

FORWARD  **FORWARD**  **FORWARD** 



Forward Marketing

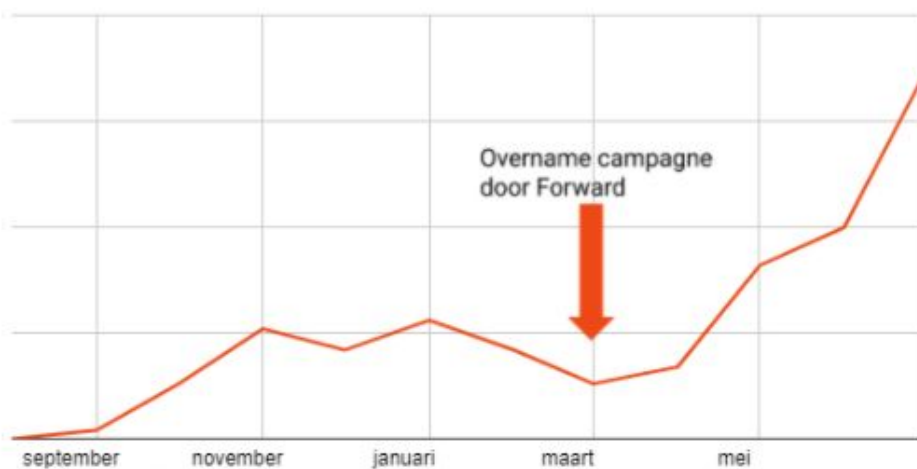
Casestudy Prof Nails

Opzetten Ads campagnes

1. Resultaten

Voor onze klant Prof Nails hebben we sinds maart van dit jaar de Google Ads campagnes overgenomen. Door advertenties te bouwen, die beter aansluiten op de doelgroep, hebben we een uplift in het aantal conversies van 257%. Daarmee is dit kanaal van een conversie aandeel van 8% naar 30% gestegen.

Conversies per maand



Conversie aandeel Ads Feb. vs. Juli



Prof Nails is zeer tevreden over het resultaat dat wij met onze inspanningen geboekt hebben, omdat dit voor hen betekent dat ze een extra volwaardig afzetkanaal hebben.

2. De klant en haar uitdaging

De resultaten zijn te allen tijden mooi, maar laten we eerst eens kijken naar wie onze klant is en wat de uitdagingen/problemen waren. Dit is bij ons altijd het proces waar we mee starten, zodat we per klant de beste oplossing toepassen.

2.1. De klant

Naam: Prof Nails

Doelgroep: Vrouwelijke nagelstylisten tussen de 25 en 64 jaar oud, met eigen bedrijf of startende nagelstylisten

Markt: Nagelstylisten in Nederland en België, met de meeste klanten uit Noord- en Zuid-Holland

Prof Nails is een groothandel in nagelproducten voor de nagelstylist. Daarnaast specialiseren zij zich in Russian nailart. Via de website <https://www.Profnails.nl/> verkopen zij verschillende merken waaronder hun eigen Korneliya nailart producten. Naast de verkoop bieden ze ook trainingen en opleidingen aan voor nagelstylisten.

2.2. Het probleem/de uitdaging

Prof Nails kwam bij ons met de vraag of wij kunnen helpen om de groei die in de voorgaande 5 jaar is behaald, door te zetten. Met als doel om in het volgende jaar te gaan verdubbelen in omzet. Via een aantal kanalen adverteren ze regelmatig, waaronder ook adwords. Echter omdat Prof Nails hier zelf geen kennis van heeft, is er gekozen voor een automatische campagne uitgevoerd door Google zelf.

3. Oplossing/strategie

Om te zien hoe we de groei-doelstelling van Prof Nails kunnen behalen is er eerst een analyse gedaan om te zien met welke kanalen zij op dit moment traffic en conversie binnenhalen.

Wat opviel bij Prof Nails is dat ze heel actief zijn op social media en hier in de afgelopen jaren ruim 38% van de traffic vandaan kwam. Echter wanneer we keken naar het aantal conversies zagen we deze structureel over de maanden heen wegzakken. Maar liefst 84% aan het einde van het jaar ten opzichte van het begin van het jaar ervoor.

Prof Nails trok weliswaar veel publiek met de mooie content die ze deelden maar dit zijn niet perse kopende klanten. Wel zijn de social media kanalen zo sterk dat ze zorgen voor naamsbekendheid en een sterke community.

Om deze reden is er gekozen om een extra kanaal naast de socialmedia neer te zetten. We hebben daarbij gekozen voor Google Ads. Dit omdat Prof Nails hier wel een paar campagnes had lopen, maar dit waren geautomatiseerde slimme campagnes van Google. Daarmee bouwde Google zelf een campagne. Echter leverden deze campagnes wel traffic naar de website op, maar nagenoeg geen conversies.

Door goed te kijken waar de kansen lagen in de markt zijn er 3 nieuwe campagnes gebouwd en vervolgens in de opvolgende maanden geoptimaliseerd. De 3 campagnes kregen hetzelfde budget als de oude campagnes.

Na een paar maanden optimaliseren is er een groei in conversie gerealiseerd van 257%. Daarmee is Ads goed voor een conversie aandeel van ruim 30% ten opzichte van 8% aan het begin van het jaar.