Google Ads + Product Ads | Case study

Jak Nestlé Purina upevnilo svou pozici v kategorii pet food díky bannerové reklamě a Product Ads

heureka! ads

Výzva: Jak oslovit správné publikum napříč značkami?

Nestlé Purina patří mezi přední výrobce krmiv pro psy a kočky se značkami jako Purina ONE, Felix a Pro Plan.

Naším cílem bylo **posílit jejich povědomí, přivést více návštěvníků** na produktové karty a podpořit růst tržního podílu v kategoriích granulí a kapsiček.

Řešení: Cílená kombinace bannerů a Product Ads

Každá značka cílila na jiný segment trhu, a proto jsme vytvořili **přizpůsobenou strategii** pro český i slovenský trh.

Využili jsme **bannerové reklamy v Google Ads a produktové reklamy (Product Ads)**, díky nimž se podařilo efektivně oslovit klíčové skupiny zákazníků a zvýšit povědomí o značkách Purina, Felix a Pro Plan.

Výsledky: růst tržního podílu až o 39 %!

Google Ads

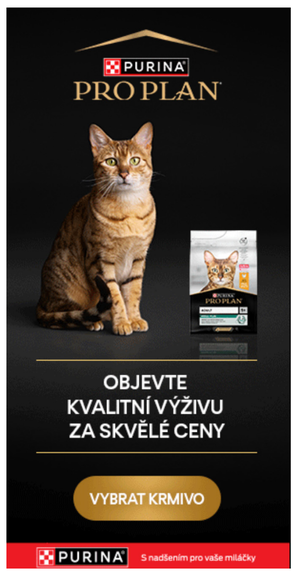
✓ Reklama běžela celoročně a podpořila stěžejní kategorie značky **Pro Plan – granule pro psy i kočky.**
✓ **V Česku** zaznamenaly kočičí granule **4,25 milionu impresí s CTR 1,28 %**, psí granule pak **1,86 milionu impresí a CTR 0,99 %**.
✓ **Na Slovensku** dosáhly kočičí granule dokonce **5,6 milionu impresí a CTR 1 %**, psí granule pak **2,68 milionu impresí s CTR 0,98 %**.

Product Ads v Česku

✓ **Purina** dosáhla za půl roku **52 870 impresí**, přičemž nejúspěšnější produkt Purina ONE Sterilcat hovězí 3 kg zaznamenal **36 960 impresí**.
✓ Krásného **CTR 3,1 %** dosáhl produkt **Purina One Junior losos**.
✓ Značka Felix **překonala očekávání – 64 446 impresí**, přičemž Felix Fantastic hovězí/kuře/tuňák/treska (80×85 g) dosáhl **CTR 2,2 %**.





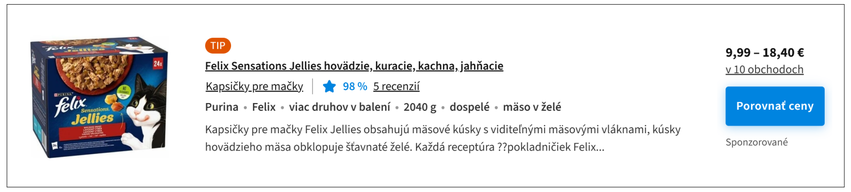


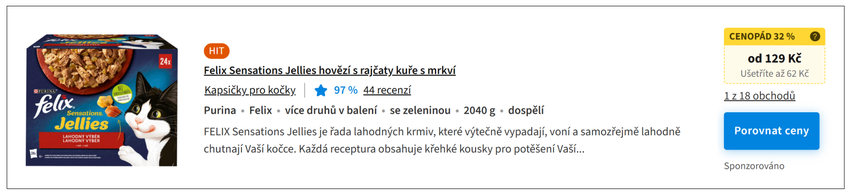


Google Ads + Product Ads | Case study

Jak Nestlé Purina upevnilo svou pozici v kategorii pet food díky bannerové reklamě a Product Ads

heureka!
ads





Product Ads na Slovensku

✓ I na Slovensku měl Felix Fantastic hlavní slovo – **652 tisíc impresí a CTR 3,7 %**.
✓ Celkově Product Ads přinesly značce Felix **813 tisíc zobrazení** a potvrdily rostoucí zájem o její produkty.

Růst tržního podílu na českém trhu

✓ **Purina** zaznamenala pozoruhodný nárůst tržního podílu díky kampani Product Ads, kde inzerované kočičí granule **Sterilcat hovězí pšenice 1,5 kg** dosáhly **tržního růstu o 0,48 %**.
✓ **Pro Plan** využil sílu Google Ads k dosažení významného růstu v segmentu **kočičích granulí o 1,4 %**. Nejvýraznější úspěch zaznamenal produkt P**ro Plan Adult Sterilised Renal Plus losos, který dosáhl impozantního tržního růstu o 28,34 %**. V kategorii **psích granulí** jsme viděli celkový nárůst o **0,97 %**, přičemž **Pro Plan Medium Adult Sensitive Digestion jehněčí vynikl s růstem o 4,54 %**.
✓ **Felix kapsičky** zazářily s **nárůstem o 17,08 %**. V rámci Product Ads se nejlépe dařilo produktu **Felix Fantastic**, který dosáhl ohromujícího **růstu o 39,3 %**!

Růst tržního podílu na slovenském trhu

✓ **Pro Plan** dosáhl v rámci Google Ads pozoruhodných výsledků. Granule Purina Pro Plan Large Puppy Athletic Healthy Start kuře **vzrostly o 0,73 %**, zatímco **celá kategorie vzrostla o 0,21 %**. Kočičí granule **vzrostly na celé kategorii o 2,04 %**, přičemž Purina One Bifensis Sterilcat s hovězím vynikly s růstem tržního podílu o **2,7 %**.
✓ **Felix** dosáhl v rámci **Product Ads nárůstu** u produktu **Felix Fantastic o 7,13 %**.

„Heureku vnímáme jako spolehlivého partnera, se kterým rádi spolupracujeme. Díky této spolupráci můžeme lépe rozvíjet naše služby a oslovit více zákazníků. Jejich podpora nám zároveň pomáhá dosahovat lepších výsledků.“

— Nestlé Purina

3,7 %
nejvyšší dosažené CTR v Product Ads u Felix kapsiček pro kočky

4 250 779
impresí zaznamenáno v Google Ads kampani v kategorii kočičích granulí na CZ trhu

39,3 %
nejvyšší tržní nárůst produktu Felix Fantastic (CZ) v rámci Product Ads

7,13 %
nejvyšší tržní nárůst produktu na SK trhu (Felix kočičí kapsičky)