

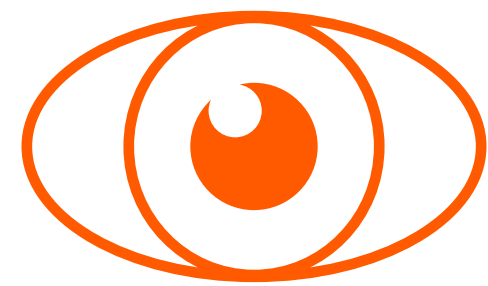
Zacznij sprzedawać więcej!

SAMOUCZEK

allegro Ads

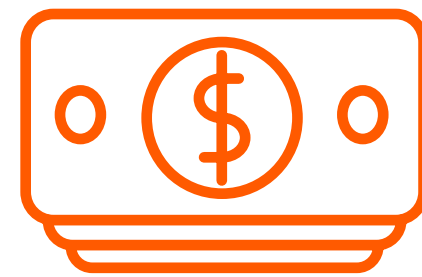
Allegro Ads - Nowe możliwości reklamowe

Wyróżnij swoje oferty na najczęściej odwiedzanym przez Polaków serwisie e-commerce i sprzedawaj więcej dzięki Allegro Ads!



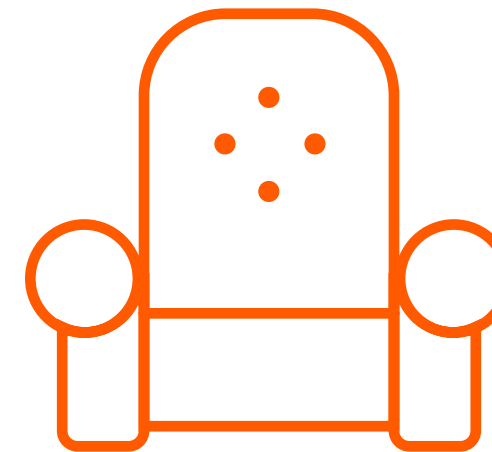
Bądź widoczny

Zaprezentuj swoją ofertę na pierwszych miejscach listy wyszukiwania Allegro dokładnie w momencie, w którym Twoi klienci jej szukają na Allegro.



Płać za efekt

Dla nas liczy się rzeczywiste zainteresowanie klientów Twoją Ofertą, dlatego w przypadku Allegro Ads płacisz tylko gdy ktoś kliknie w Twoją reklamę.



Obsługuj kampanię w sposób prosty i wygodny

Sam wybierasz, które oferty chcesz promować, ustalasz stawkę za klik i limity wydatków. Założenie kampanii zajmie Ci chwilę, a reklamy zaczną wyświetlać się od razu!



Mierz wzrosty swojej sprzedaży

Dzięki statystykom na koncie możesz na bieżąco obserwować swoje kampanie, mierzyć ich efektywność oraz je optymalizować.

Jak sprzedaje Allegro Ads?



Telewizor Samsung

inwestycja w Allegro Ads:

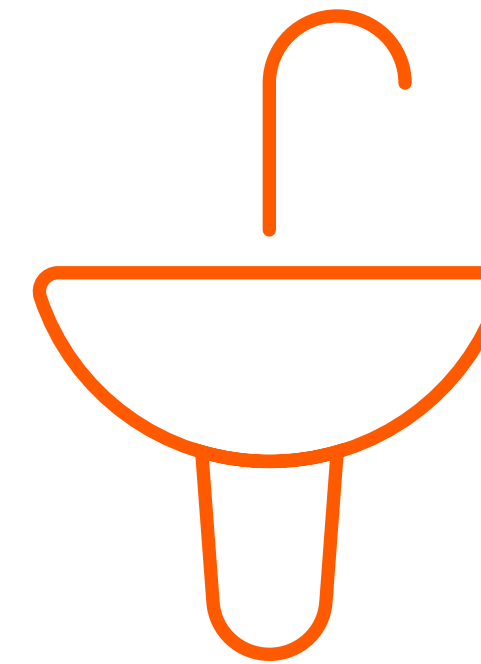
1 112,38 zł

wartość sprzedaży:

149 272,98 zł

wartość sprzedaży
przypadająca na
każdą zainwestowaną
złotówkę

134 zł

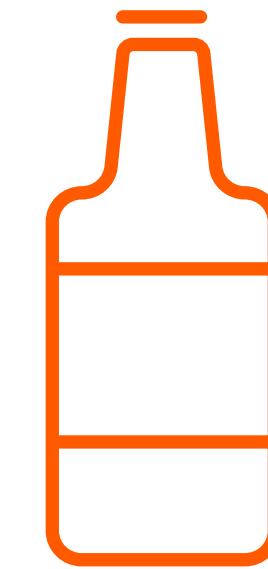


Hydraulika i armatura

1 340,00 zł

95 750,00 zł

71 zł



Mleka modyfikowane

313,13 zł

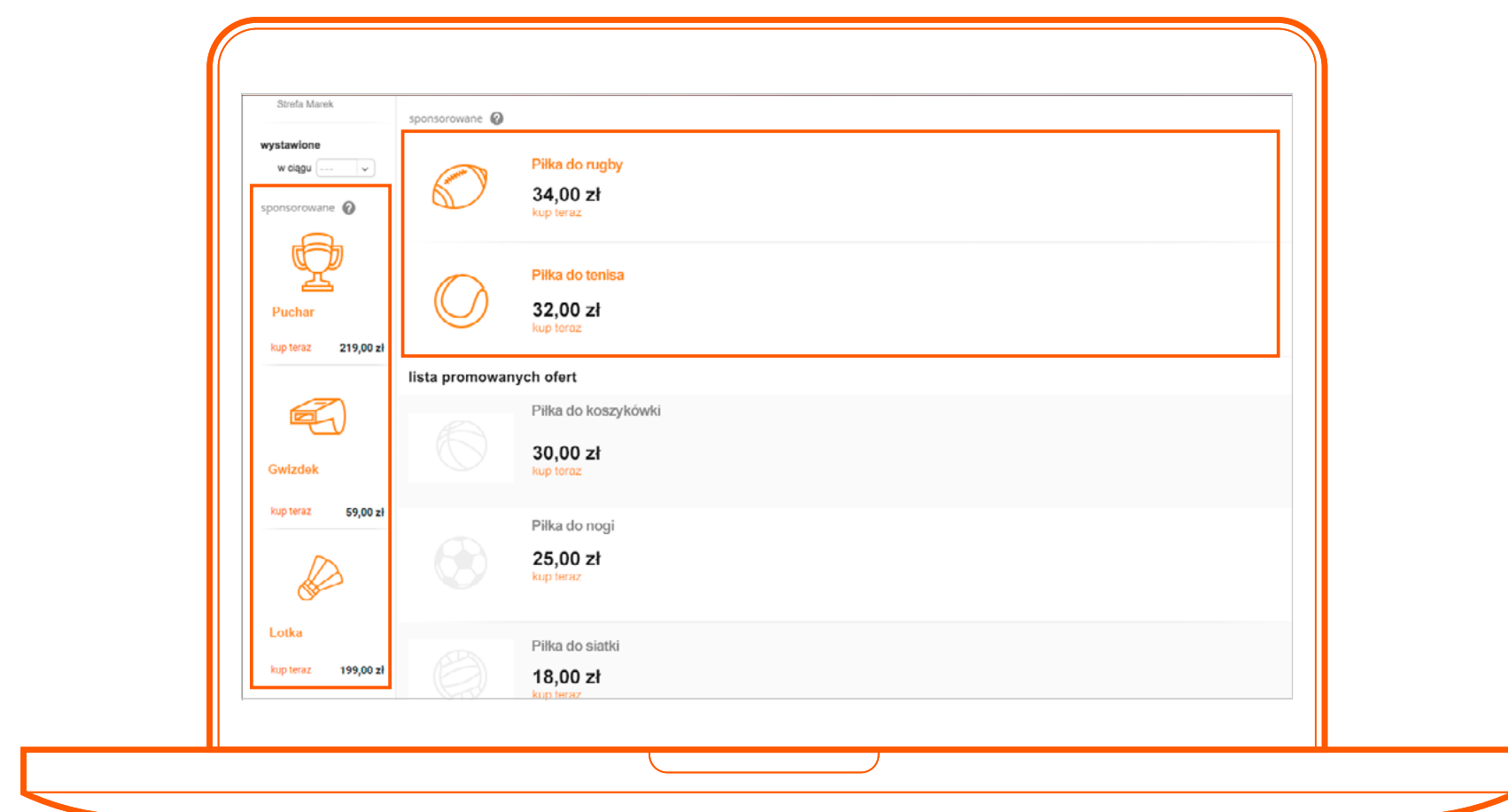
31 972,48 zł

102 zł

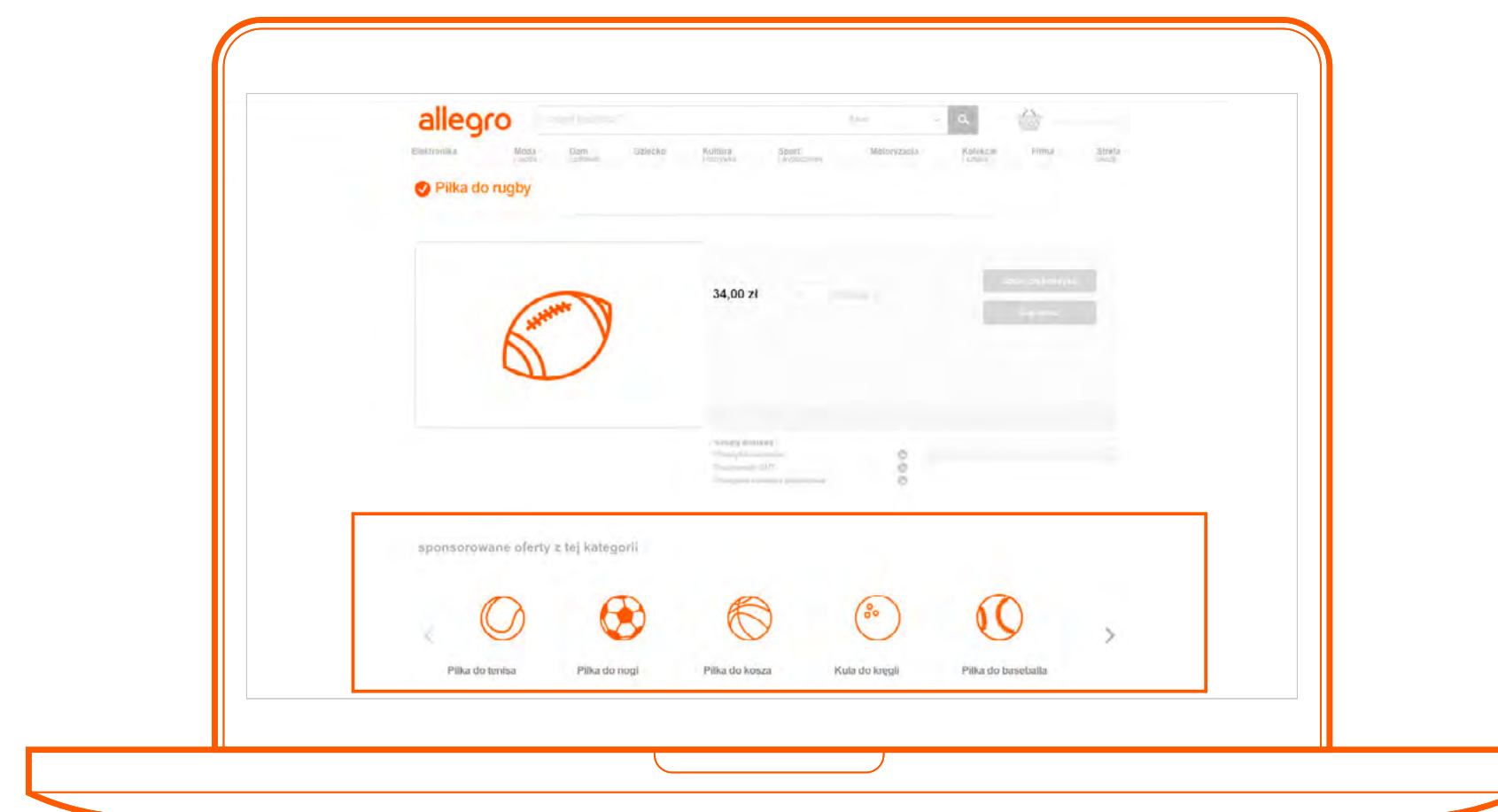
Źródło: Panel statystyk Allegro Ads

Gdzie wyświetlają się Allegro Ads?

komputery

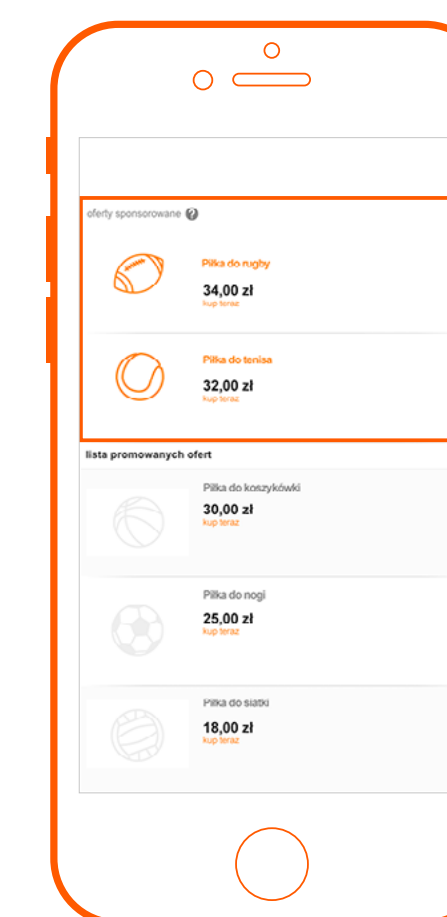


wynik wyszukiwania



strona przedmiotu

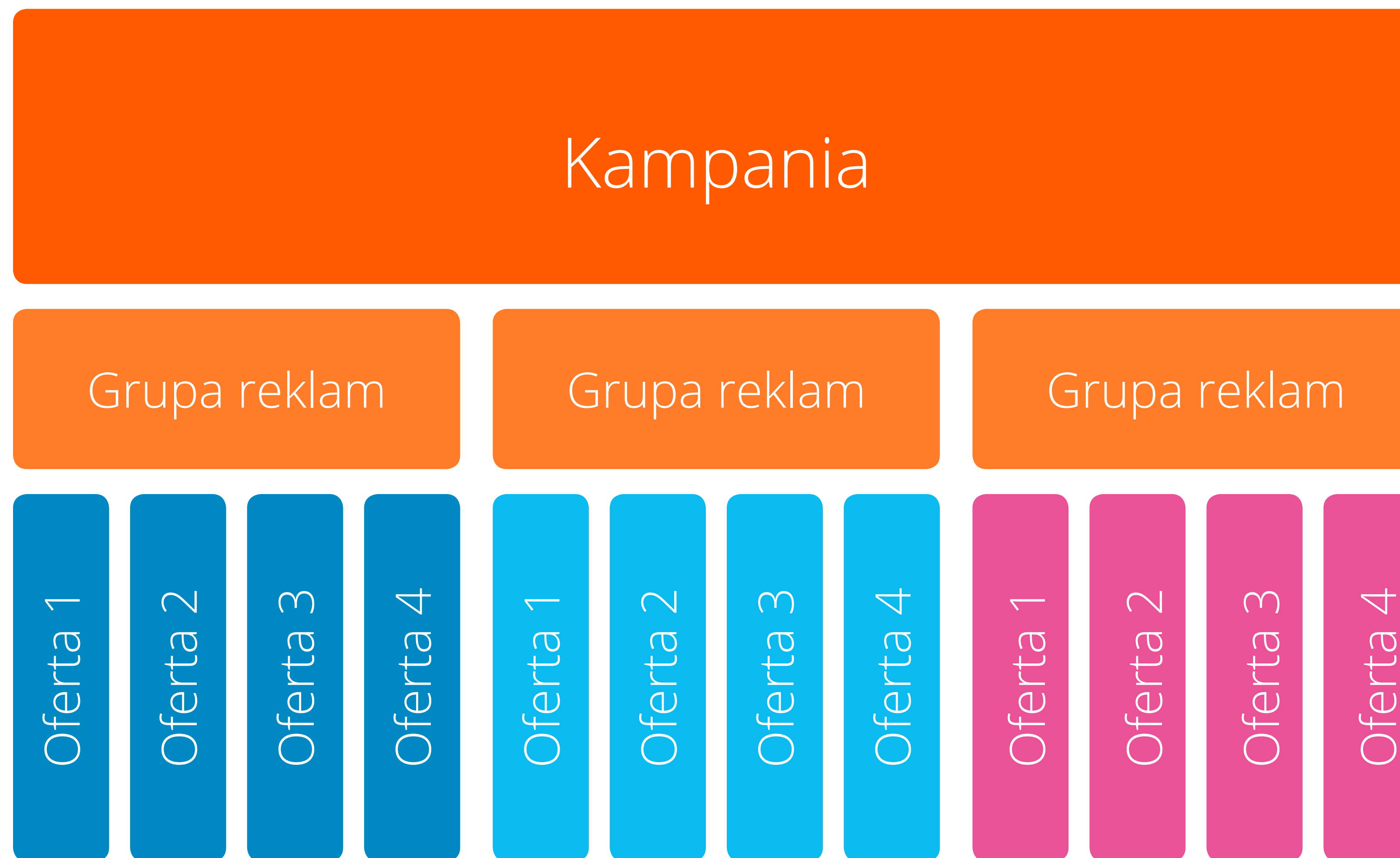
urządzenia
mobilne



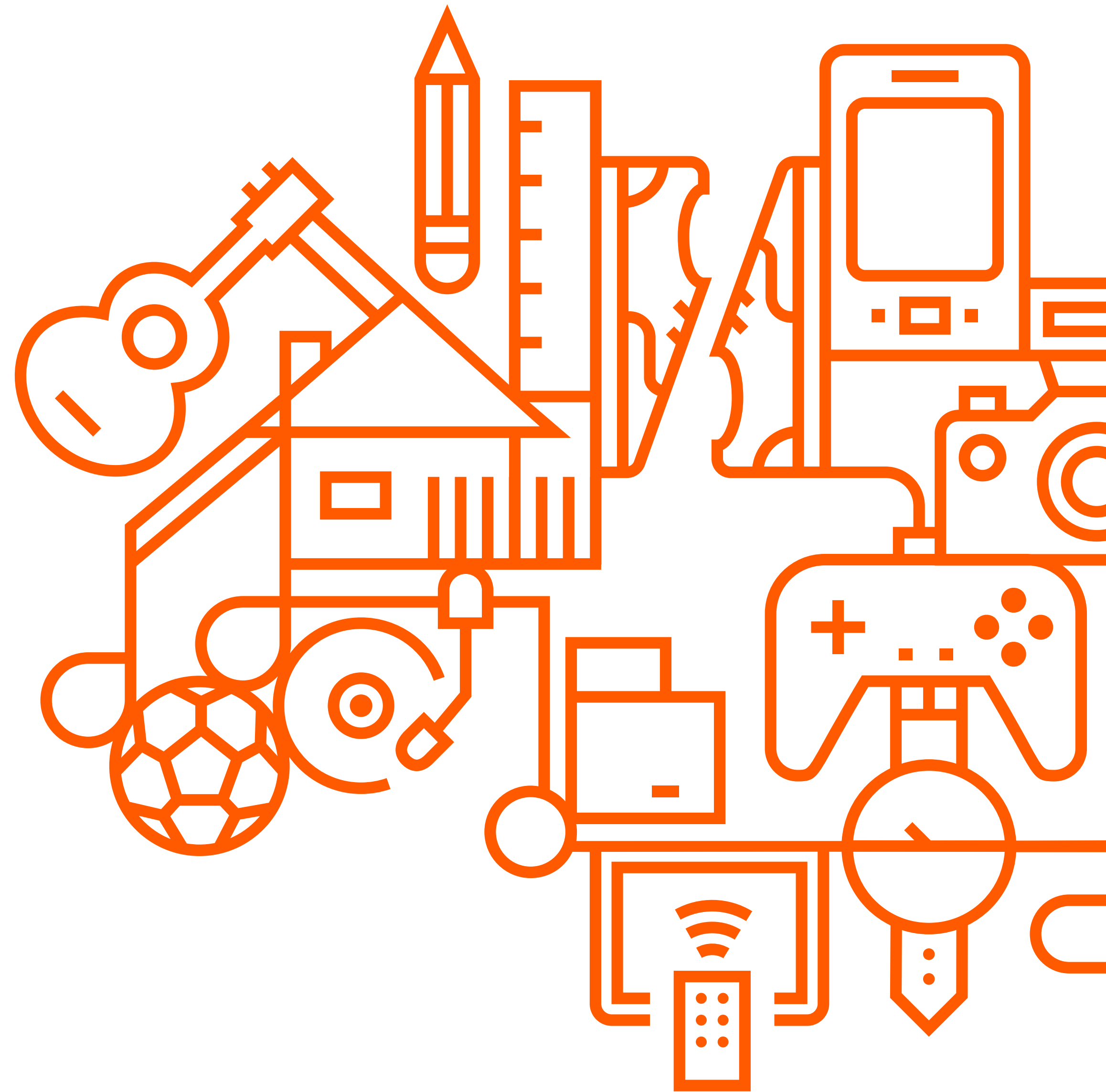
wynik wyszukiwania
strona przedmiotu

Struktura konta Allegro Ads

Struktura Twojego konta opiera się na kampaniach, które składają się z grup reklam. W ramach jednej kampanii, możesz utworzyć kilka grup reklam, co pomoże Ci w lepszym zarządzaniu kontem i efektywniejszym grupowaniu ofert. Oferty przypisywane są do grup reklam.



Tworzenie kampanii w Allegro Ads



A. Wejdź na stronę www.ads.allegro.pl i zaloguj się na swoje konto (użyj danych posiadanego konta Allegro);

1. Użyj przycisku „Dodaj kampanię”, by rozpocząć tworzenie kampanii;

The screenshot displays the Allegro Ads dashboard. At the top right, there is a user profile section with the text 'Zalogowany jako: Użytkownik' and a 'Konto' dropdown menu. A red box highlights the 'DODAJ KAMPANIĘ' button in the top right corner, with the number '1' next to it. The main content area shows a 'Podsumowanie kampanii' (Campaign Summary) for the period of 26. kwi - 25. maj 2017. The summary table includes the following data:

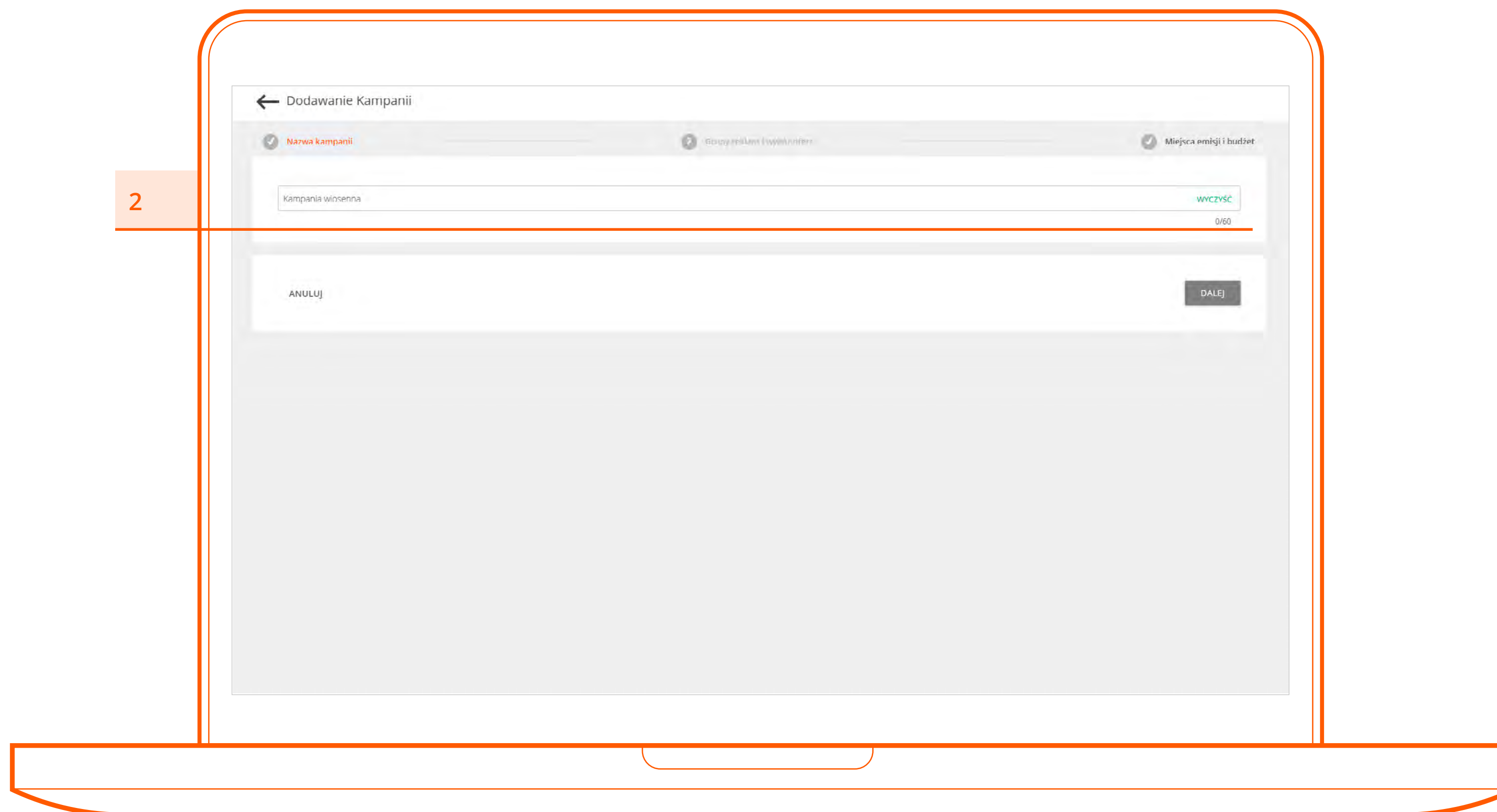
| Kliknięcia | Koszt | Sprzedane sztuki | Wartość sprzedaży |
|------------|-----------|------------------|-------------------|
| 34 | 340,00 zł | 317 | 81 832,01 zł |

Below the summary, there are filters for campaign status: WSZYSTKIE (424), AKTYWNE (414), WSTRZYMANE (0), ZATRZYMANE (2), and ZARCI IIWIZOWANE (0). Three active campaigns are listed:

- Książki naukowe Pedagogika specjalna**: Budżet dzienny 4 000,00 zł, Pozostało 4 000,00 zł. Includes 1 group of ads, 36 offers, 0 clicks, and 0,00 zł cost.
- HGI Wyposażenie - Pościel i koce**: Budżet dzienny 400,00 zł, Pozostało 400,00 zł. Includes 1 group of ads, 161 offers, 0 clicks, and 0,00 zł cost.
- Komiksy Amerykańskie**: Budżet dzienny 3 000,00 zł, Pozostało 3 000,00 zł. Includes 1 group of ads, 35 offers, 0 clicks, and 0,00 zł cost.

B. Następnie przejdź przez kolejne kroki:

2. Wpisz nazwę kampanii. Odpowiednie nazywanie kampanii pozwoli Ci na szybkie poruszanie się po koncie.



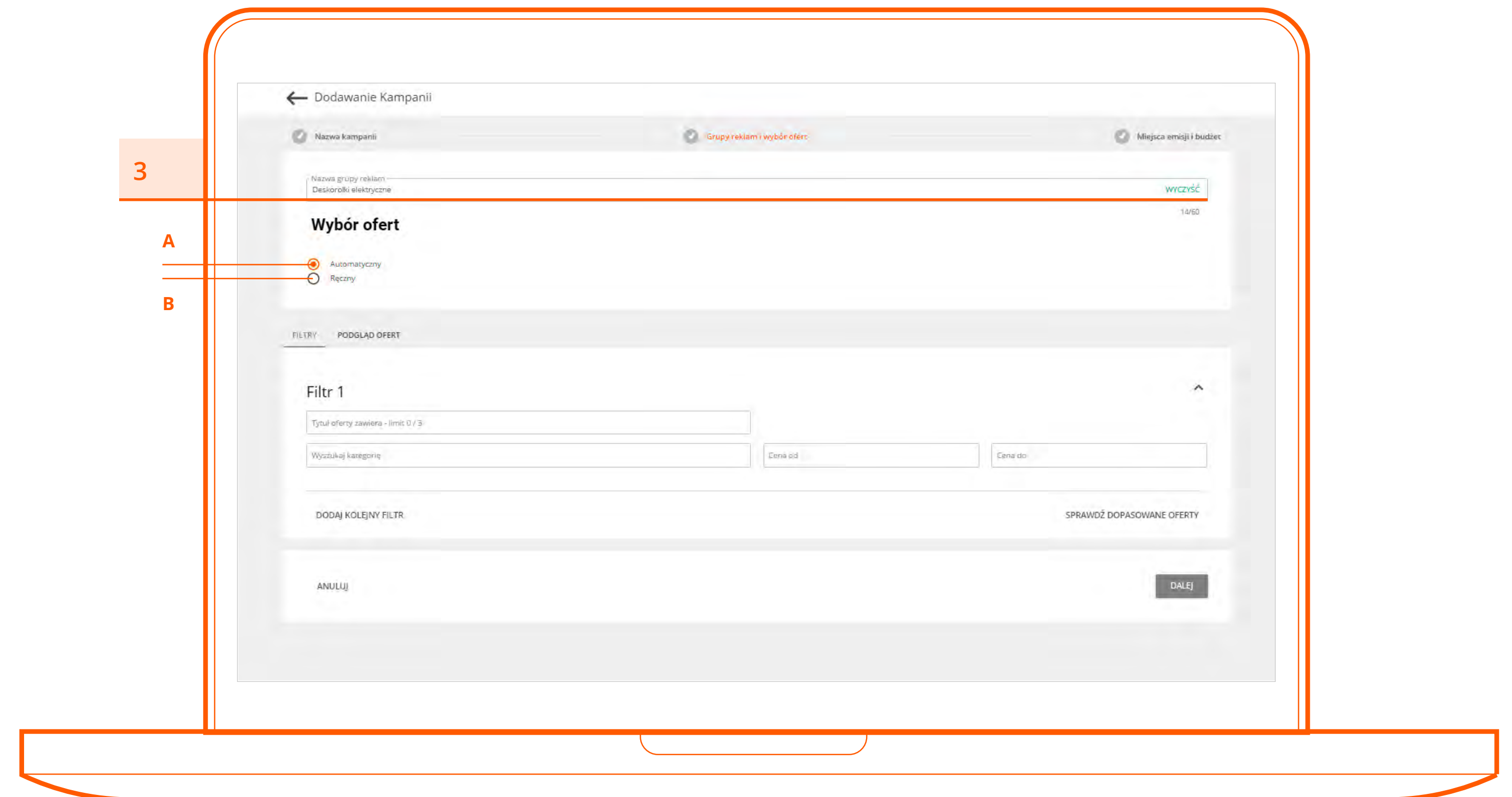
3. Wpisz nazwę grupy reklam, a następnie dobierz oferty dla danej grupy reklam za pomocą opcji automatycznego lub ręcznego wyboru ofert. Dodawane oferty możesz zobaczyć w zakładce „Podgląd ofert”

A. Automatyczny wybór ofert usprawni proces doboru ofert dzięki wykorzystaniu filtrów. Oferty możesz grupować wykorzystując tytuły, kategorie oraz cenę. Wybór automatyczny sprawi, że nowe oferty, które pasują do Twoich wcześniejszych ustawień, od razu pojawią się w danej grupie. Przyspieszy to działania na koncie i zaoszczędzi Ci konieczność pamiętania o dodawaniu nowych ofert.

B. Ręczny wybór ofert pozwoli Ci samodzielnie znaleźć i zaznaczyć oferty, które chcesz promować.

Podpowiedź:

Założmy, że właśnie tworzysz kampanie dla różnych modeli deskorolek elektrycznych. Przy używaniu grupowania automatycznego, możesz utworzyć grupę reklam zawierającą w tytule „deskorolka elektryczna”. Od teraz wszystkie oferty, które dodasz i będą miały w tytule tę frazę, zostaną automatycznie dodane do kampanii, bez konieczności ręcznego dodawania nowej oferty.



Przykład - filtry

Chcemy wybrać wszystkie produkty z kategorii Laptopy w cenie wyższej niż 2 000 zł. W tym celu używamy filtrowania automatycznego:

1. Wpisujemy tytuł oferty „Laptopy” lub wybieramy parametr kategoria - „Komputery”, a następnie „Laptopy”
2. Wpisujemy 2000 przy parametrze „cena od”
3. Klikamy „Sprawdź dopasowane oferty” lub przechodzimy do zakładki „Podgląd”, żeby otrzymać informację o tym, ile ofert jest dopasowanych do zdefiniowanych kryteriów.

Zwróć uwagę na to, że w ramach jednego filtru możesz ustawić kilka warunków. W obrębie jednego filtru wszystkie warunki muszą być spełnione, aby oferta była promowana. Jeśli chcesz, możesz dodać więcej filtrów, żeby promować różne produkty w ramach jednej kampanii. Możesz na przykład stworzyć dwa filtry:

Filtr 1 - oferty z kategorii tablety, cena kup teraz większa lub równa 400zł

Filtr 2 - oferty z kategorii telefony, cena kup teraz mniejsza lub równa 1000 zł. W ten sposób promowane będą oferty, które spełniają warunki w jednym z filtrów.

5. Ustal budżet, korzystając z dostępnych dla grup reklam rodzajów budżetu:

Budżet dzienny

Skorzystaj z tego rodzaju budżetu, żeby codziennie wyznaczać swoje wydatki na reklamy

Budżet całkowity

Skorzystaj z tego rodzaju budżetu po to, żeby wyznaczyć budżet dla okresu, w którym będzie trwała Twoja kampania.

Przy zakładaniu kampanii podanie budżetu dziennego jest konieczne, podczas gdy opcja budżetu całkowitego jest opcjonalna.

6. Ustal maksymalną cenę za kliknięcie (CPC - Cost per Click) prowadzące do Twojej oferty. Przy ustawianiu CPC możesz kierować się sugerowanym wskaźnikiem, który wyświetla się w panelu.

CPC jest maksymalną ceną brutto, którą jesteś gotów zapłacić za kliknięcie w Twoją reklamę Ads. Nie oznacza to jednak, że po licytacji, w której biorą udział inne oferty, zapłacisz dokładnie taką kwotę.

7. Wybierz datę, do której chcesz promować oferty, podczas gdy data początku emisji ustawiana jest domyślnie na dzień dzisiejszy.

The screenshot displays the 'Budżet' (Budget) and 'Emisja' (Bidding) sections of the Allegro Ads campaign setup interface. The interface is divided into three main sections: 'Budżet', 'Emisja', and 'Miejsce emisji' (Placement). The 'Budżet' section includes a 'Budżet dzienny' (Daily budget) field, a 'Maksymalne CPC' (Maximum CPC) field, and a 'Budżet całkowity - opcjonalny' (Optional total budget) field. The 'Emisja' section includes 'Emisja od' (Start date) and 'Emisja do' (End date) fields. The 'Miejsce emisji' section includes three checkboxes: 'Wynik wyszukiwania' (Search result), 'Lewa kolumna w wynikach wyszukiwania' (Left column in search results), and 'Strona oferty' (Offer page). The interface also features an 'ANULUJ' (Cancel) button and a 'ZAPISZ KAMPANIĘ' (Save campaign) button.

5. Budżet dzienny

6. Maksymalne CPC

7. Emisja od

8. Skorzystaj z opcji **budżet dzienny przechodni**

Budżet przechodni - to metoda rozliczania kampanii, która zwiększa możliwości Twojej kampanii poprzez dodawanie do budżetu dziennego, kwoty budżetów dziennych niewykorzystane w ciągu ostatnich 7 dni. Dzięki budżetowi przechodniemu masz pewność, że kwota, którą planowałeś zainwestować, będzie w pełni wykorzystana, a Twoja kampania będzie wyświetlać się „elastycznie” - zgodnie z zainteresowaniem użytkowników danym asortymentem na przestrzeni tygodnia.

Przykład

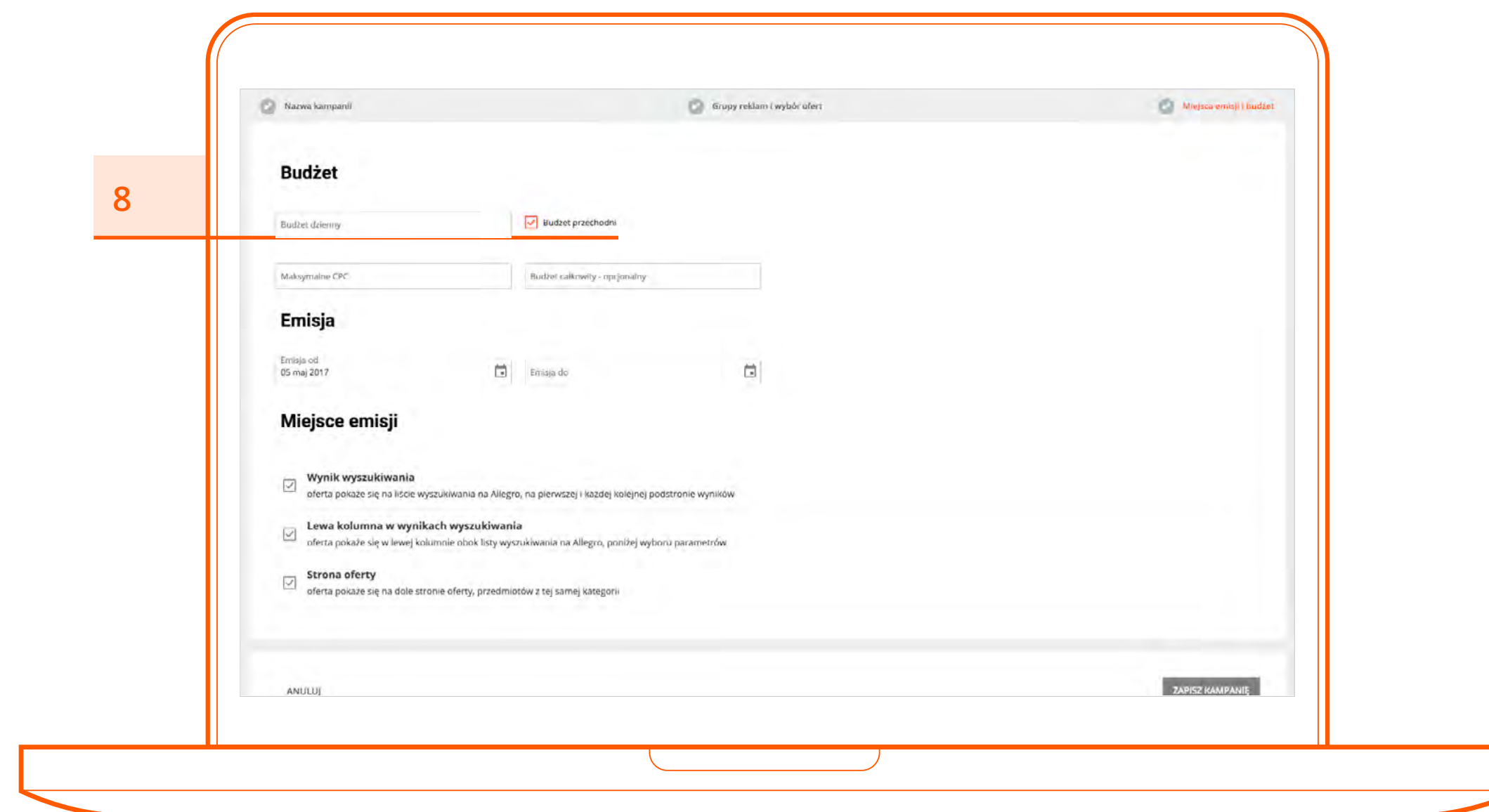
Ustalasz budżet dzienny w wysokości 100 zł.

Rozliczenie metodą tylko budżet dzienny

| | |
|--------------|--|
| poniedziałek | wykorzystane 100 zł / 100 zł budżetu dziennego (cały potencjał) |
| wtorek | wykorzystane 90zł / 100zł budżetu dziennego (zostało 10 zł niewykorzystanego potencjału) |
| środa | wykorzystane 100 zł (choć liczbę zapytań wykorzystałaby budżet 110 zł) |

Rozliczenie metodą budżet dzienny przechodni

| | |
|--------------|--|
| poniedziałek | wykorzystane 100 zł / 100 zł budżetu dziennego (cały potencjał) |
| wtorek | wykorzystane 90 zł / 100 zł budżetu dziennego (zostało 10 zł niewykorzystanego potencjału) |
| środa | wykorzystane 110 zł (100 zł budżetu dziennego + 10 zł limitu z poprzedniego dnia) |



Budżety dzienne przechodnie liczone są do 7 dni wstecz. W momencie edycji kampanii, czyli zmiany stawki za klik (CPC) bądź zmiany wartości budżetu dziennego, następuje wstrzymanie procesu naliczania niewykorzystanego budżetu dziennego i cały mechanizm naliczany jest od dnia dokonania edycji.

9. Wybierz miejsce emisji reklamy:

Wynik wyszukiwania

Oferta pokaże się na dwóch pierwszych i ostatniej pozycji listy wyszukiwania, w tym na każdej kolejnej podstronie wyników.

Strona przedmiotu

Oferta będzie widoczna na stronie produktu w sponsorowanych ofertach tej samej kategorii.

Lewa kolumna

Oferty będą widoczne po lewej stronie od listy wyszukiwania.

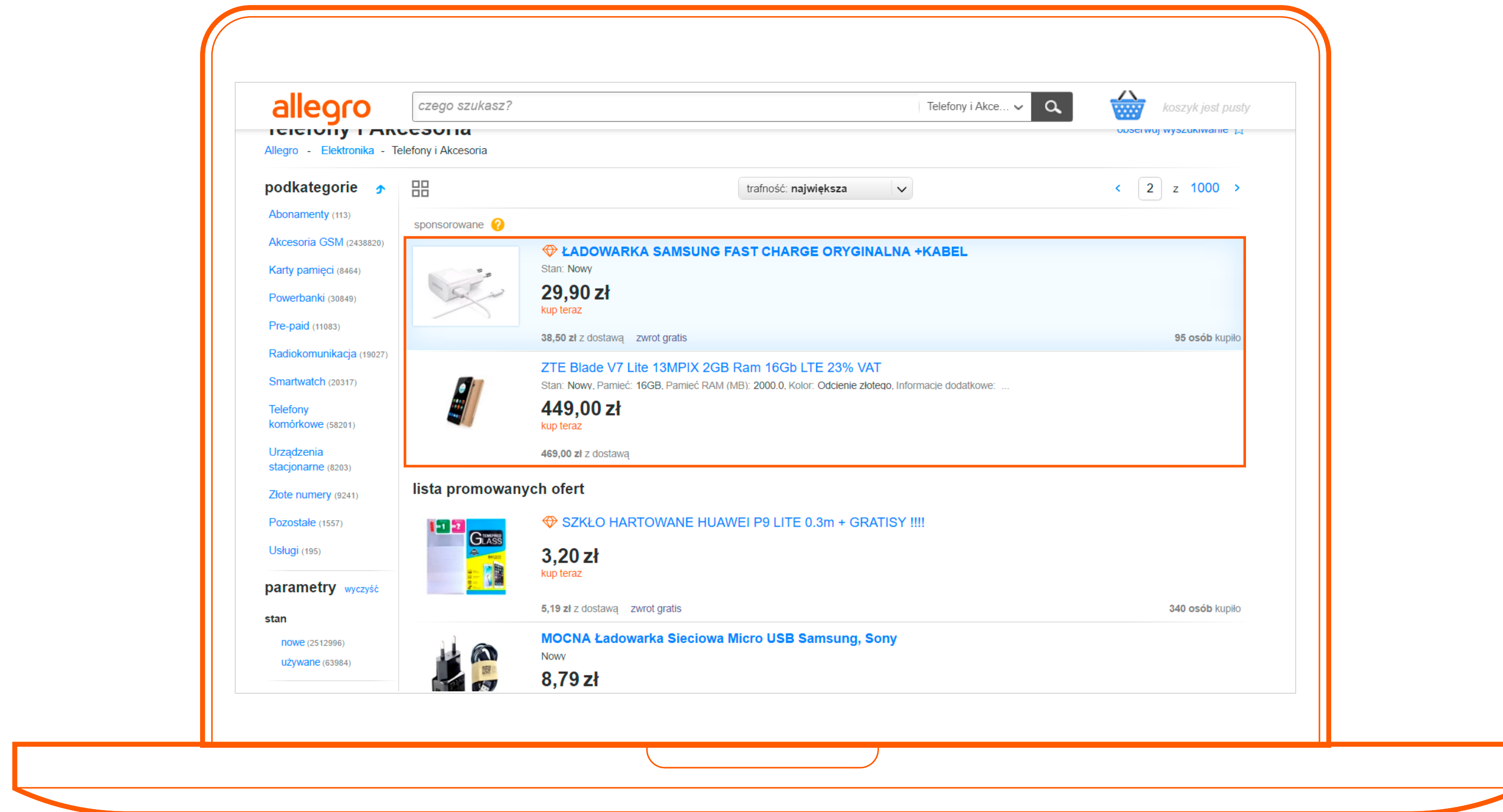
10. Zapisz swoją kampanię. Gotowe!

The screenshot shows the 'Miejsce emisji' (Placement) section of the Allegro Ads campaign configuration. It includes the following options:

- Wynik wyszukiwania**
oferta pokaże się na liście wyszukiwania na Allegro, na pierwszej i każdej kolejnej podstronie wyników
- Lewa kolumna w wynikach wyszukiwania**
oferta pokaże się w lewej kolumnie obok listy wyszukiwania na Allegro, poniżej wyboru parametrów
- Strona oferty**
oferta pokaże się na dole stronie oferty, przedmiotów z tej samej kategorii

At the bottom of the form, there are two buttons: 'ANULUJ' (Cancel) and 'ZAPISZ KAMPAINIĘ' (Save Campaign).

System potrzebuje kilku minut na sprawdzenie ofert i wprowadzenie ich do emisji. Od tego momentu potencjalni klienci będą mogli zobaczyć Twoją ofertę jako ofertę sponsorowaną.






Tak Twoją reklamę widzą potencjalni klienci

Jak wygląda szacowanie budżetu kampanii?

Przykład

Dane:

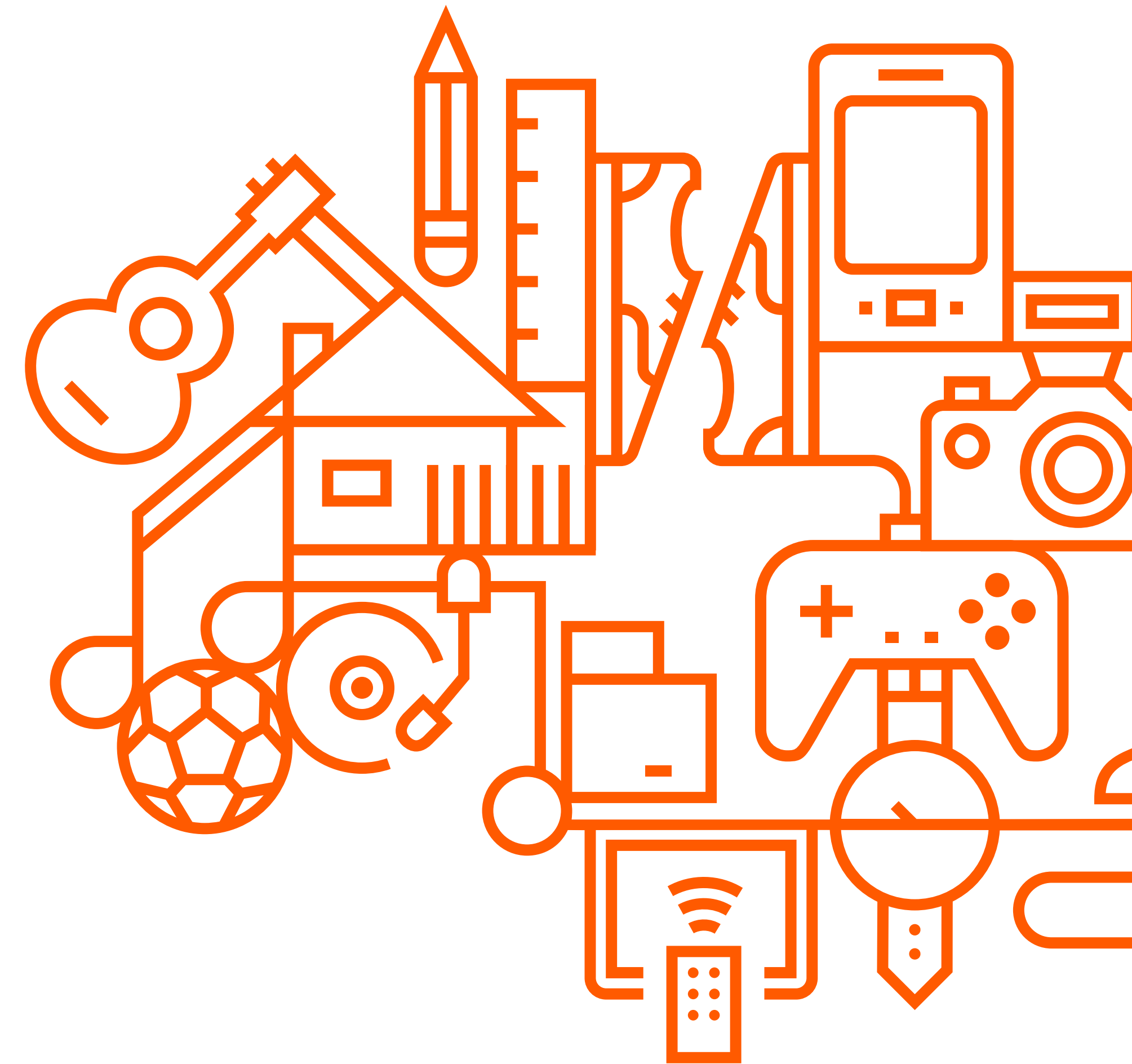
-  limit miesięczny: 500 zł;
-  liczba ofert w kampanii: 100;
-  maksymalny koszt za kliknięcie CPC: 0,50.

Jak będzie działać kampania?

- 500 zł dzielimy na 30 dni w miesiącu = budżet dzienny wychodzi w granicach 17 złotych;
- 17 zł dziennie dzielimy na koszt za kliknięcie 0,50 = 34 kliknięcia dziennie;
- Przy 100 ofertach każda może się wyświetlić, ale nie wszystkie mają szansę na kliknięcie.

Co w tej kampanii jest do usprawnienia?

- spróbuj zwiększyć budżet miesięczny;
- zmniejsz liczbę ofert do promowania - spróbuj ograniczyć się do tych, na których najbardziej Ci zależy;
- spróbuj, czy dasz radę wyświetlać się na niższej maksymalnej cenie za kliknięcie. Więcej informacji o tym znajdziesz dobrych praktykach (str. 17).



Dobre praktyki:

1. Nie musisz ustawiać dodatkowych tekstów reklamowych, kreacje tworzone są automatycznie na podstawie danych pochodzących z Twoich aukcji Allegro. Jeżeli chcesz dokonać zmian kreacji, jest to możliwe tylko poprzez edycję oferty na stronie „Moje Allegro”.
2. Postaraj się, aby tytuł Twojej oferty możliwie jak najbardziej odpowiadał temu, co użytkownicy mogą wpisywać w wyszukiwarkę Allegro. Tworząc tytuł oferty możesz wykorzystać podpowiedzi wyszukiwarki Allegro, które pojawiają się podczas wpisywania zapytania. Są to hasła, najczęściej wyszukiwane przez użytkowników Allegro.
3. Dbaj o miniaturki prezentowanych ofert, aby były jak najbardziej czytelne i zachęcające.
4. Pamiętaj, że w ramach kampanii promowane są tylko aktywne oferty. W momencie zakończenia aukcji na Allegro, przestaje być ona promowana. Jeżeli wszystkie oferty będą zakończone, kampania przechodzi w stan zatrzymania. Po ponownym wystawieniu zakończonych ofert na Allegro, kampania zostanie automatycznie wznowiona. Natomiast jeśli w ramach kampanii jedna z grup reklam będzie nieaktywna, status kampanii nie zmienia się. Liczbę aktywnych grup reklam możesz w każdej chwili zobaczyć w panelu Allegro Ads w sekcji „ Kampanie”.
5. Pamiętaj, aby odpowiednio dobrać budżet i CPC do ilości promowanych ofert. By mieć pewność, że robisz to poprawnie, wróć do punktu, gdzie opisywaliśmy planowanie budżetu.
6. Próbuj umieścić produkty różnych kategorii w różnych kampaniach, natomiast oferty tych samych podkategorii możesz umieścić w różnych grupach reklam. Dzięki temu będziesz mógł elastycznie dobrać stawkę za kliknięcie i budżet w zależności od grupy reklam oraz śledzić wyniki dla każdej z grup reklam, porównując efekty ustawień.
7. Jeśli stawiasz swoje pierwsze kroki w Allegro Ads, zalecamy pierwsze kampanie przetestować na wszystkich ofertach i dopiero później dokonywać optymalizacji np., po miesiącu. Gdy zgromadzisz odpowiednią ilość danych będziesz w stanie ocenić, które grupy reklam i oferty sprawdzają się najlepiej i odpowiednio zoptymalizować resztę grup reklam. Swoje aktywne grupy reklam możesz edytować wybierając kampanie w sekcji „Kampanie” - **aktywne**.
8. Twoje inwestowane środki nie są jedynym wyznacznikiem dla naszego systemu do wyświetlania reklamy. Jeśli oferty mają niską jakość (system uznaje, że są mało atrakcyjne dla potencjalnych klientów), nawet wysoka stawka nie zapewni mu częstego wyświetlania. Na jakość ofert składają m.in. takie czynniki jak klikalność oferty, zwana CTR, zdjęcie, transakcyjność i ogólna jakość oferty.

Monitorowanie efektywności i optymalizowanie kampanii Allegro Ads

Status kampanii możesz sprawdzić w dowolnej chwili w zakładkę „Kampanie”:

| | |
|------------------------------|--|
| Status aktywna | Twoja reklama jest emitowana |
| Status wstrzymana | Kampania została wstrzymana przez Ciebie |
| Status zatrzymana | Kampania została zatrzymana przez system z powodu końca czasu emisji lub wyczerpania się kosztów |
| Status zarchiwizowana | Kampania została usunięta na stałe przez Ciebie |

Zmian w ustawieniach aktywnej kampanii możesz dokonywać w dowolnym momencie.

- Wejść w zakładkę „Kampanie” ,
- Wybierz kampanię i kliknij w jej nazwę albo kliknij w trzy kropki i zaznacz opcję „Edytuj”
- Kampanie można w każdej chwili zatrzymać lub ponownie uruchomić. Dodatkowo z poziomu konta „Kampanie” możesz zobaczyć liczbę grup reklam i ofert dla danej aktywnej kampanii oraz kliknięcia. Możesz tutaj również znaleźć informację o tym, ile budżetu Ci zostało a ile wykorzystałeś.

Podpowiedź:

W zakładce kampanie możesz wyświetlać dane w widoku listy lub układzie kafelkowym. W ten sposób możesz dopasować panel do swoich indywidualnych potrzeb.

The screenshot displays the Allegro Ads interface. At the top, there's a navigation bar with 'Kampanie' selected. Below it, a summary card shows campaign statistics for the period 26. kwi - 25. maj 2017:

| | | | |
|------------|-----------|------------------|-------------------|
| Kliknięcia | Koszt | Sprzedane sztuki | Wartość sprzedaży |
| 34 | 340,00 zł | 317 | 81 832,01 zł |

Below the summary, there are filters for campaign status: WSTRZYMANE (0), ZATRZYMANE (2), and ZARCHIWIZOWANE (0). The main area shows a list of active campaigns with columns for 'Budżet dzienny' and 'Pozostało'.

| Kampania | Budżet dzienny | Pozostało |
|----------------------------------|----------------|-------------|
| Książki naukowe Pedagogika sp... | 4 000,00 zł | 400,00 zł |
| HGI Wyposażenie - Pościel i koce | 400,00 zł | 400,00 zł |
| Komiksy Amerykańskie | 3 000,00 zł | 3 000,00 zł |

Each campaign card also shows a breakdown of metrics like 'GRUPY REKLAM', 'OFERTY', 'KLIKNIECIA', and 'KOSZT'.

Sprawdzanie statystyk

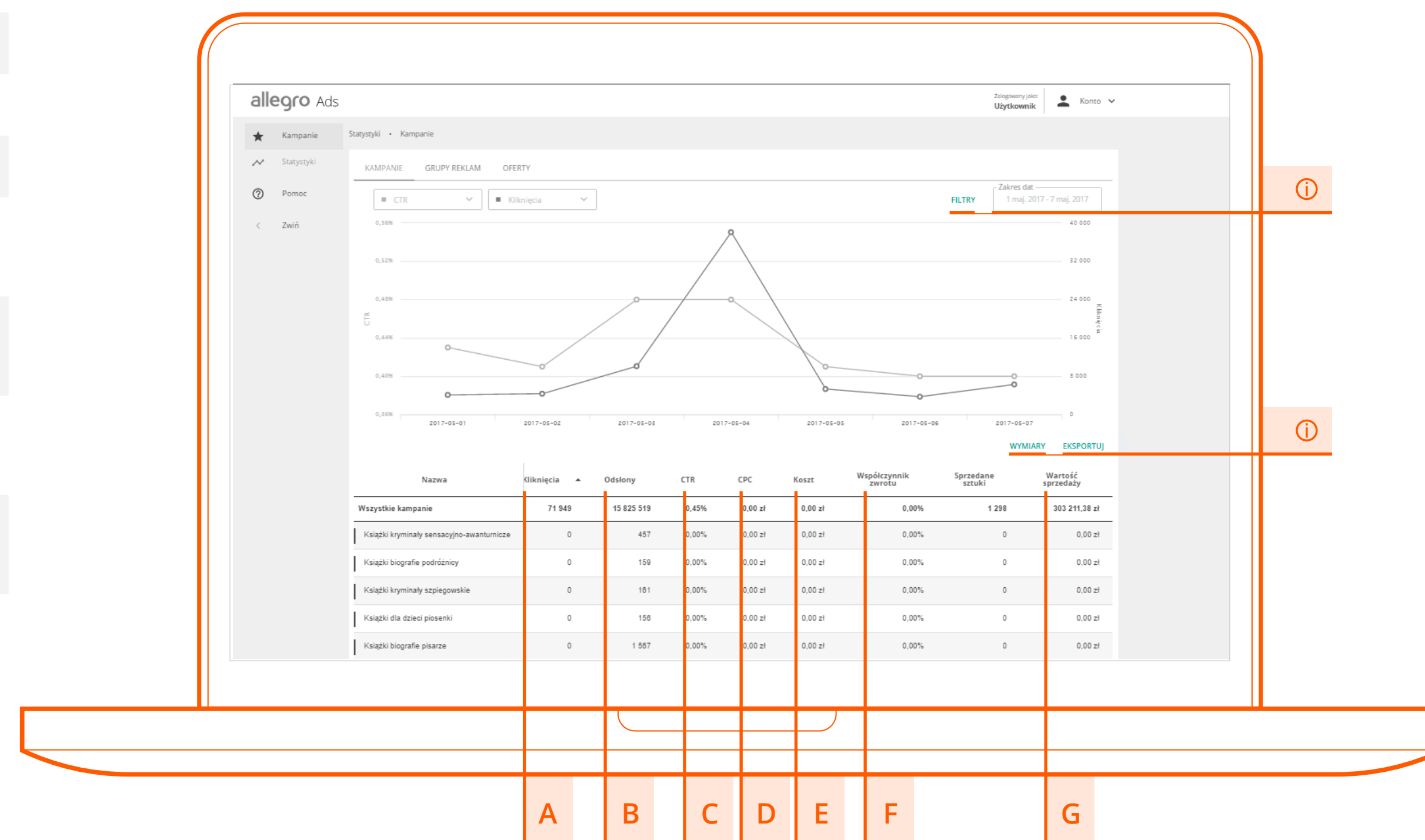
W każdej chwili możesz sprawdzić skuteczność swoich Kampanii, grup reklam oraz ofert - wystarczy wejść do zakładki „Statystyki” w panelu Allegro Ads. Dane są wyświetlane według takich parametrów:

- A. Kliknięcia** Liczba kliknięć w Twoje oferty.
- B. Odśłony** Liczba wyświetleń Twoich ofert.
- C. CTR** Stosunek liczby kliknięć do całkowitej liczby wyświetleń ofert.
- D. CPC** Średnia cena za kliknięcie brutto, oznaczająca łączny koszt wszystkich kliknięć podzielony przez liczbę kliknięć.
- E. Koszt** Suma kosztów brutto wszystkich kliknięć wygenerowanych w ramach wybranego okresu czasu.
- F. Współczynnik zwrotu** Stosunek kosztów poniesionych na kampanię w bieżącym okresie czasu do wartości sprzedaży i wyrażony w procentach.
- G. Wartość sprzedaży** Określa łączną wartość produktów kupionych przez Użytkowników w bieżącym okresie rozliczeniowym.

i Możesz wybrać okres, dla którego chcesz sprawdzić statystyki lub zawęzić dane do nazw kampanii i statusów za pomocą **filtrów**. Możesz również dzielić dane według miesiąca, tygodnia lub dni wykorzystując opcje **wymiary**.

Podpowiedź:

Dane z kampanii są dostępne do pobrania w pliku Excel.



A B C D E F G

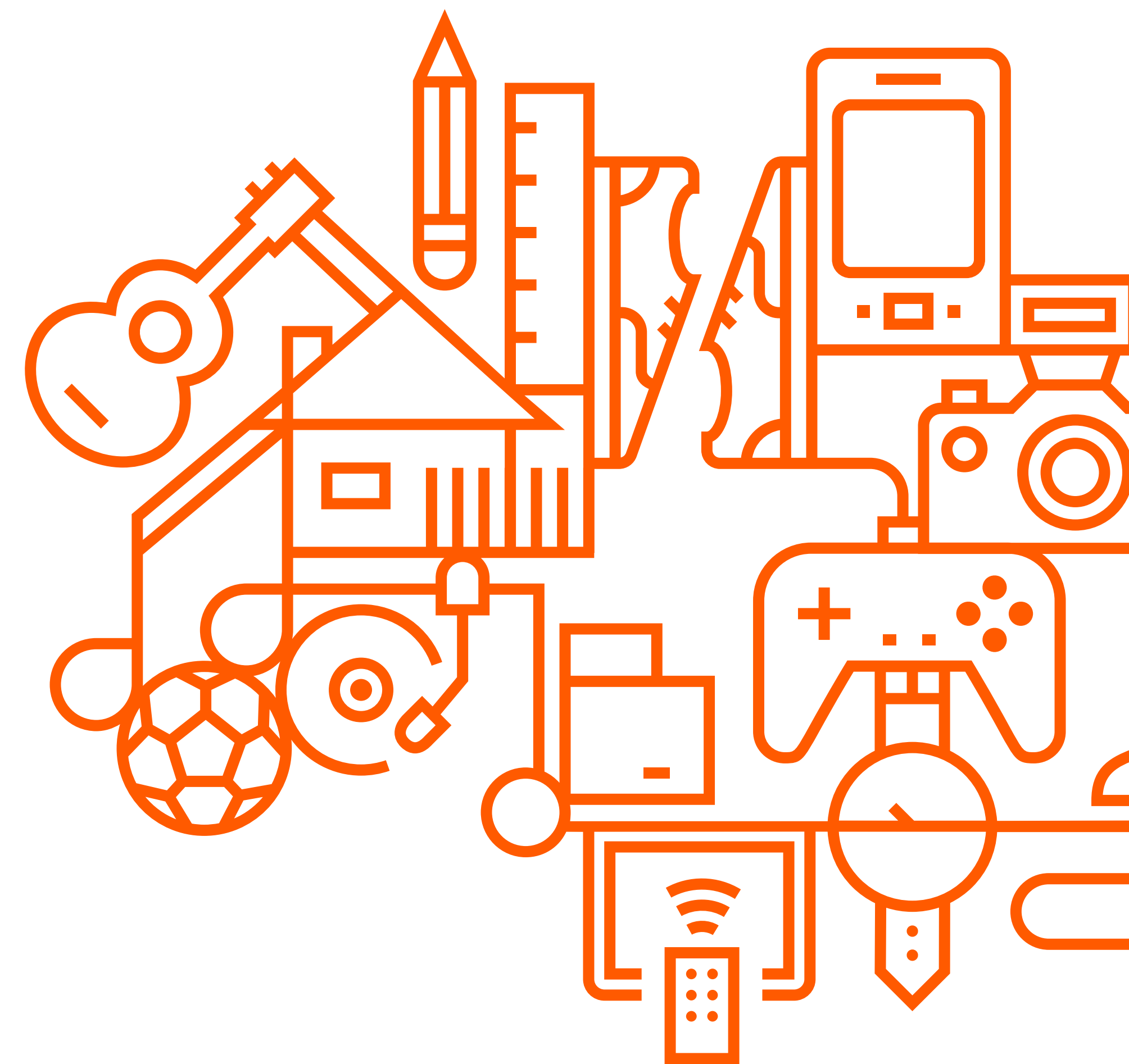
Sprawdzanie sprzedaży

Wchodząc do zakładki sprzedaż na stronie statystyk możesz sprawdzić, jaką sprzedaż wygenerowały Twoje kampanie. Możesz także rozwinąć każdą kampanię, aby sprawdzić, jak kształtowała się Twoja sprzedaż dzień po dniu lub po ofercie.

Jak zliczana jest sprzedaż?

Raz dziennie sprawdzamy, czy dzięki reklamie sprzedały się Twoje oferty. Zwykle dane o sprzedaży za poprzedzający dzień pojawiają się rano. Sprzedaż zalicza się wtedy, kiedy użytkownik po kliknięciu w Twoją reklamę w ciągu maksymalnie 7 dni kupi produkt z Twojej oferty. W zdecydowanej większości sprzedaż ma miejsce tego samego dnia kiedy nastąpiło kliknięcie w reklamę. Są jednak pewne kategorie produktów, gdzie decyzja o zakupie trwa kilka dni.

Do sprzedaży zaliczamy także przedmioty, które nie były promowane w Allegro Ads. Wynika to z tego, że często użytkownicy po zapoznaniu się z Twoją ofertą znajdują tam produkt, który lepiej odpowiada ich potrzebom. Na przykład po kliknięciu w reklamę 40" Telewizora, znajdują w ofercie niewiele droższy telewizor 46" albo do zakupionego opakowania karmy dla kota decydują się kupić też kocią zabawkę.



Chcesz by profesjonaliści prowadzili Twoje kampanie Allegro Ads?

Skorzystaj z pomocy naszych certyfikowanych partnerów.

Listę partnerów znajdziesz na stronie www.ads.allegro.pl

Od niedawna w Allegro Ads działają profesjonalne agencje specjalizujące się w marketingu on-line. Jeśli współpracujesz z agencją przy kampaniach internetowych, możesz zapytać ją czy posiadają status Partnera Allegro Ads.

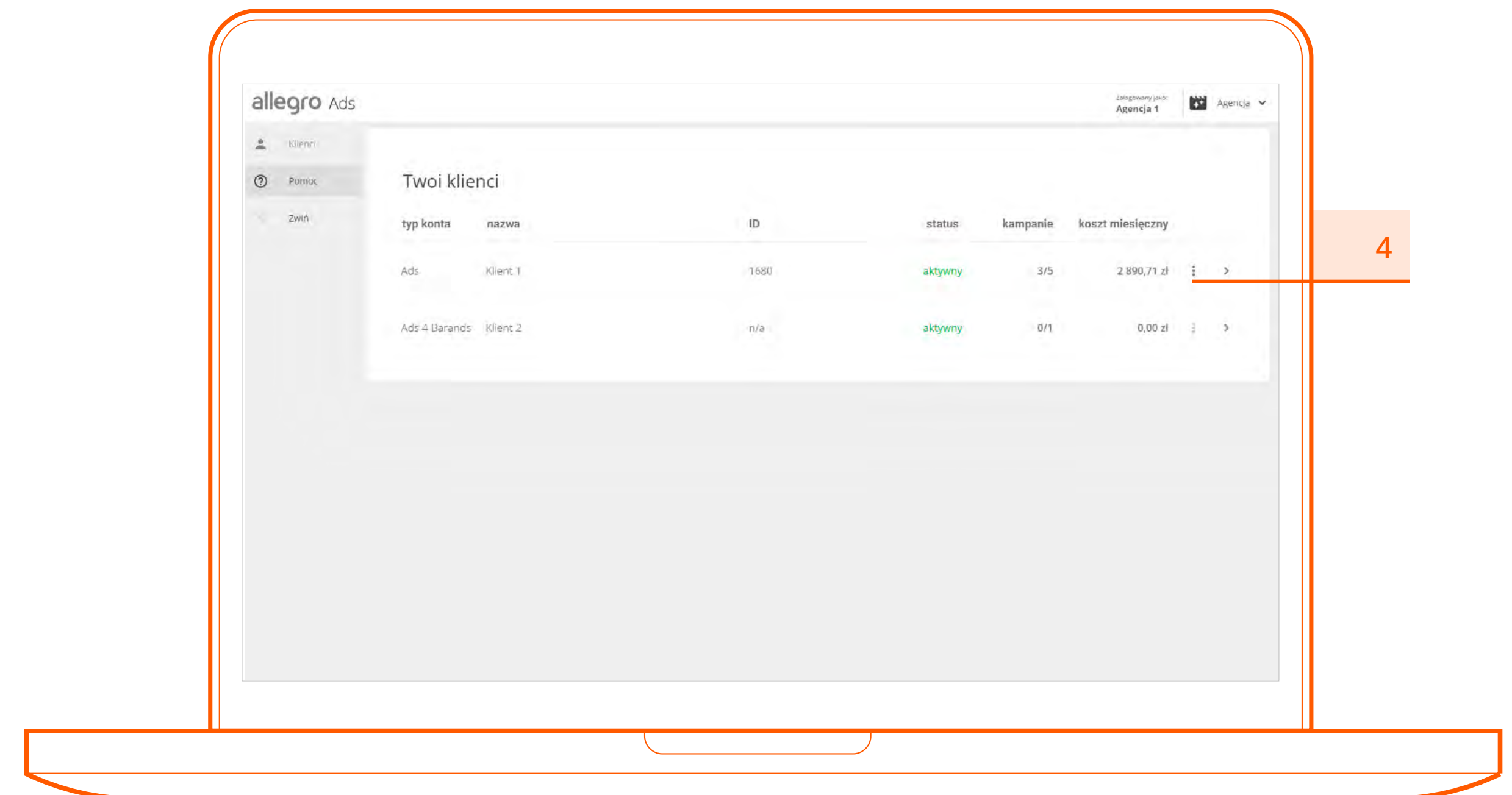
Jeśli agencja zgodzi się prowadzić w Twoim imieniu kampanie Allegro Ads, podaj jej swój login, żeby mogła wysłać Ci prośbę o prowadzenie kampanii Allegro Ads.

O zaproszeniu zostaniesz poinformowany mailowo oraz w panelu Allegro Ads. Aby przyjąć zaproszenie, wciśnij „potwierdzam”.

Od tego momentu agencja przejmuje kontrolę nad Twoim kontem Allegro Ads (agencja nie będzie miała dostępu do samego Allegro, a jedynie do konta Ads).

W każdej chwili obie strony mogą zakończyć współpracę.

Wystarczy kliknąć w ustawienia dostępu, a następnie w „usuń” 4.



Szukasz odpowiedzi na nurtujące Cię pytanie?

[Sprawdź czy ktoś już go nie zadał w FAQ.](#)

W razie pytań skontaktuj się z naszym zespołem:



800 37 22 37



ads@allegro.pl

allegro Ads