

Case Study – Liberty Direct | Zieltraffico

"Kampania Zieltraffico dostarcza nam leadów najlepszej jakości. Realizowany jest co raz większy wolumen leadów przy optymalnych kosztach"

Marta Perwenis | Kierownik Działu Sprzedaży Internetowej | Liberty Direct

Zadanie:

Pozyskanie możliwie największego wolumenu sprzedaży na produkt **ubezpieczenie OC** na drodze kampanii linków sponsorowanych Google AdWords w wynikach wyszukiwania Google.

Pozyskanie sprzedaży o możliwie najlepszej jakości i najwyższej konwersji LEAD -> SALE.

Okres czasu:

wrzesień 2009 – wrzesień 2010

Środki:

Kampania linków sponsorowanych Google AdWords, wyświetlana w wynikach wyszukiwania Google.

Model rozliczeniowy:

PPL , PPS (w zależności od rodzaju wniosku: CMB, Kalkulacja, Polisa)

Wyniki:

Miesięcznie: kilka tysięcy formularzy CMB, kilkaset kalkulacji, kilkaset sprzedanych polis

O Liberty Direct:

Marka Liberty Direct została wprowadzona do Polski w 2007 roku, przez hiszpańską spółkę z grupy Liberty Mutual: Liberty Seguros Compania de Seguros y Reaseguros S.A. Firma jest jednym z dziesięciu największych oferujących polisy przez telefon i Internet ubezpieczycieli w Hiszpanii. Dzięki temu, korzystając z prawa unijnego, rozpoczęcie działalności w Polsce odbyło się przy minimum niezbędnych formalności, a polski oddział mógł bezpośrednio korzystać z bogatych doświadczeń i rozwiązań sprawdzonych w Hiszpanii.

Zaangażowanie Zieltraffico:

Po stronie Zieltraffico leżały: stworzenie strategii kampanii, przygotowanie i wdrożenie systemu trackingowego, realizacja postawionych celów sprzedażowych, optymalizacja kampanii pod kątem efektu.