



Case Study

Cyfrowe.pl

O marce

Cyfrowe.pl należy do czołówki sklepów branży foto-video w Polsce. Firma działa na rynku od ponad 13 lat i swoją silną pozycję zbudowała głównie dzięki fachowemu doradztwu, wysokim standardom obsługi oraz bogatej ofercie produktowej.

Cyfrowe.pl oferuje swoim Klientom ponad 22.000 produktów, w tym m.in. aparaty, kamery, obiektywy, drony, wyposażenie studia i inne. Poza sprzedażą przez Internet, firma prowadzi 5 salonów stacjonarnych: w Warszawie, Poznaniu, Gdańsku, Katowicach i Szczecinie.

Współpraca z TradeTracker

Firma Cyfrowe.pl rozpoczęła współpracę z TradeTracker Poland w czerwcu 2016 roku.

Głównym celem kampanii jest zwiększenie sprzedaży, zasięgu sklepu oraz jego rozpoznawalności. Cel ten jest realizowany poprzez regularną współpracę z witrynami tematycznymi, promocyjnymi oraz programami lojalnościowymi. Dodatkowo oferty i promocje wspierane są linkami tekstowymi.

Jedną z cech szczególnych kategorii RTV/AGD jest zróżnicowana marżowość poszczególnych kategorii produktów. W kampanii Cyfrowe.pl od samego początku zastosowany został podział na grupy produktowe, dzięki czemu walidacja transakcji oraz związane z tym wynagrodzenie dla wydawców kampanii pozostało w pełni transparentne i mieralne. Poprzez stały kontakt z klientem, proces walidacji – w tym sprawdzanie zwrotów i zmian w zamówieniach – jest na bieżąco optymalizowany i udoskonalany, co pozwoliło na zbudowanie pełnego zaufania wśród partnerów programu.

“Z siecią TradeTracker związaliśmy się przed ponad rokiem. W tym czasie – dzięki elastycznemu podejściu do specyfiki naszej firmy – wypracowaliśmy dobrze funkcjonujący model współpracy. Pozwala on na realizację założonych wcześniej celów oraz bieżącą optymalizację kampanii. Warto podkreślić, że sieć dynamicznie się rozwija, a to przekłada się pozytywnie na wyniki sprzedażowe osiągnięte przez nas w tym kanale.” – Tomasz Dzięcielski, Starszy Specjalista ds. E-marketingu

cyfrowe.pl

Branża:

Zakupy

Kategoria:

Elektronika

Unikalne wyróżniki:

Zastosowanie zróżnicowanych stawek prowizyjnych dla różnych grup produktowych.

Wykorzystanie witryn tematycznych i rabatowych do budowania świadomości marki oraz do zwiększania zasięgu sklepu.

Wyniki:

Transparentny proces walidacji transakcji, uwzględniający marżowość grup produktowych.

Stały wzrost liczby generowanych transakcji dzięki obecności oferty Klienta na stronach topowych witryn rabatowych oraz programów lojalnościowych.

Jesteśmy zespołem zorientowanych na cel pasjonatów afiliacji, oddanych performance marketingowi i zawsze chętnych do optymalizacji kampanii. Przekonaj się, zarejestruj się w sieci TradeTracker i zacznij z nami zarabiać!

T +48 22 5433 099

E info.pl@tradetracker.com

W www.tradetracker.com

