




iTaxi CASE STUDY

 up & more



Click 2 call
Efektywny mobile

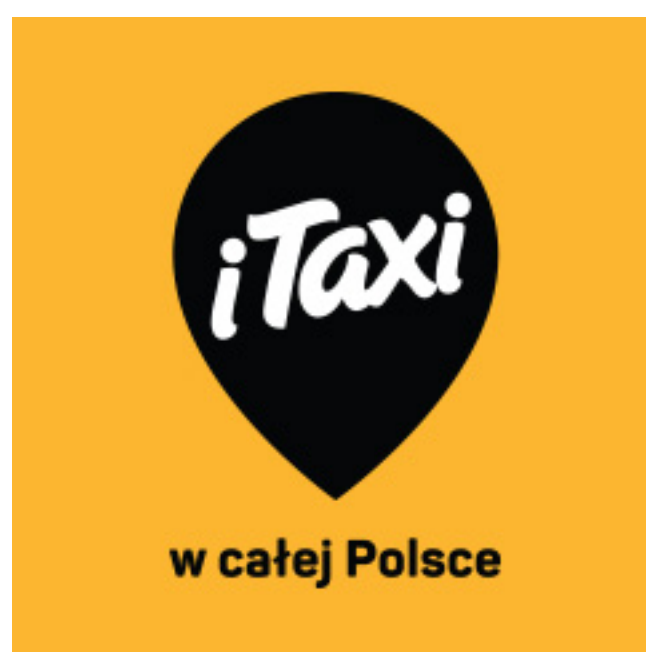


Klient: iTaxi

Działania: Click 2 call



Wyzwanie



Ty i Taxi, niezawodnie do celu, w całej Polsce

iTaxi powstało w 2012 roku, jako polska odpowiedź na Ubera. W ciągu niespełna 4 lat firma zdążyła mocno się rozwinąć i ugruntować swoją pozycję na rynku. Taksówki tej korporacji dostępne są w ponad 100 miastach Polski – można je zamawiać za pośrednictwem dedykowanej aplikacji, call center, a także z poziomu strony internetowej.

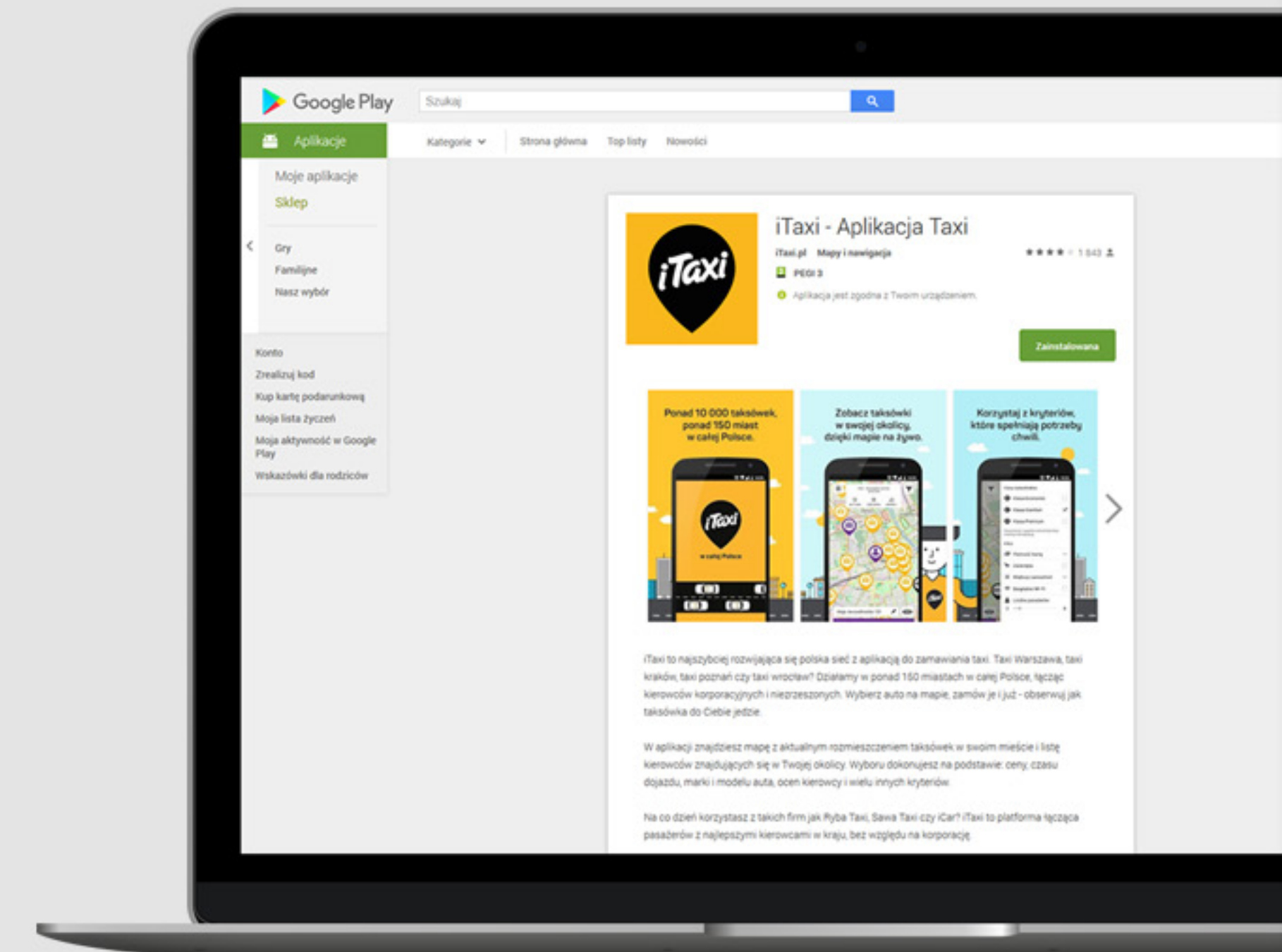
Ta różnorodność wymagała elastycznego podejścia do kampanii AdWords, które pozwoliłoby na prowadzenie zróżnicowanych działań dostosowanych do oferty iTaxi. Precyzyjne określenie celów, wolumenów odpowiadających faktycznym zasobom oraz dynamiczne dostosowywanie się do zmieniających się każdego dnia warunków, stanowiły punkt wyjścia naszej pracy.



Pomysł

3 sposoby zamawiania taksówki, 12 miast o własnej specyfice oraz cele w postaci realnych kursów dla każdej lokalizacji musiały zostać przełożone na kampanie pozwalające na dokładną kontrolę nad wyświetleniami, optymalizację kosztów oraz tworzenie przekazów reklamowych.

Wszystkie działania musiały zostać jasno określone pod kątem celów oraz odpowiadających im produktów **Google**. Zarekomendowaliśmy klientowi konfigurację **Call Metrics** oraz połączenie **AdWords** z **Google Play**.





Realizacja

Pierwszym krokiem była konfiguracja celów dla każdego z typów kampanii i odpowiednie dopasowanie analityki. Umożliwiło nam to mierzenie długości połączeń i optymalizację pod kątem dłuższych niż te 15 sekundowe. Wykorzystanie typu kampanii z reklamami „**Tylko połączenie**” zapewniło najlepsze dotarcie w czasie rzeczywistym do osób szukających taksówki w danym momencie. **Połączenie AdWords z Google Play pozwoliło natomiast na uzyskanie informacji na temat liczby pobrań aplikacji z poziomu reklam oraz dostępu do list remarketingowych.**

Drugim krokiem było dostosowanie ustawień wszystkich kampanii do specyfiki każdego z miast – liczby dostępnych taksówek, ruchu godzinowego czy konkretnych dni tygodnia. Dzięki odpowiednim budżetom dziennym, stawkom, harmonogramom wyświetlania i modyfikatorom, **udało się uzyskać dynamicznie działające kampanie, pozwalające uzyskać najlepsze wyniki dla naszego klienta.**

W dalszym okresie, ustawienia kampanii były na bieżąco modyfikowane w oparciu o gromadzone wyniki – współczynniki konwersji dla elementów takich jak pora dnia i tygodnia czy dzielnice miast. **Optymalizacja tekstów reklam oraz listy słów kluczowych pozwoliły na jasne określenie najlepiej działających komunikatów i haseł.**



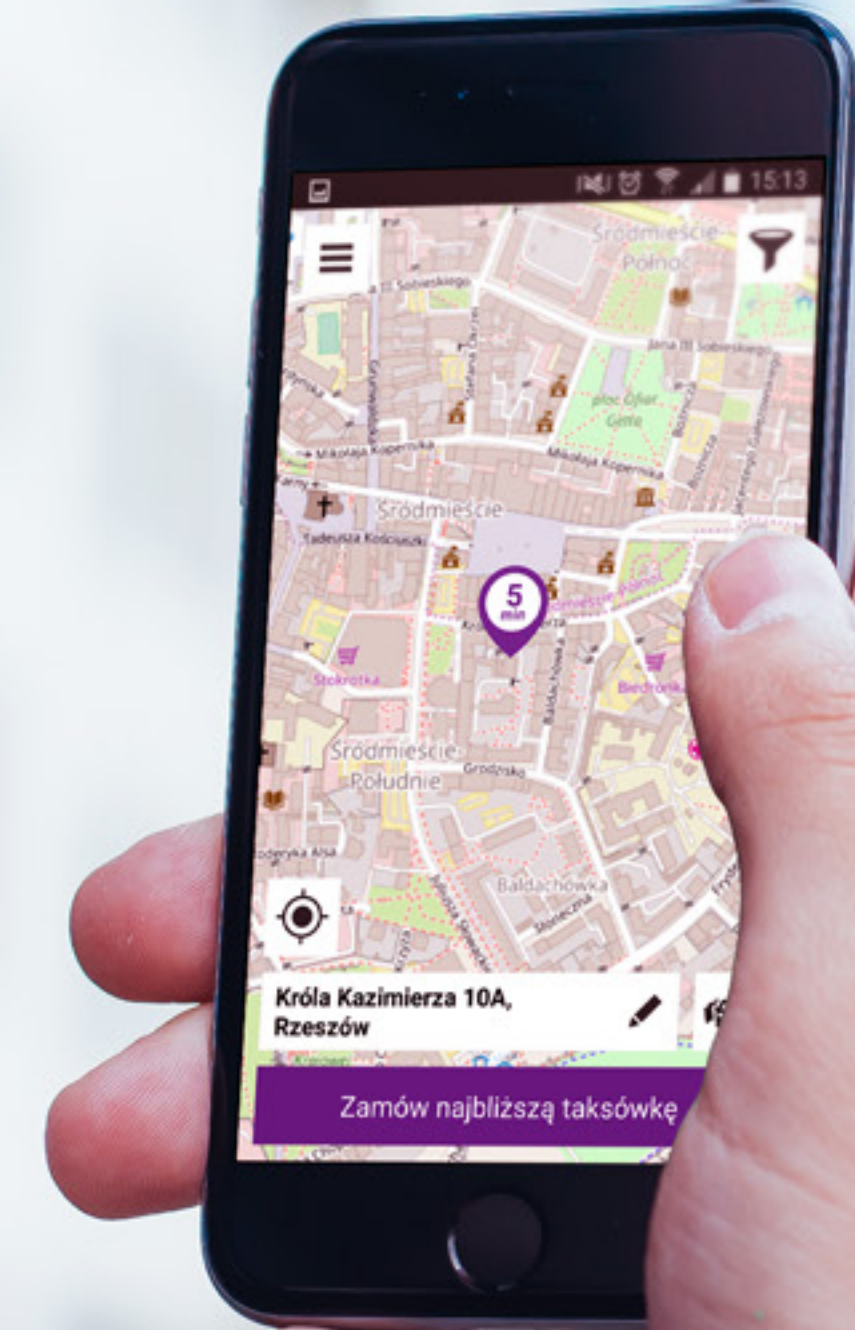


Efekty

Sukcesywna optymalizacja kampanii pozwoliła na **podniesienie wolumenu konwersji telefonicznych** oraz **pobrań aplikacji** (na przestrzeni paru miesięcy).

Dzięki analizie wyników i bieżącym zmianom ustawień reklam, zostały obniżone koszty leadów - w przypadku kilku miast nawet pięciokrotnie. **Zaczynając współpracę z iTaxi konfigurowaliśmy kampanie dla 12 miast.**

Dzięki satysfakcjonującym wynikom i udanej współpracy w szczytowym momencie **obsługiwaliśmy 18 lokalizacji.**





Zapraszamy do kontaktu:

UP & MORE

al. Krakowska 264
02-210 Warszawa

telefon +48 22 18 81 464

mail: hello@upmore.pl