

Facebook lyfter framgångsfall för K-Rauta 30% ökning av besök och 27% ökning av försäljning i butik

Bluebird Media lyckades under våren 2020 digitalisera K-Rauta's traditionella annonsformat med framgång och därmed nå målet att öka trafik till fysisk butik. Genom kostnadseffektiva annonser i Facebook ökade butiksbesöken med 30% och försäljning av annonserade produkter med 27%.

Byggvaruhuset K-Rauta erbjuder material och verktyg för projekt i alla storlekar – såväl hemmabyggen samt professionella byggarbetsplatser. Trots att K-Rauta har en e-handel är det i de totalt 17 butikerna i Sverige som störst sortiment erbjuds. Tidigare användes traditionella print-broschyrer med unika erbjudanden för att driva trafik till butikerna, men under våren gavs Bluebird Media - som sedan hösten 2019 sköter K-Rautas annonsering i Sociala Medier - förtroendet till att digitalisera processen.

“Som digital marknadsförare vet jag att Facebook och digitala annonser kan ha stor inverkan på offline-affärer. Jag tror att en blandning av digitala och fysiska broschyrer spelar en viktig roll i mediemixen. Det var dags att modernisera våra reklamblad till den digitala tidsåldern.”
kommenterar David Olsson, Digital Marketing Manager, Building and Technical Trade, på K-Rauta i Sverige.

Facebook's Instant Experience är annonser som designats för att laddas omedelbart och snabbt fånga mottagarens uppmärksamhet. I annonsformatet kombineras filmer, bilder, bildspel och panoramabilder med produktbilder inklusive länk till respektive produktsida på hemsidan. Det var med hjälp av detta annonsformat som Bluebird lyckades skapa de kostnadseffektiva annonser som totalt genererade en ökning på 30% av butiksbesökare och 27% på försäljningen av annonserade produkter. Annonserna som var live mellan 10 april och 31 maj, 2020, riktades mot kvinnor och män över 18 år som befann sig i närheten av en K-Rauta-butik i Sverige.

“Förutom ett gott samarbetet med David och teamet på K-Rautas marknadsavdelning har tekniska förutsättningar, såsom tillgång till produkt-feed av kampanjprodukter, kreativt material samt Smartly.io's "state of the art"-lösningar varit en stor bidragande faktor till det fantastiska resultaten” tillägger Henry Mäkelä, Partner & Head of Social & Programmatic på Bluebird Media.

Läs mer om caset och det framgångsrika användandet av Facebook Instant Experience på [Facebook.com](https://www.facebook.com).

För mer information, vänligen kontakta Ann Gustavsson, ann@bluebirdmedia.se