22.05.2022

news.empik.com

**Empik obsypany Diamentami. Performance Marketing Diamonds CEE 2022 rozdane**

**Najbardziej efektywna kampania SEM, content marketingowa i program afiliacyjny oraz nagroda specjalna: Performance Brand of the Year – aż 4 statuetki trafiły do Empiku w ramach czwartej edycji Performance Marketing Diamonds CEE 2022. Nagrody odebrali: Karol Ignatowicz – Chief E-commerce & Customer Value Officer, Artur Malinowski – Chief Marketing Officer oraz Izabela Szymańska, Łukasz Walczuk i Krzysztof Chodakiewicz – Menadżerowie z działu Digital Marketingu w Empiku.**

**Performance Brand of the Year** – takim tytułem może pochwalić się Empik, który otrzymał Nagrodę Specjalną podczas gali Performance Marketing Diamonds CEE 2022. Na tym jednak nie kończą się wyróżnienia, które Jurorzy przyznali marce.

Docenili także inhouse’owy zespół Empiku w kategorii ***The most effective SEM campaign***. Głównym wyzwaniem postawionym na 2021 rok był wzrost poziomów przychodów i rentowności z Google Ads przy dużym zróżnicowaniu i wielkości oferty. – *Nasze działania skupiły się m.in. na pracy nad strukturą kampanii, możliwościach skalowania i optymalizacji, tak, by przebijać sufity efektywności na tym bardzo konkurencyjnym rynku* – mówi **Krzysztof Chodakiewicz, Performance Marketing & Analytics Manager w Empiku**.

Kolejna nagroda dla Empiku została przyznana za prawdopodobnie **największą kampanię content marketingową w Polsce**. Obok silnego zespołu w ramach struktur Digital Marketingu, do współpracy nad rozwojem sekcji *Empik Pasje – Magazyn Online* marka zaprosiła agencję Bluerank, specjalistów od content marketingu na potrzeby SEO. Efekt: **2021 artykułów w 2021 roku, wzrost liczby użytkowników i wyświetleń sekcji oraz mocne wzrosty liczby transakcji i przychodów** w kluczowych dla zespołu Content Marketingu w 2021 r. kategoriach nie-edytorialnych.

Empik został również nagrodzony w kategorii ***The most effective affiliate program***. Wyróżniony projekt, realizowany we współpracy z Tradedoubler, opierał się na dynamicznym wzroście kanału i holistycznym, świadomym wykorzystywaniu najlepszych praktyk w reklamie afiliacyjnej, przy maksymalnym pokryciu różnorodnych kategorii produktowych.

– *Od kilku lat mocno stawiamy na rozwój naszych kompetencji i zespołów z obszaru Digital Marketingu. Otrzymane nagrody – w tym tytuł Performance Brand of the Year – to najlepsze potwierdzenie, że obrany przez nas kierunek, założone cele i wybrane narzędzia były słuszne. Tym bardziej cieszy nas, że Jury konkursu doceniło innowacyjne podejście i osiągnięte rezultaty, nie tylko w projektach zgłoszonych we współpracy z doświadczonymi Partnerami zewnętrznymi, ale szczególnie w projekcie SEM, za który w pełni odpowiada nasz wewnętrzny zespół* – podkreśla Karol Ignatowicz, Chief E-commerce & Customer Value Officer w Empiku.

Performance Marketing Diamonds organizowany przez Izbę Gospodarki Elektronicznej to jedyny taki konkurs, który wyróżnia działania nie tylko realizowane w Polsce, ale w całym regionie CEE. Nominowanych i laureatów wyłania Jury złożone z ekspertów branży marketingowej i e-commerce. Nagrody w kilkunastu kategoriach przyznawane są twórcom najbardziej efektywnych kampanii, m.in. sprzedażowych, content marketingowych, SEM czy social mediowych. Zwycięzców tegorocznej, czwartej edycji poznaliśmy 19 maja podczas uroczystej gali w Gdańsku.

Więcej informacji o konkursie można znaleźć na stronie: performancedaycee.com/pmdiamonds/

Więcej informacji udzieli:

Biuro prasowe Empiku

empik@walk.pl

519 021 080