

Case study: kampania TikTok z wykorzystaniem filmu influencerki

Kontekst

Kampania reklamowa na TikToku była kontynuacją działań influencerskich – do promocji wykorzystano film influencerki LadySariel. Materiał, który organicznie uzyskał ponad 26 000 wyświetleń i 2 500 polubień, potwierdził swoją atrakcyjność i został zaadaptowany jako kreacja reklamowa kierująca ruch bezpośrednio do oferty Allegro.

Koszty kampanii:

- 1 000 PLN – obsługa oraz wynagrodzenie za wykorzystanie filmu
- 1 000 PLN – budżet reklamowy na TikToku

Etap 1 – emisja reklamy przy standardowej cenie produktu

- Wydatki reklamowe: 181,66 PLN
- Wyświetlenia reklamy: 62 157
- Kliknięcia w ofertę Allegro: 641

Wnioski:

Kampania wygenerowała dobry poziom zaangażowania i ruchu – CTR utrzymywał się na wysokim poziomie, co potwierdziło atrakcyjność kreacji.

Etap 2 – emisja reklamy po wprowadzeniu promocyjnej ceny

- Wydatki reklamowe: 800,00 PLN
- Wyświetlenia reklamy: 291 142
- Unikalny zasięg: 255 000 użytkowników
- Kliknięcia w ofertę Allegro: 3 200
- Średni CTR: ~1,2%
- Średni koszt kliknięcia (CPC): ~0,25 PLN
- Pełne obejrzenia filmu (100%): ok. 8 000

Wnioski:

Obniżenie ceny wzmocniło efekt kampanii – materiał osiągnął szeroki zasięg przy niskim koszcie dotarcia i wygenerował bardzo wysoki ruch do oferty na Allegro. CTR był powyżej średniej dla tego typu kampanii, a film skutecznie utrzymywał uwagę odbiorców.

Podsumowanie

Kampania TikTok z wykorzystaniem materiału influencerki dowiodła skuteczności w pozyskiwaniu ruchu sprzedażowego:

- szerokie dotarcie do nowych odbiorców,
- tysiące kliknięć w ofertę Allegro przy niskim CPC,
- potwierdzona atrakcyjność i angażujący charakter kreacji wideo.

Efekt końcowy: przy łącznych kosztach 2 000 PLN kampania połączyła wysoką widoczność z realnym przełożeniem na ruch sprzedażowy, stanowiąc skuteczny przykład wykorzystania treści influencerki w płatnych działaniach performance.

Film wykorzystany w kampanii:



TikTok – LadySariel

film influencerki [LadySariel](#).