

ValuePetSupplies.com ger "tassen upp" till nya Shoppingkampanjer



Om ValuePetSupplies.com

ValuePetSupplies.com, som grundades 2004, är en familjeägd verksamhet för husdjursartiklar baserad i Livingston, Tennessee. Företaget säljer husdjursprodukter av kända märken online. De donerar en del av sin vinst varje månad för att hjälpa till att rädda hittehundar genom Casita Big Dog Rescue.

Läs mer på

www.ValuePetSupplies.com

Översikt

Resultat med Shoppingkampanjer

- 650 % ROAS
- Förbättrad CTR
- Fler konverteringar
- Lägre CPA
- 10x snabbare

En praktisk inställning

ValuePetSupplies.com säljer allt från akvariefilter och husdjursblöjor till valpmattor och tuggben. De har ett lager i Tennessee och medarbetare i fyra stater i USA, och har en personlig, praktisk inställning till sin verksamhet. De följde upp sina framgångar med Google-produktannonser (PA) genom att uppgradera dem till Shoppingkampanjer.

Bra presentation av produkter

Onlineleverantören av husdjursprodukter började använda produktannonser i juli 2013, segmenterade efter märke och produkt för bästsäljande produkter. Totalt skapade de mer än 80 PA-kampanjer. "Vi började använda produktannonser eftersom de ger våra produkter bra genomslagskraft", säger Nick Carter, chef för marknadsföring och försäljning. "I annonserna visas bild och prisinformation tillsammans med märket Google Trusted Store, så att kunderna enkelt kan se våra erbjudanden."

ValuePetSupplies.com provade sin första Shoppingkampanj bara några månader senare, i oktober 2013. Shoppingkampanjer är ett enkelt sätt att hantera produktannonser och sälja produkter på Google. Man hanterar kampanjerna på ungefär samma sätt som man driver en butik. Du kan bläddra i ditt sortiment och gruppera de produkter du vill lägga bud på direkt i Google AdWords. Och du har dessutom avancerade rapporteringsfunktioner och optimeringsmöjligheter så att du kan mäta produkternas resultat och uppskatta dina tillväxtmöjligheter.

"Konkurrensstatistiken i Shoppingkampanjer har helt ändrat möjligheterna för budoptimering."

– Nick Carter, chef för marknadsföring och försäljning, ValuePetSupplies.com

Bättre arbetsflöde och statistik

"Produktannonser visar upp våra erbjudanden, och förkvalificerar därmed kunder som klickar när de har sett prisinformation", förklarar Carter. "Och nu när vi använder Shoppingkampanjer har vi ett bättre arbetsflöde och ett bättre sätt att hantera produktannonser. Till exempel kan vi lägga mer effektiva bud tack vare den avancerade statistiken. Vi kunde sänka vår kostnad-per-förvärv (CPA) och öka avkastningen på annonsinvesteringen till 650 %."

Efter några månaders testning gick e-handlaren över från en vanlig produktannonskampanj till en Shoppingkampanj i februari 2014. Övergången var smidig, tillägger Carter. "Shoppingkampanjerna är enkla att starta och hantera", säger han. "Produktgrupperna använder produktflödet för att organisera och bjuda på annonsutrymme snabbt och enkelt. Det är intuitivt och effektivt! Jag uppskattar verkligen den arbetsbesparande uppläggningsen av Shoppingkampanjerna. Jag kan inrikta vår enorma produktkatalog med mer än 8 000 artiklar på ett effektivt sätt."

Om Shoppingkampanjer

Shoppingkampanjer gör det lättare att nå konsumenterna och marknadsföra produkter online. Kampanjtypen för produktannonser är anpassad för detaljhandeln och gör det smidigare att hantera och lägga bud på produkter, rapportera resultat och hitta möjligheter att öka trafiken från Google.

Om produktannonser

Produktannonser är ett AdWords-format som innehåller mer omfattande produktinformation, exempelvis produktbild, pris och säljarens namn. Du behöver inte lägga till ytterligare sökord eller annonstext. När någon skriver en sökfråga med anknytning till en produkt i ditt Google Merchant Center-konto, kan Google automatiskt visa de mest relevanta produkterna tillsammans med bild, pris och produktnamn.

Läs mer på

www.google.com/ads/shopping

Övergången till Shoppingkampanjer medförde också betydande tidsbesparingar, vilket gör att han nu kan visa upp alla sina produkter.

"I genomsnitt inriktade jag 50 procent av vår katalog åt gången med vanliga produktannonserkampanjer. Jag höll alltid på att sätta på och stänga av dem eftersom jag inte hade tillräckligt med bandbredd att optimera alla på en gång. Det var jobbigt", säger Carter. "Jag behöver bara lägga ner ett par timmar i veckan på Shoppingkampanjer, jämfört med mer än 20 timmar för produktkampanjer."

Nya möjligheter till optimering

Shoppingkampanjer är nu en viktig marknadsföringskanal för ValuePetSupplies.com. De täcker 80 procent av katalogen och utgör mer än en tredjedel av företagets AdWords-konverteringar. "Konkurrensstatistiken i Shoppingkampanjer har skapat nya möjligheter till budoptimering", tillfogar Carter.

Och med CTR-riktmärken, riktmärken för högsta kostnad per klick (CPC) och visningsandel har annonsörer nu konkreta förslag på hur de kan optimera sina produktannonser. "Med visningsandel kan jag se direkt om en produktgrupp ger bra resultat", förklarar Carter. "Om den har en låg visningsandel granskar jag CTR-riktmärke och högsta CPC och justerar buden därefter. Tack vare konkurrensstatistik blir budgivning inte längre en gissningslek."

"Shoppingkampanjer är avgörande för vår övergripande strategi att ge bra erbjudanden till personer som aktivt letar efter det vi säljer."
—Nick Carter, chef för marknadsföring och försäljning, ValuePetSupplies.com

Mindre krångel, högre vinster

"Shoppingkampanjer är avgörande för vår övergripande strategi att visa upp våra bästa erbjudanden till personer som aktivt letar efter det vi säljer", säger Carter. "Google är det främsta sättet att nå dem och med Shoppingkampanjer når vi ut till våra kunder utan krångel och med ökade vinster. Det går ju inte att klaga på!"

