmout potenciální zákazníky a údernou vstupní stránkou je přivést prostřednictvím jednoduchého kontaktního formuláře až k obchodnímu zástupci Konica Minolta.



FORM



CONTACT



REMARKETING AD



KANÁLY

Věděli jsme, že nejširší publika k oslovení vytvoříme v reklamní síti **Googlu**, **Seznamu** a v RTB platformě **Adform**. Objem relevantního vyhledávání a vhodných klíčových slov k PPC inzerci nebyl velký, ale ani tady jsme nechtěli zákazníky minout.

Dalo se také očekávat, že objem vyhledávání bude růst po spuštění kampaně. V záloze jsme měli formát **LinkedIn** sponzorovaných zpráv a vhodnou databázi jsme oslovili i **e-mailem**.

Na úvodní oslovení navazoval remarketing, kde jsme už volili údernější komunikaci a rotovali několik různých formátů pro zvýšení zaujetí.



VYHLEDÁVÁNÍ



FACEBOOK



ZOBRAZENÍ



E-MAILING



REMARKETING



LINKEDIN

MICROSITE

Po spuštění kampaní jsme postupně optimalizovali a přesouvali rozpočty do nejlepších formátů a cílení, jež zajišťovaly nejvyšší poměr zaujatých návštěvníků, kteří si prohlédli většinu informací na vstupní stránce.

Detailně jsme procházeli chování návštěvníků na vstupní stránce a realizovali jsme úpravy ke zvýšení konverzního poměru – přidali jsme nový kontaktní formulář jen pro získání telefonního čísla, upravovali textaci u jednotlivých oborů, testovali zrušení textace u oborů, abychom zmenšili stránku a odstranili z formuláře odvětví a velikost firmy.



CÍLENÍ, KTERÉ FUNGOVALO NEJLÉPE.

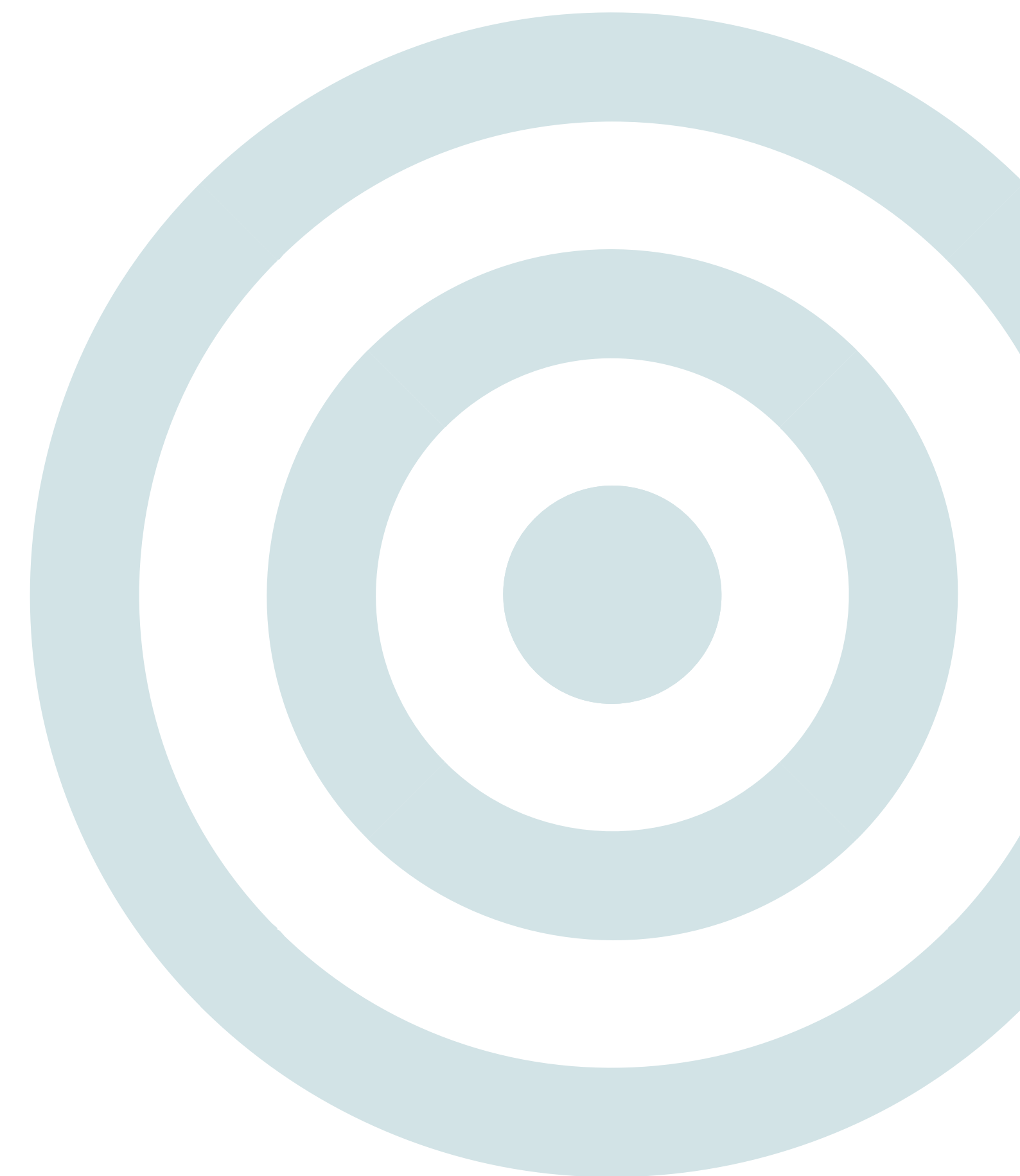
ZÁJMOVÉ OBLASTI:

OBCHODNÍ A FINANČNÍ SLUŽBY, REKLAMA A MARKETING, FIREMNÍ AKCE,
OBCHODNÍ TECHNOLOGIE, FIREMNÍ ZÁKAZNÍCI (B2B).

PRACOVNÍ POZICE:

ŘEDITEL + VYŠŠÍ VZDĚLÁNÍ, VÝKONNÝ ŘEDITEL + VYŠŠÍ VZDĚLÁNÍ.

- Facebook – lookalike audience (75 % scroll stránky)
- RTB – data od Seznamu zaměřená na B2B trhy
a dále mobilní formát intersroller s cílením na data od R2b2 Business
- RTB – u cíle scroll 75 % nejlepších výsledků dosáhlo cílení na vybrané manažerské a IT weby
- Ads – responzivní inzeráty se zaměřením na vlastní publika rozdělená podle zájmů
na IT a business weby, nákup obchodních služeb a technologií
- Sklik – responzivní inzeráty s cílením na zájmy o business a finance
a dále také na témata zaměřená na finance



INTERNÍ PRÁCE S LEADY



PŘEHLED KAMPAŇ

Po 6 intenzivních týdnech, kdy běžely display kampaně v zajímavých formátech s více než 1 000 000 zobrazení týdně, jsme z brandové kampaně a budování povědomí přešli do výrazně výkonnostnějšího režimu.

Běžely pouze ty nejefektivnější formáty a média a nově LinkedIn, které z pohledu nákladů na přivedený lead fungovaly nejlépe.

KONKRÉTNĚ:



VYHLEDÁVÁNÍ

18. 1. 2019 – 31. 3. 2019



FACEBOOK

22. 1. 2019 – 31. 3. 2019



ZOBRAZENÍ

23. 1. 2019 – 5. 3. 2019



E-MAILING

23. 1. 2019 – 5. 2. 2019



REMARKETING

23. 1. 2019 – 31. 3. 2019



LINKEDIN

8. 3. 2019 – 31. 3. 2019

KAMPAŇ V DETAILU

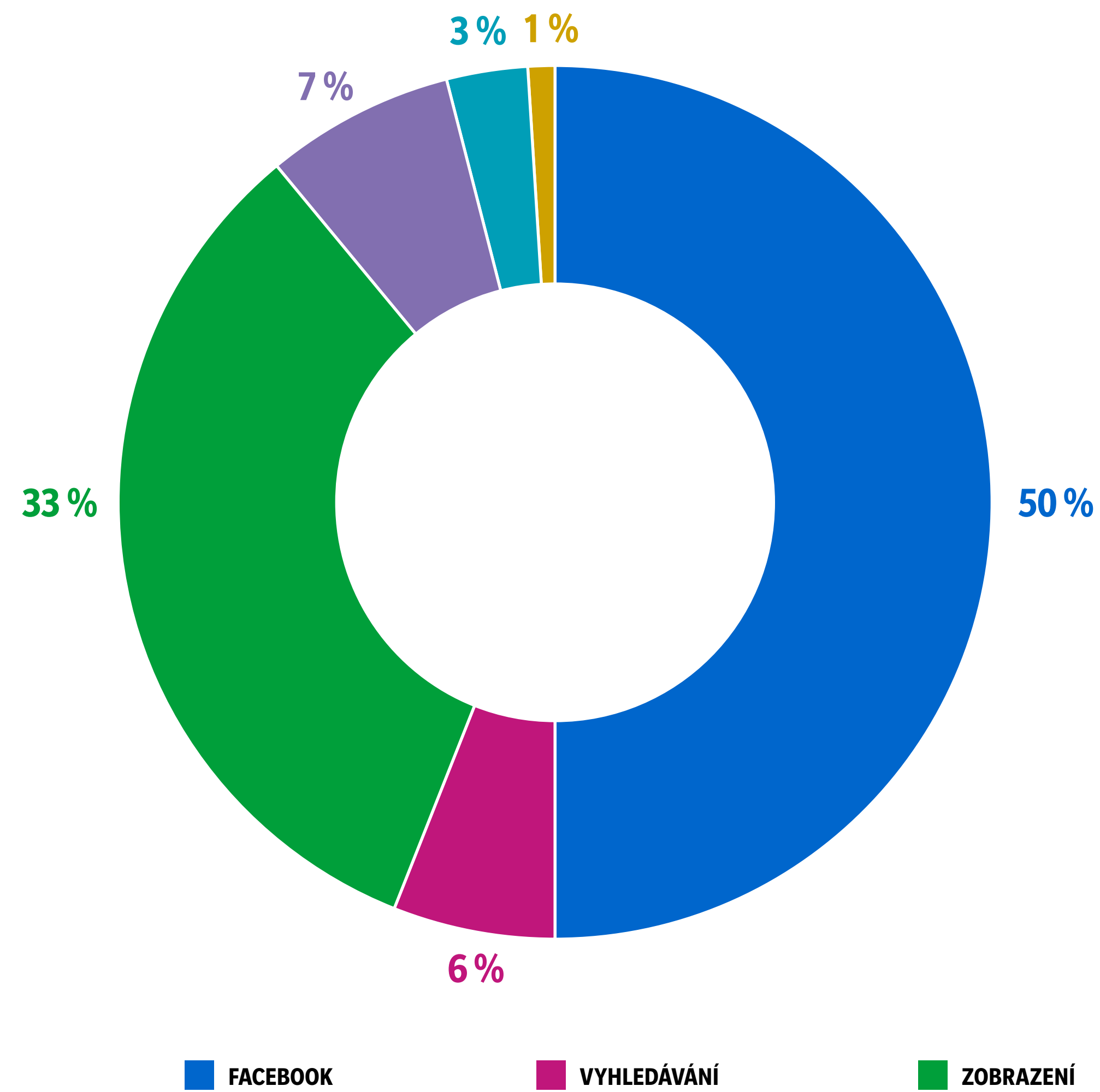


CELKOVÁ VÝKONNOST ONLINE KAMPANĚ

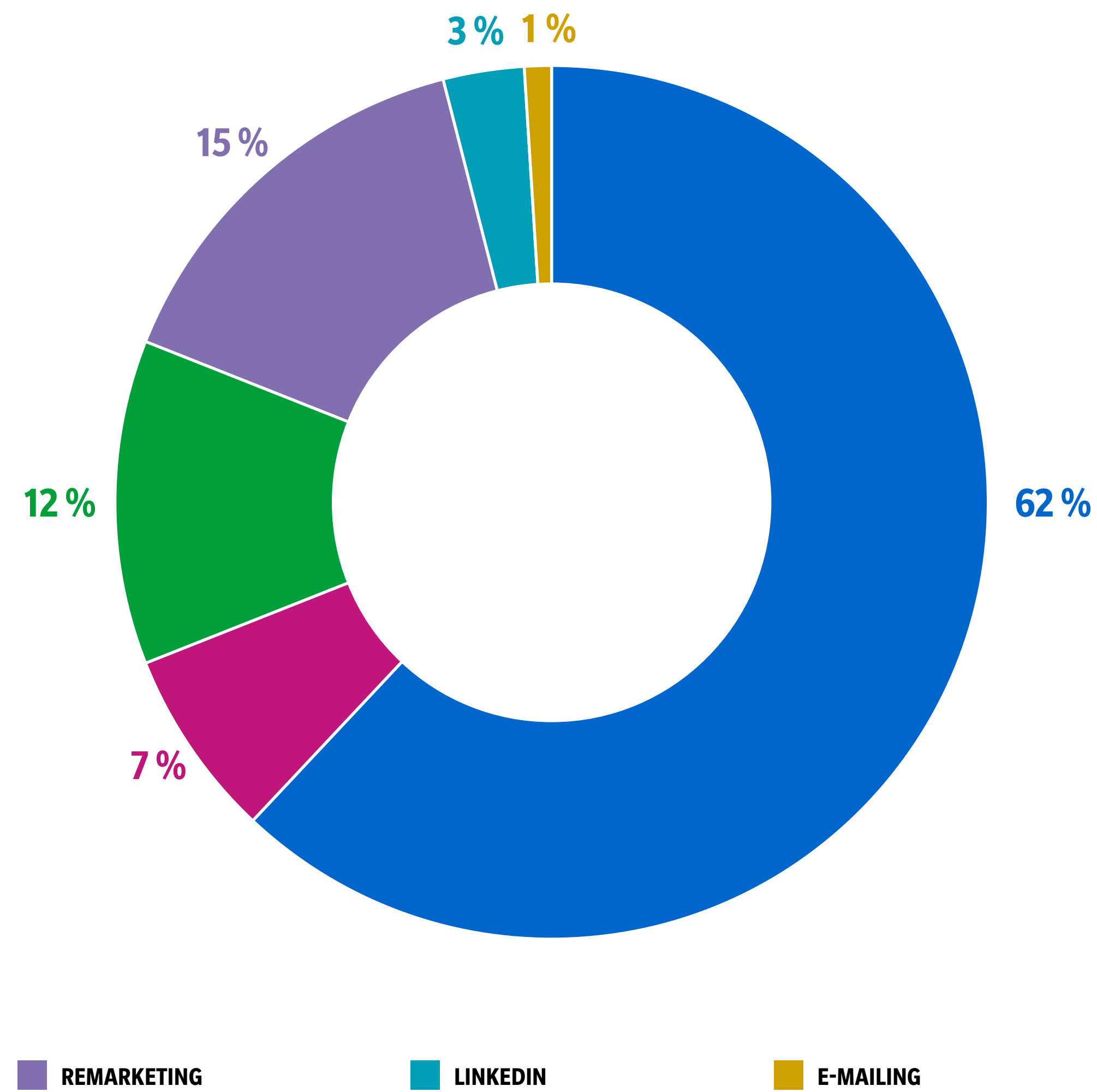
8 700 000 → **32 021** → **1 545**
ZOBRAZENÍ **KLIKNUTÍ** **LIDÍ SI SPUSTILO VIDEO**

92 → **0,29%** → **3 266 Kč**
LEADŮ **CVR** **CPL**

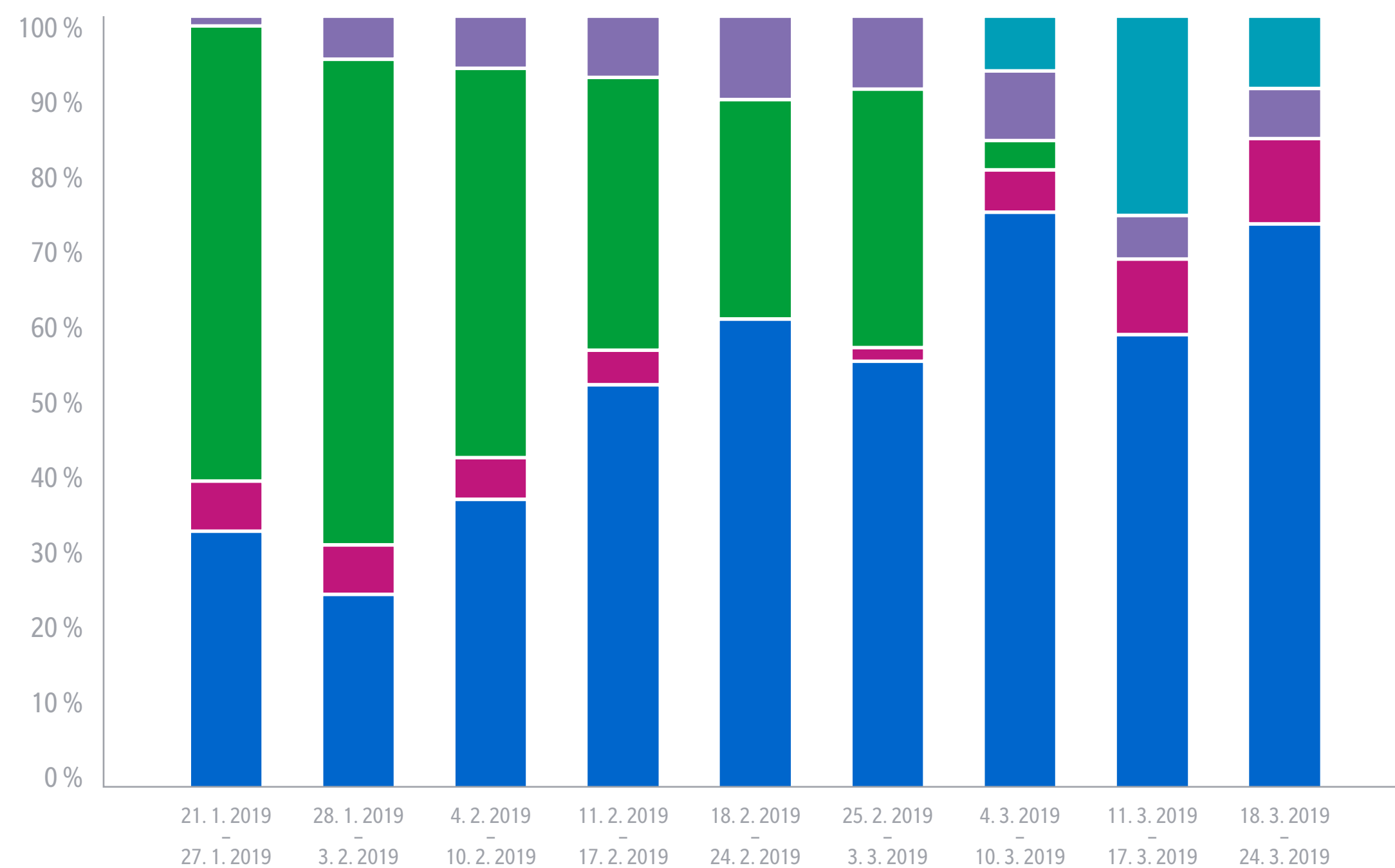
NÁKLADY



LEADY



KANÁLOVÝ MIX ROZLOŽENÍ NÁKLADŮ



FACEBOOK

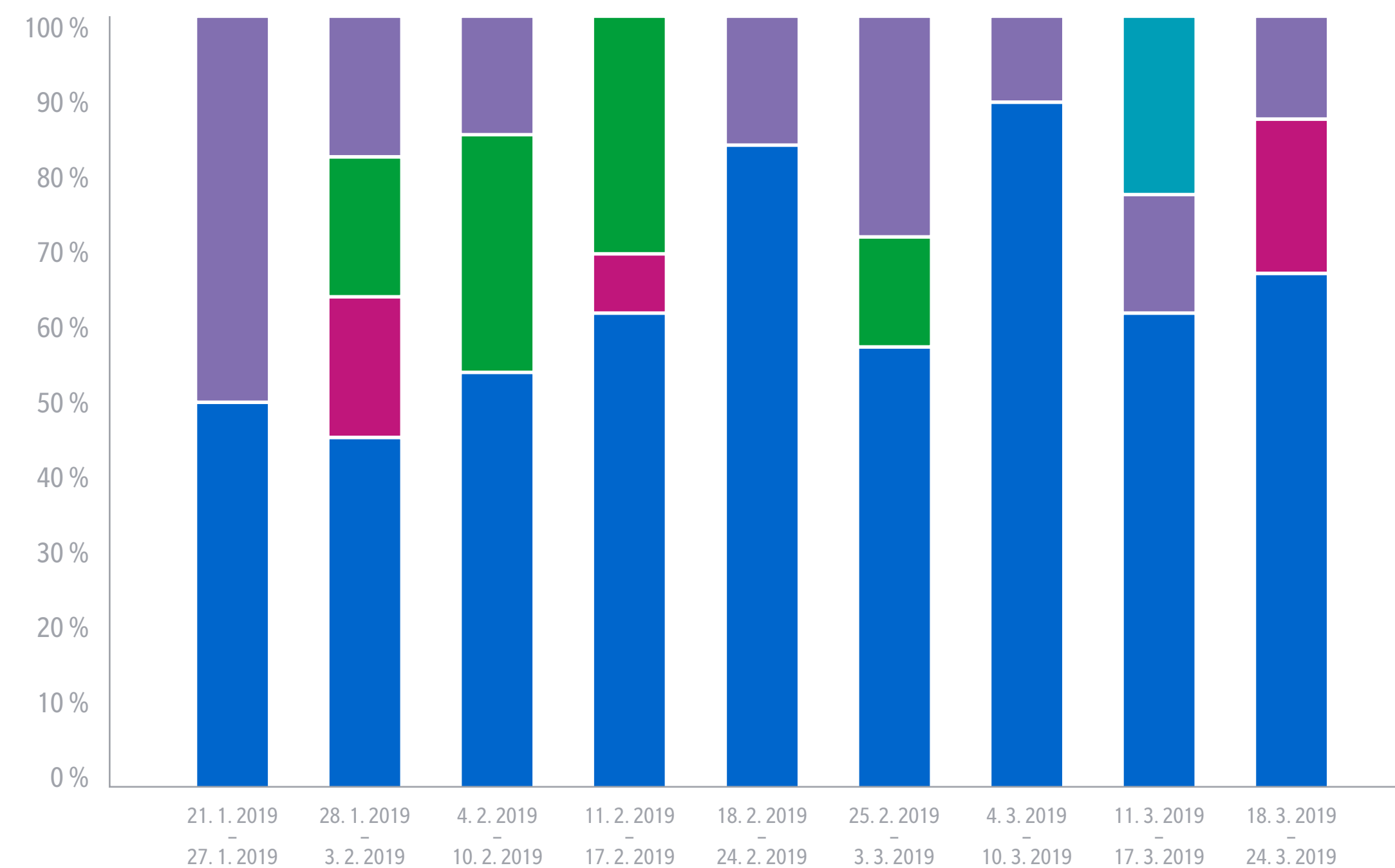
VYHLEDÁVÁNÍ

ZOBRAZENÍ

REMARKETING

LINKEDIN

KANÁLOVÝ MIX LEADY



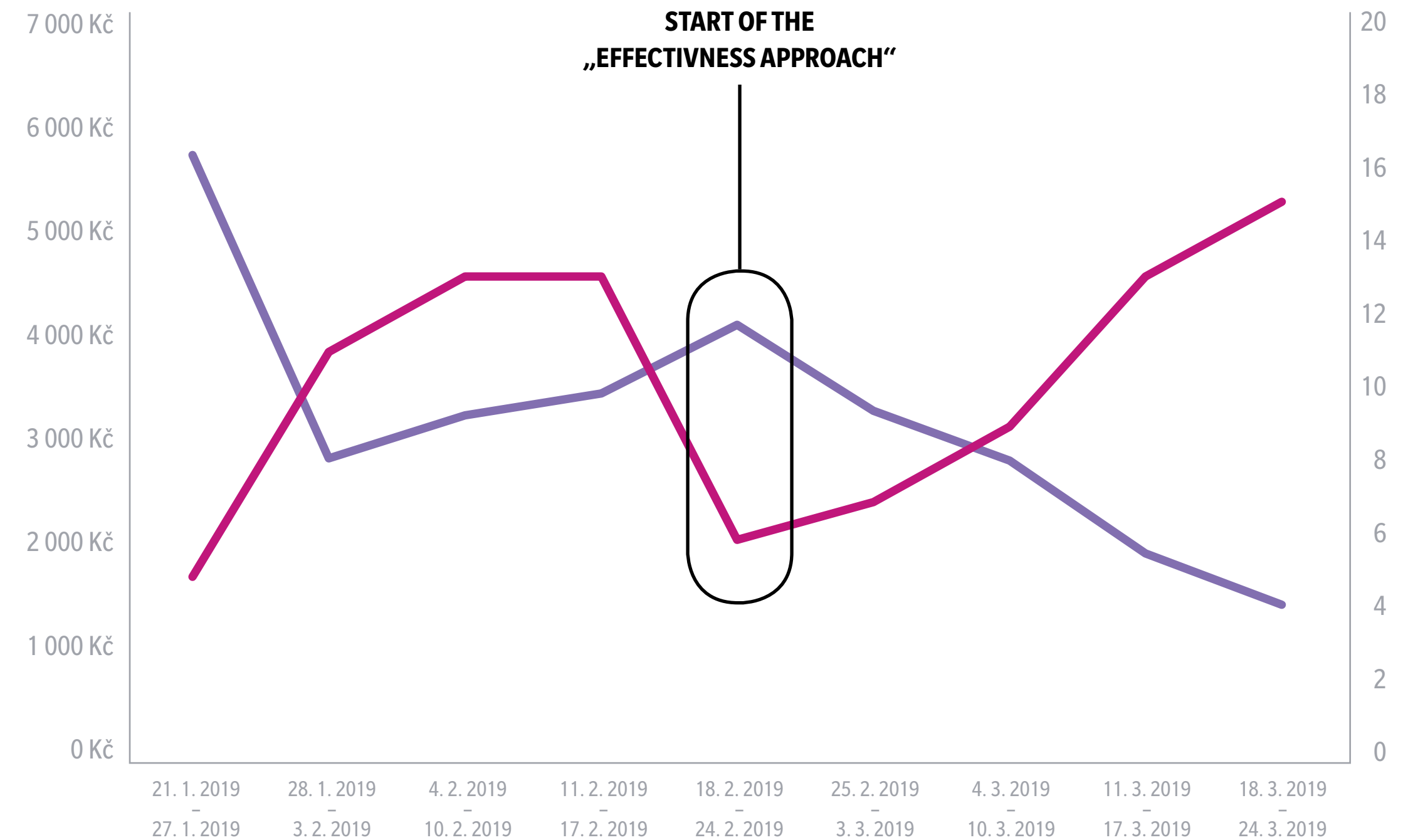
NÁKLADY vs LEADY



 NÁKLADY Kč

 LEADY

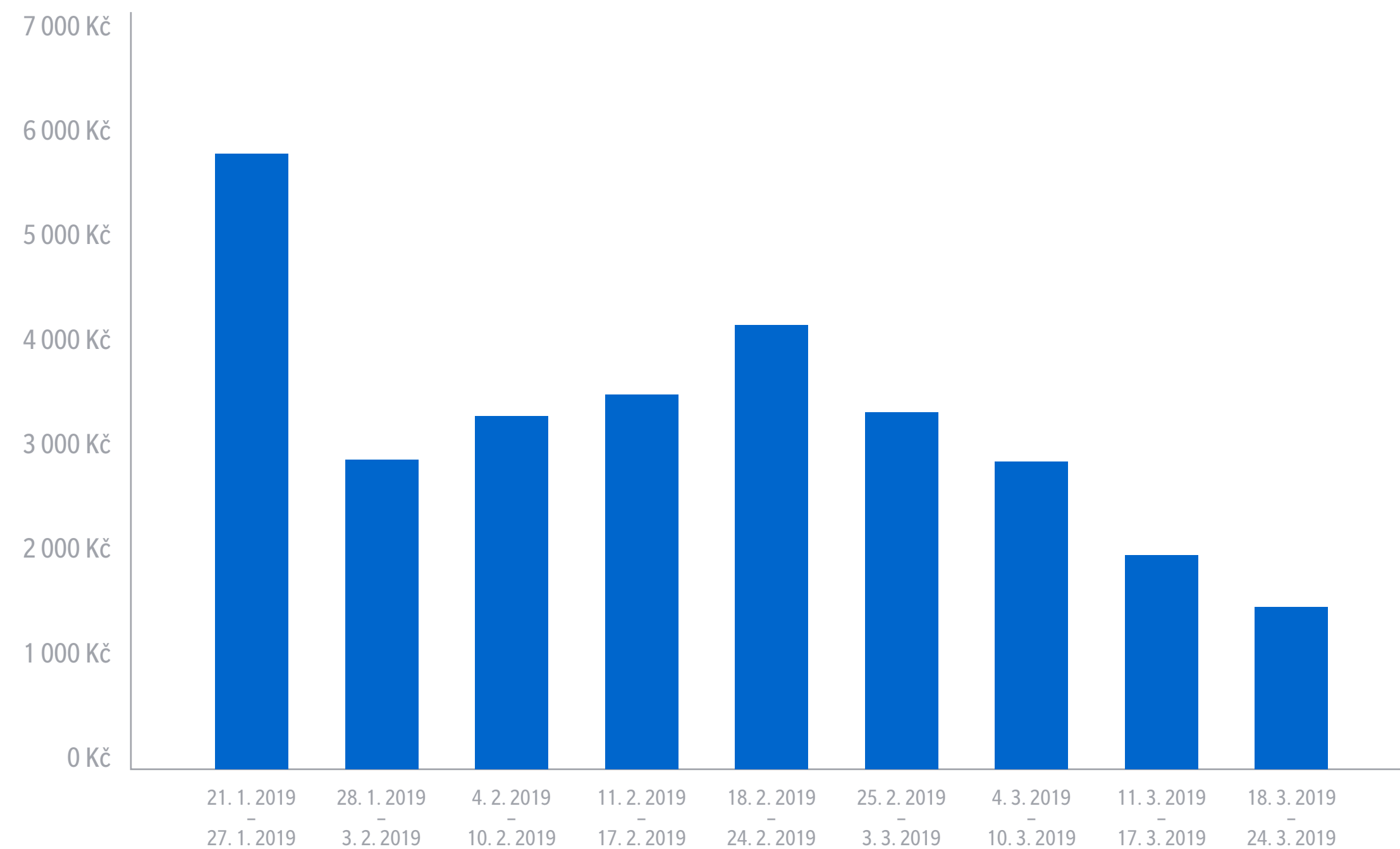
CPL vs LEADY



 CLP Kč

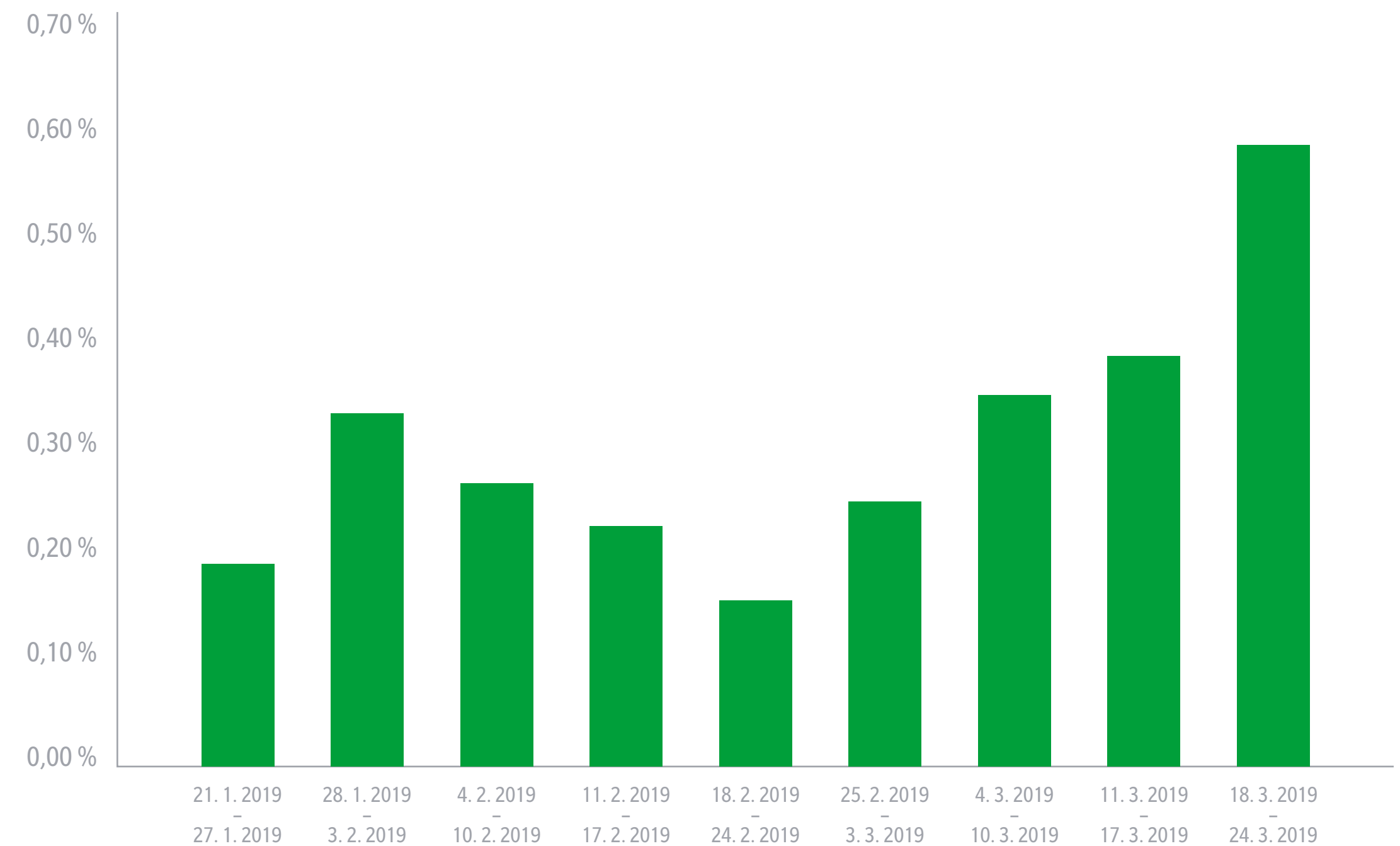
 LEADY

NÁKLADY NA LEAD VÝVOJ CENY



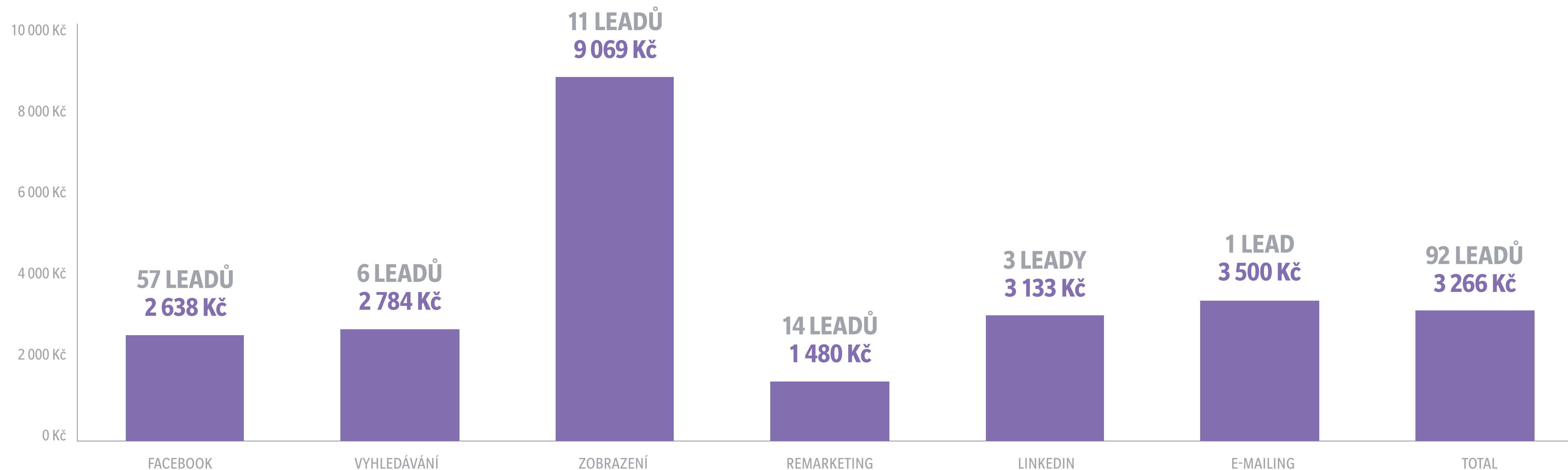
■ CLP Kč

CVR LEADY



■ CVR LEADY

NÁKLADY NA LEAD



FACEBOOK



VÝKONNOST FACEBOOKU

14 004
KLIKNUTÍ

57
LEADŮ

0,41%
CVR

2 638 Kč
CPL

CÍLENÍ NA FACEBOOKU

- Přední pozice na relevantních pracovních pozicích/vertikálách
- Majitelé SMB a IT manažeři
- Technologičtí průkopníci
- Podnikový administrátoři
- Facebookové stránky s potenciálem B2B
- publikum „lookalike“ – vytvořeno z předchozích návštěvníků naší microsite
- Remarketing – předchozí návštěvníci, kteří nevyplnili formulář

Konica Minolta Business Solutions Czech
Sponzorováno · 

Představte si celou infrastrukturu vaší kanceláře na 1 metru čtverečním. Vše od wi-fi až po zabezpečení dat od jednoho dodavatele. Poznejte Workplace Hub.



WORKPLACEHUB.KONIC...
Kancelář na 1 m čtverečním [DALŠÍ INFORMACE](#)

   51 17 komentářů 6 sdílení

To se mi líbí Komentář Sdílet

Konica Minolta Business Solutions Czech
Sponzorováno · 

Představte si celou infrastrukturu vaší kanceláře na 1 metru čtverečním. Vše od wi-fi až po zabezpečení dat od jednoho dodavatele. Poznejte Workplace Hub.



WORKPLACEHUB.KONIC...
Kancelář na 1 m čtverečním [DALŠÍ INFORMACE](#)

   66 17 komentářů 4 sdílení

To se mi líbí Komentář Sdílet

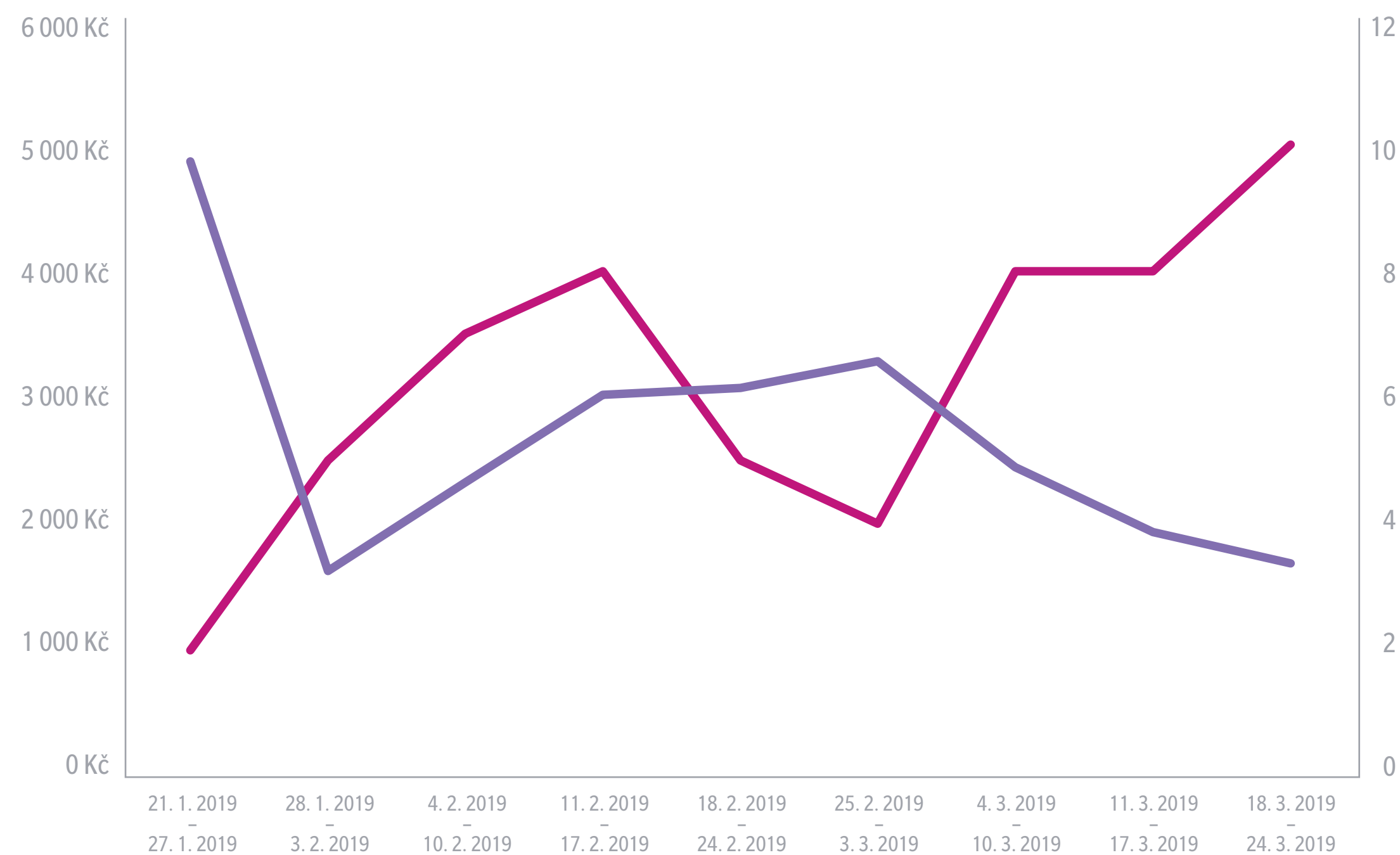
NÁKLADY FCB vs LEADY



■ NÁKLADY FCB

■ LEADY FBC

LEADY FBC vs CPL



■ CLP

■ LEADY FBC

ZOBRAZENÍ



VÝKONNOST ZOBRAZENÍ

13 491
KLIKNUTÍ

11
LEADŮ

0,08 %
CVR

9 069 Kč
CPL

CÍLENÍ

ADFORM

- Příslušný B2B segment a malé podniky
- Cílení na webové stránky se zaměřením na manažery a IT specialisty
- Přední pozice na příslušných pracovních pozicích
- Remarketing předchozích návštěvníků, kteří nevyplnili formulář a scrolovali/přečetli více než 75 % informací na vstupní stránce

SKLIK

- Zájem o nákup IT služeb a hardwaru/software
- Zájem o obchod, finance a B2B služby
- Cílená klíčová slova zahrnující IT služby a podnikový informační systém
- Témata zaměřená na finance, obchod, hardware a software

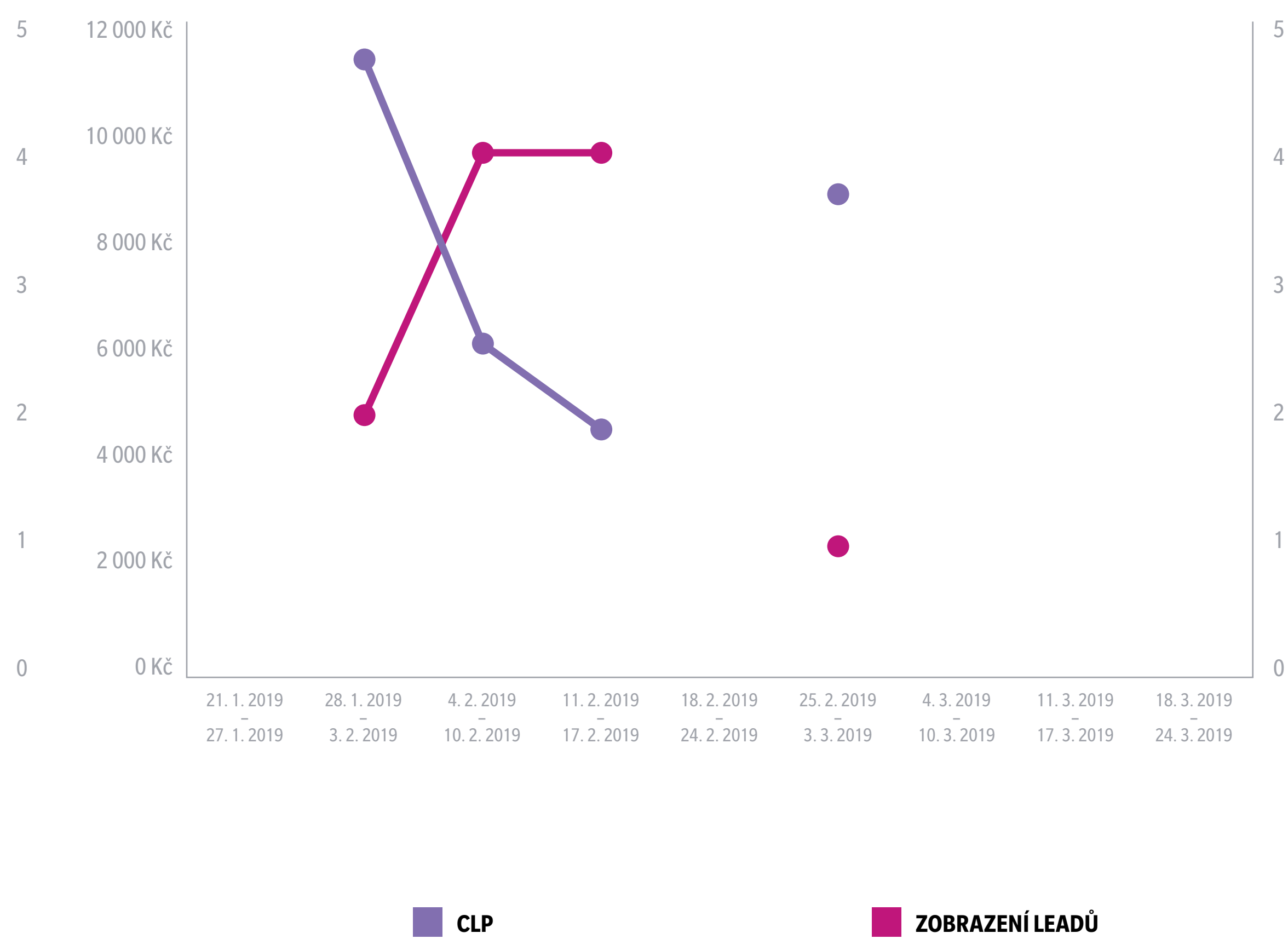
GOOGLE ADS

- Custom intent publikum – publikum se zájmem o obchod a IT
- Custom affinity publikum – publikum ze stránek IT a obchodu, návštěvníci konkurenčních stránek
- Témata zaměřená na finance, obchod a marketing
- Zájem o nákup obchodních, finančních a marketingových služeb



NÁKLADY NA ZOBRAZENÍ vs LEADY

ZOBRAZENÍ LEADŮ vs CPL



VYHLEDÁVÁNÍ



VÝKONNOST VYHLEDÁVÁNÍ

808
KLIKNUTÍ

6
LEADŮ

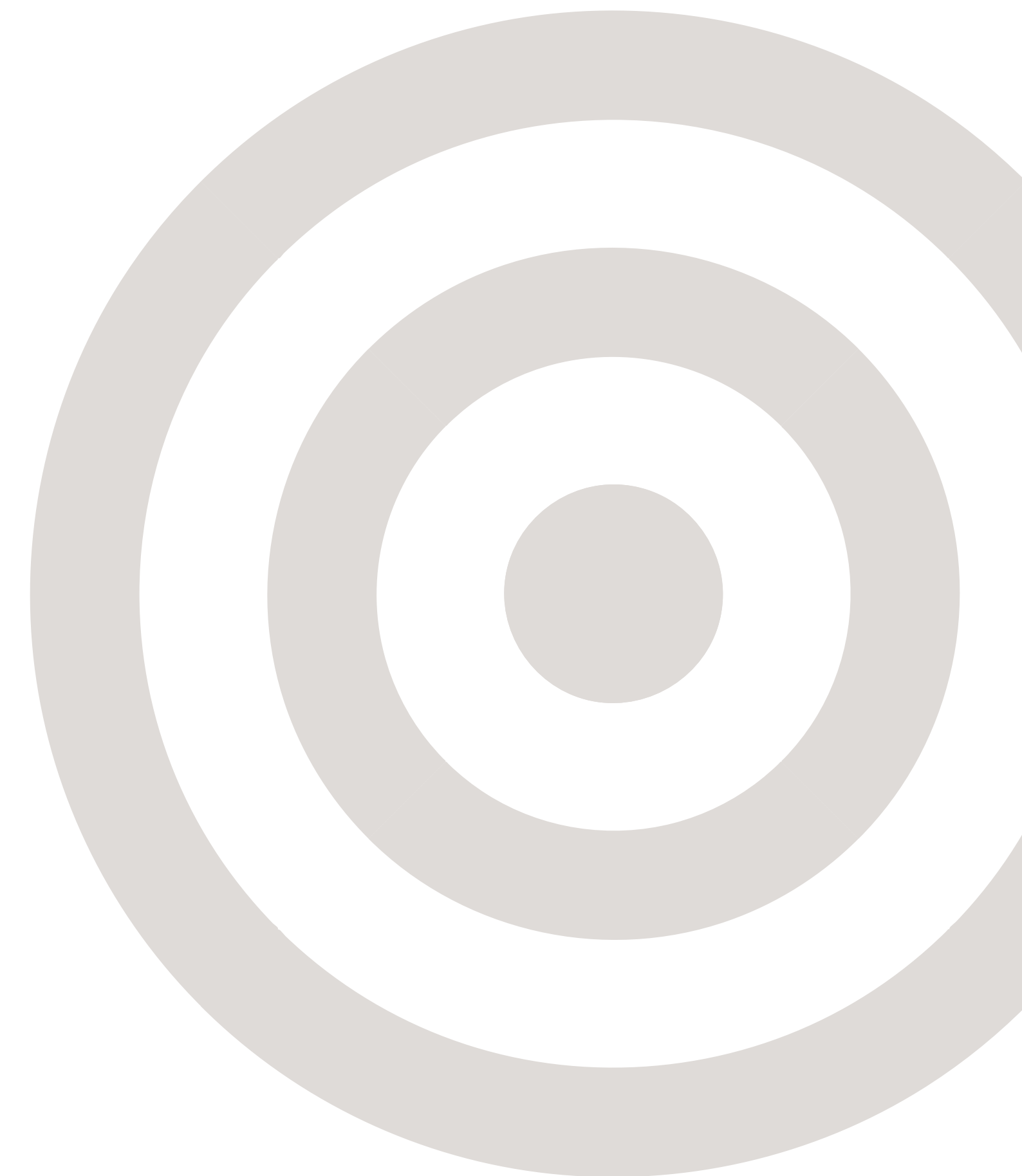
0,74%
CVR

2 784 Kč
CPL

CÍLENÍ

REKLAMA NA GOOGLU

- Brandová klíčová slova – Konica Minolta a Workplacehub
- Nebrandová klíčová slova – korporátní cloud a server, IT správa a služby, řízení IT sítě, podnikový informační systém



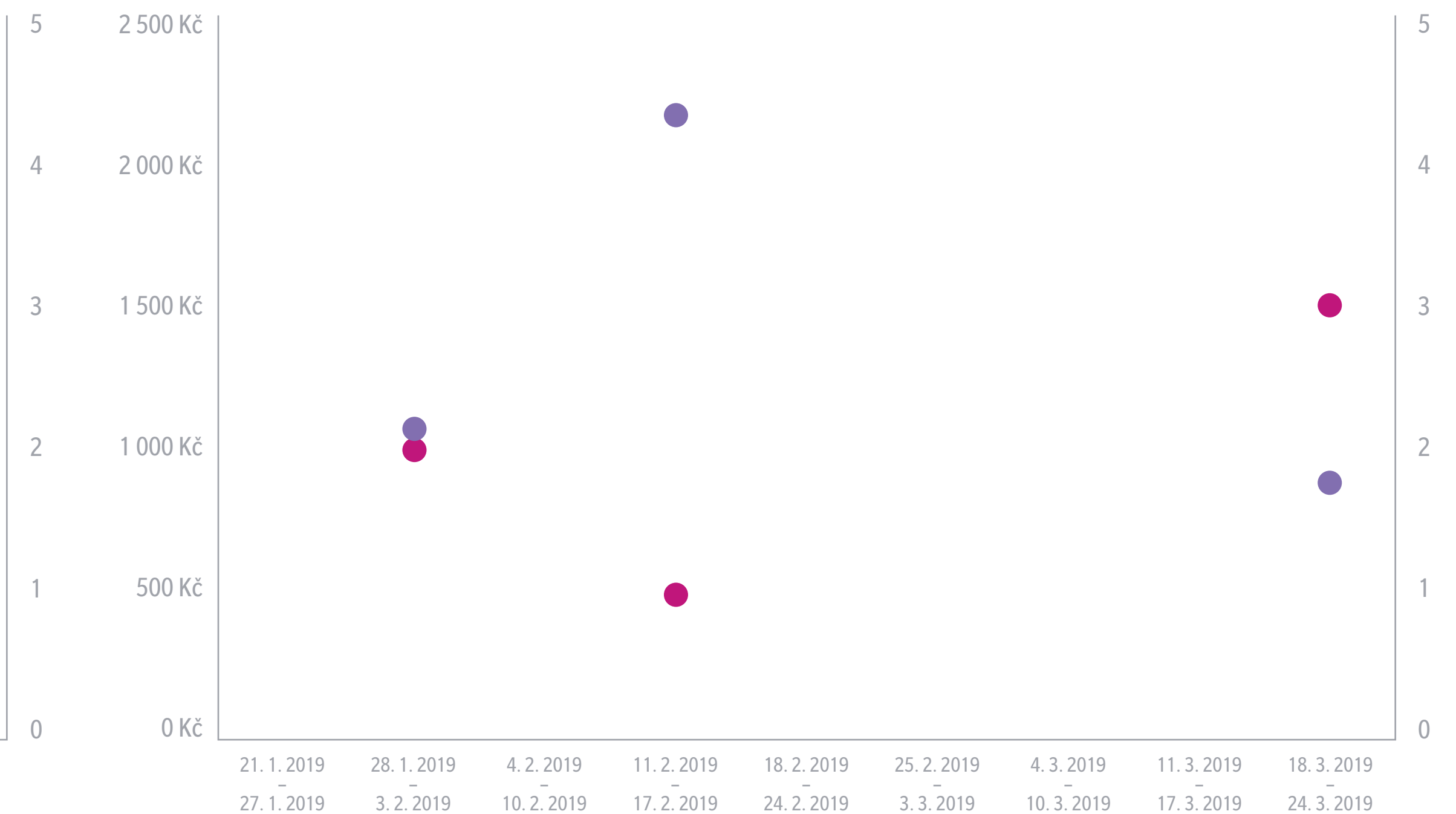
NÁKLADY NA VYHLEDÁVÁNÍ vs LEADY



■ NÁKLADY NA VYHLEDÁVÁNÍ

■ LEADY VYHLEDÁVÁNÍ

LEADY VYHLEDÁVÁNÍ vs CPL



■ CPL

■ LEADY VYHLEDÁVÁNÍ

REMARKETING



VÝKONNOST REMARKETINGU

868
KLIKNUŤÍ

14
LEADŮ

1,61 %
CVR

1 480 Kč
CPL

NÁKLADY RMTK vs LEADY



NÁKLADY RMTK

LEADY RMTK

LEADY RMTK vs CPL



CPL

LEADY RMTK

LINKEDIN



VÝKONNOST LINKEDIN

2 950
KLIKNUTÍ

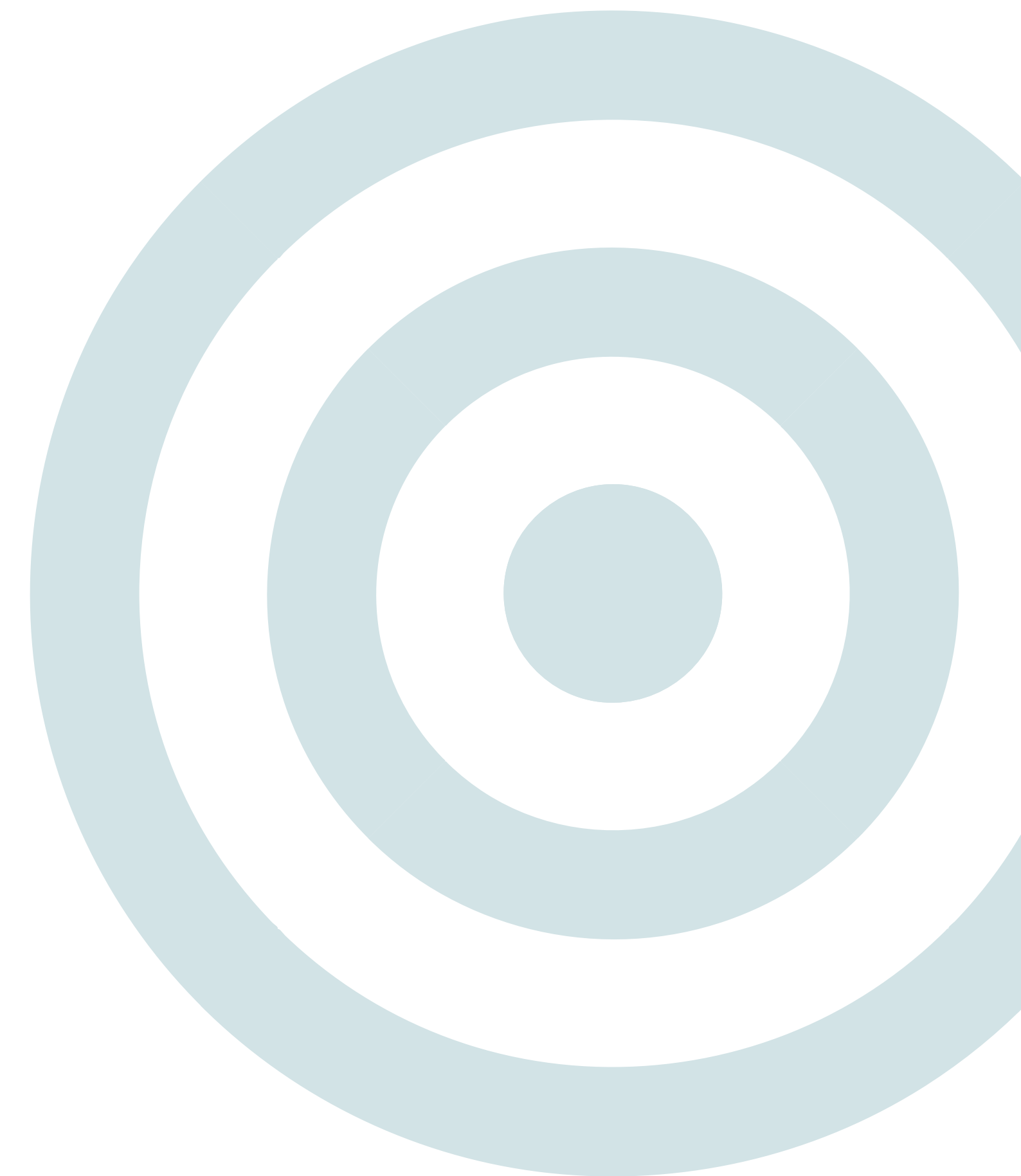
3
LEADY

0,17 %
CVR

3 133 Kč
CPL

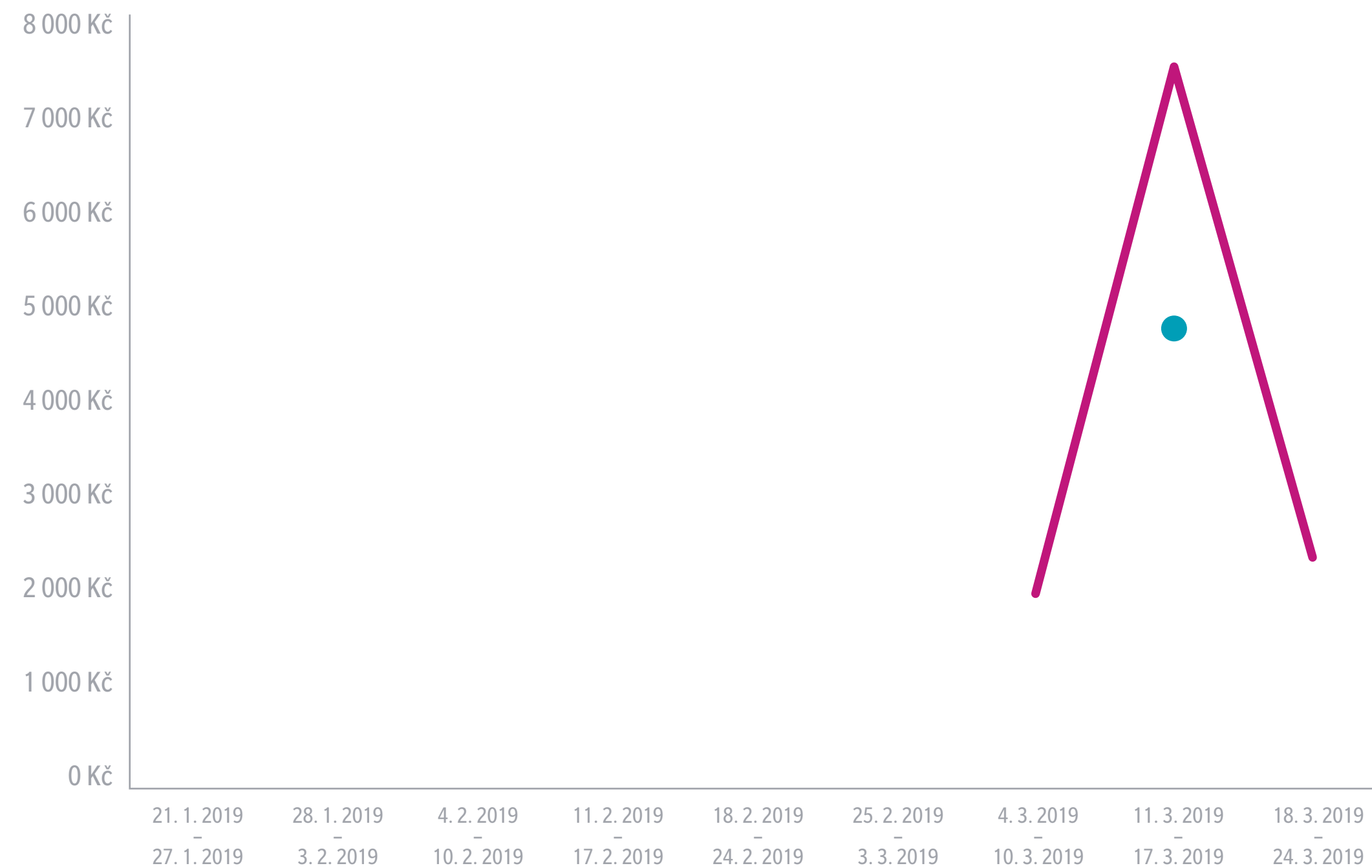
CÍLENÍ

- Přední pozice v příslušných pracovních polích/vertikálách



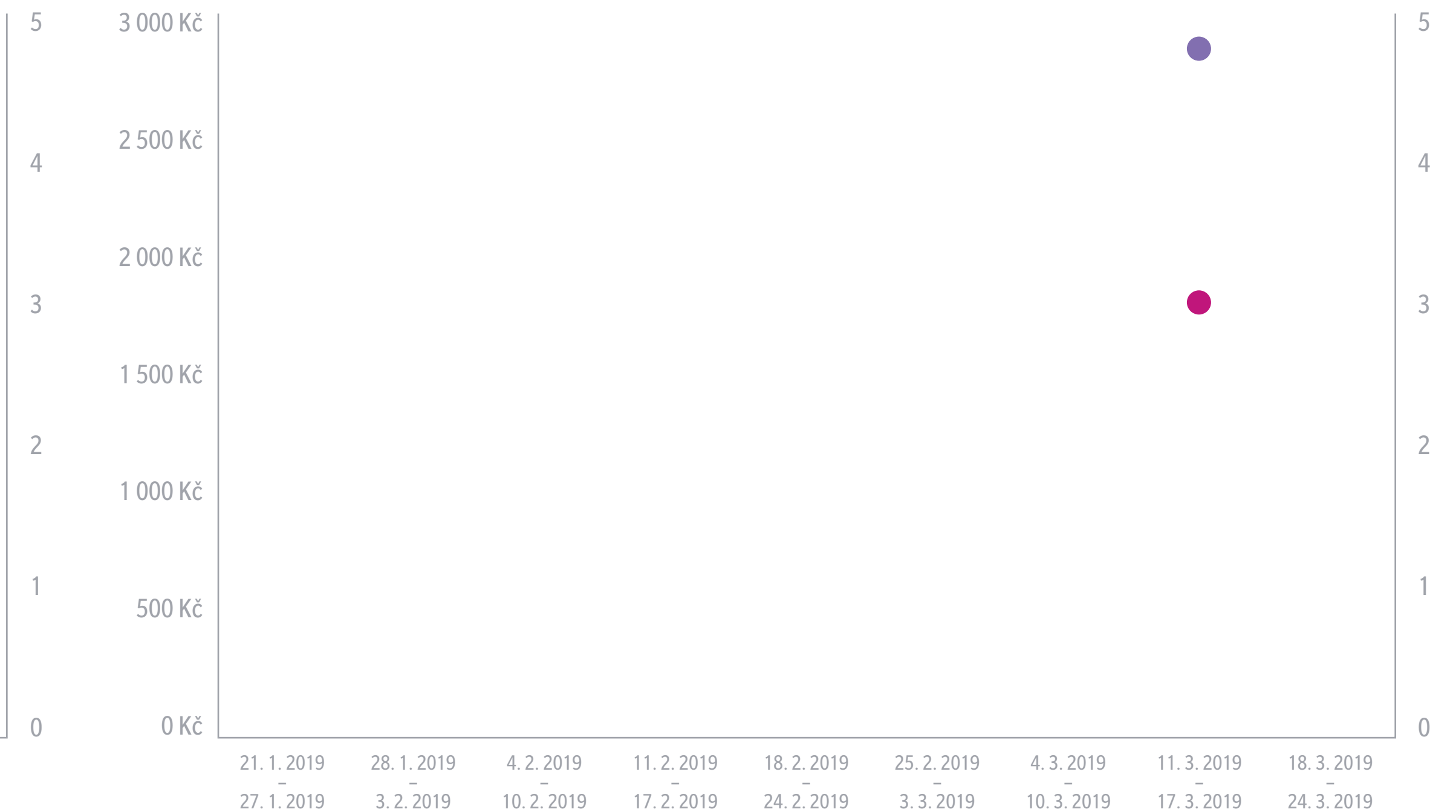
NÁKLADY LINKEDIN vs LEADY

LEADY LINKEDIN vs CPL



 **NÁKLADY LINKEDIN**

 **LEADY LINKEDIN**



 **CPL**

 **LEADY LINKEDIN**

E-MAILING



VÝKONNOST E-MAILINGU

80
KLIKNUTÍ

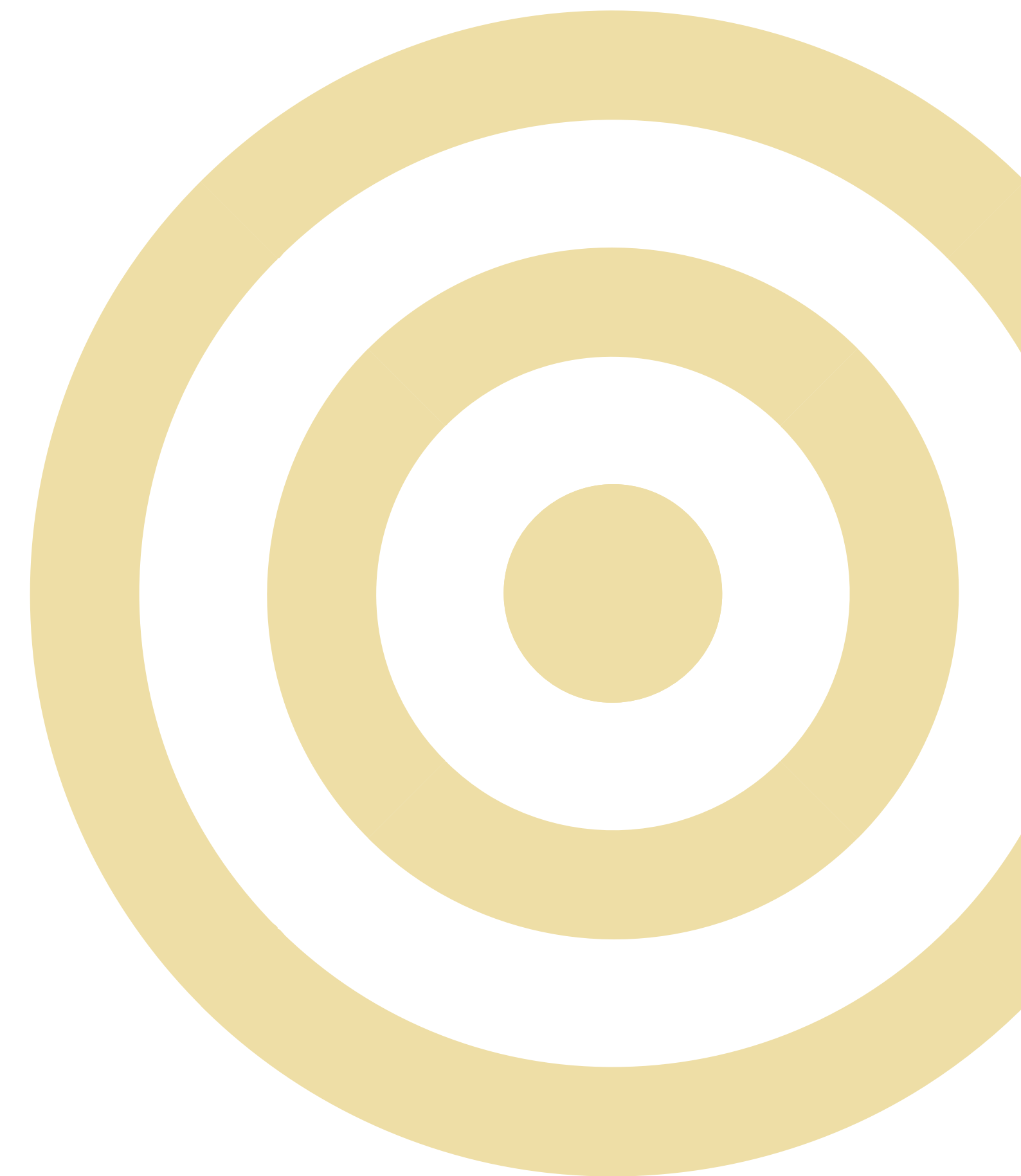
1
LEAD

2,78 %
CVR

3 500 Kč
CPL

CÍLENÍ

- Celkem 5 030 e-mailových kontaktů v celé databázi
- Databáze byla rozdělena na 14 segmentů
- Po čištění databáze pouze 3 319 validních kontaktů
- Průmerný open rate 20 % a click rate 2 %
- I přes úpravy a personalizaci byl výsledek neefektivní a rozhodli jsme se dále nepokračovat



Konica Minolta Business Solutions Czech, spol. s r.o.
IČO: 00176150,

sídlo:
Brno – Židenice
Žarošická 4395/13
PSČ 628 00
spisová značka: 21999 C
Krajský soud v Brně

© 2019 Konica Minolta, Inc.

