



Marlamedia
Online Medie Bureau

Sådan tredoblede vi Gardinshoppens omsætning på deres annoncekonto

Læs om hvordan vi hjalp
Gardinshoppens frem til en vækst
på over 300% i deres omsætning
gennem Facebook markedsføring.

Sådan fik Gardinshoppen + 75.000 kr. ekstra i månedlig omsætning via Facebook

Gardinshoppens målsætning er at være den førende gardinbutik online og at tilbyde gardiner af den bedste kvalitet til lave priser med hurtig levering. Alle gardiner hos Gardinshoppen.dk fremstilles efter dine mål og ønsker. De følger hele tiden udviklingen og trends inden for boligindretning og udvikler og fornyer deres sortiment derefter.

Baggrund for samarbejdet

Baggrunden for vores samarbejde, skal faktisk findes hos moderselskabet til Gardinshoppen (Luxsun Nordic), som vi startede et samarbejde med tilbage i foråret 2021. Efter vi havde bevist vores værd hos dem, valgte de, at vi også skulle overtage alt online markedsføring af Gardinshoppen.

Hos Marlamedia var vores opgave at analysere deres KPI'er på onlinesalg og markedet, hvorved vi kunne udarbejde en vækststrategi, der fungerede på tværs af forskellige marketingkanaler.

Strategien indeholdt blandt andet følgende:

- Konverteringsoptimering af webshoppen.
- Produktion af video content.
- Eksekvering på Facebook, Instagram og Pinterest.

Video content var vores succesfaktor

Vi fandt hurtigt ud af, at video content var det der fangede målgruppens opmærksomhed. Vi valgte derfor, at identificere de punkter i den nuværende produktion som vi mente skabte denne succes. Derved kunne vi videreudvikle dette i den nye produktion og sænke CPA.

Se den digitale marketingstrategi og eksekvering på næste side.



Digital marketingstrategi og eksekvering

Eftersom Gardinshoppen.dk havde et beskedent salg på deres annoncekonto, valgte vi først at fokusere på at generere billig trafik og konvertere trafikken til enten leads, potentielle kunder vi kunne målrette på et senere tidspunkt eller betalende kunder med det samme.

Da Gardinshoppen.dk sælger et produkt, som potentielt kunne have interesse for en rigtig stor del af befolkningen, valgte vi at break annonceringen ned i små målgrupper. På den måde, kunne vi finde den målgruppe som gennemsnitligt lagde den største ordre og havde den mindste CPA. Herunder identificerede vi følgende potentielle målgrupper:

- Personer med interesse i ejendomsinvestering.
- Forlovede og/eller forældre med mindre børn.
- Gør-det-selv personer.
- Personer med et mindre rådighedsbeløb.

Ovenstående lyder måske lidt svært, at målrette - men det lykkedes os, at ramme disse målgrupper med stor succes.

Sådan fik vi målgruppens opmærksomhed

Vi vidste godt, at det ville blive svært, at sælge gardiner online, da produktet tit er et overvejselskøb og ordreværdien typisk er +3000 kr.

Vi havde derfor meget fokus på, at fange brugernes interesse og ramme dem med informativt indhold. Indholdet var stærkt, hvorved det var let at fortælle om produkternes fordele gennem videocontent og visuelt indhold. Derfor gav det også mest mening med en marketing strategi på følgende kanaler:

- Facebook
- Instagram
- Pinterest

Sådan fik vi målgruppen til at konvertere

Vi kunne analysere målgruppens adfærd ud fra tidligere data på webshoppen. Her var det tydeligt at forbrugerne i gennemsnit først konverterede omkring 2 måneder efter første touchpoint. Vi valgte derfor, at have et ekstra stort fokus på vores retargeting kampagner, da vi ville sikre, at forbrugeren valgte os, når de var klar til at konvertere. Vi udviklede derfor specifikt content til dette formål og sikrede os, at både sporing og tracking, var sat korrekt op - så vi kunne ramme alle de forbrugere som allerede havde vist interesse i nye gardiner.

Ved at etablere en kohorteanalyse, havde vi et godt udgangspunkt til at bestemme retargeting perioderne på Facebook, hvilket gjorde at vi øgede deres ROAS betydeligt.

Resultater

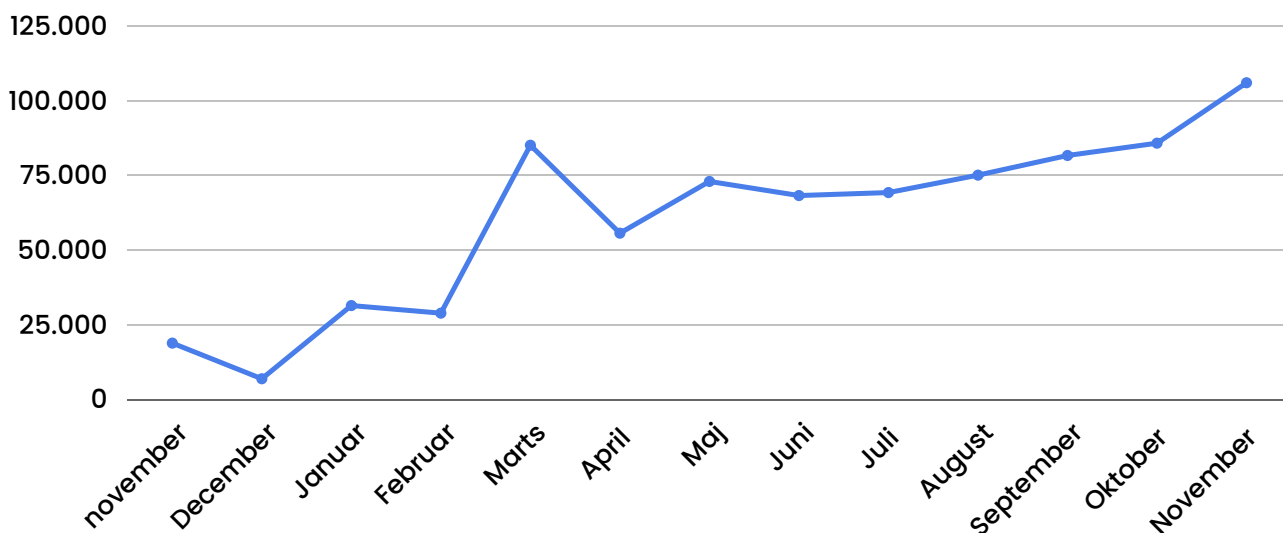
Vi vil ikke fortælle så meget om resultaterne, men derimod vise dem. Du kan derfor herunder se den månedlige omsætning på Gardinshoppens annoncekonto - før og efter vi overtog den i februar.

Udtalelse

“Mads har virkelig løftet vores omsætning sammenlignet med vores tidligere bureau.”

- Bo og Mads fra Gardinshoppen.dk

Omsætning via Facebook November 2021 - november 2022



Prisen pr. ny kunde

Kr. 494

Faldet med 8%

ROAS

5.1x

Steget med 35%

Er du interesseret i at høre mere om mulighederne for din virksomhed?

www.marlamedia.dk

info@marlamedia.dk

+ 45 27 12 15 66



Mads Pedersen

Ejer og annoncerings ansvarlig

Mads@marlamedia.dk

+45 27 12 15 66



Anna Ebbesen

Content og SoMe ansvarlig

Anna@marlamedia.dk

+45 25 75 54 41