

The diagram illustrates the flow of information and goods between various stakeholders in a market. The central circle is black. Surrounding it are concentric rings of colored segments. The innermost ring contains segments for 'CONSUMERS & USERS' (red), 'CONSUMERS' (orange), 'MARKETEERS' (orange), 'ANTHROPOLOGISTS' (orange), 'ADVERTISING AGENCIES' (orange), 'RETAILERS' (orange), 'CONSUMER-FACING MANUFACTURERS' (orange), 'PRODUCTION COMPANIES' (orange), 'HANDS' (orange), 'PROPERTY OWNERS' (yellow), 'BANKS' (yellow), 'GOVERNMENT' (yellow), 'TECHNOLOGY' (green), 'ENVIRONMENT' (green), 'CULTURE' (blue), 'POLITICS' (blue), 'ECONOMY' (blue), 'SOCIETY' (purple), 'LAW' (purple), 'ETHICS' (purple), 'RELIGION' (purple), 'ARTS' (purple), 'SCIENCE' (purple), 'TECHNOLOGY' (purple), 'ENVIRONMENT' (purple), 'CULTURE' (purple), 'POLITICS' (purple), 'ECONOMY' (purple), 'SOCIETY' (purple), 'LAW' (purple), 'ETHICS' (purple), 'RELIGION' (purple), 'ARTS' (purple), 'SCIENCE' (purple).

**Sasaran:**

- ### Metode:

- Menggunakan LIA untuk menjangkau pengguna dengan informasi produk spesifik lokasi yang relevan

- Menyiapkan kampanye LIA dengan geotargeting di sekitar toko fisik dan peningkatan penawaran seluler
- Konversi kunjungan toko dan Google Analytics untuk mengukur dampak iklan pada kunjungan di toko dan pendapatan

#### **Hasil:**

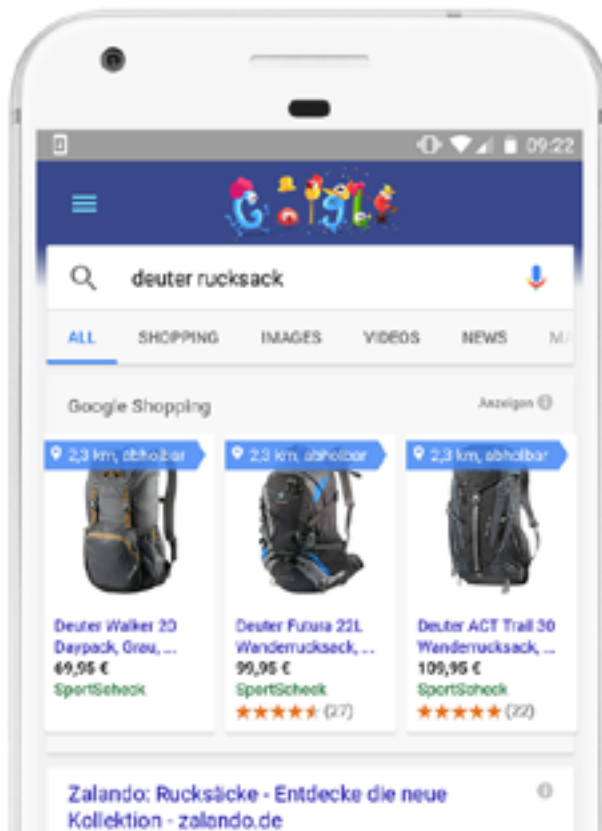
- Lebih dari 108% peningkatan kunjungan di toko pada tingkat kunjungan toko konstan
- Pendapatan tarif lebih dari dua kali lipat untuk lalu lintas yang didorong oleh LIA

SportScheck merupakan retailer olahraga terkemuka di Jerman. SportScheck mempermudah pelanggan untuk berbelanja baik secara online maupun offline dengan katalog tradisional, toko online yang cukup besar, aplikasi seluler, dan banyak toko fisik di seluruh Jerman.

SportScheck sadar bahwa banyak pembeli akan mencari dan meneliti produk secara online, kemudian menuju ke toko untuk melakukan pembelian. Hal ini membuat LIA sangat cocok untuk SportScheck dalam hal jangkauan, keterlibatan, dan ukuran pelanggan di setiap saluran.

#### **Menggunakan local inventory ads (LIA) untuk menonjol bagi para “on-the-go searcher”**

Bayangkan ketika seorang pengendara sepeda yang bersiap untuk balapan mengalami kerusakan ban. Dia membutuhkan ban baru (dengan cepat). Saat itulah dia menggunakan smartphone untuk mencari ban di toko terdekat. Saat inilah LIA mengambil peran.



Untuk mempromosikan inventaris lengkap di tokonya, SportScheck menjalankan kampanye LIA individual dengan geo-targeting yang ditetapkan dalam radius lima kilometer di sekitar lokasi setiap toko. Selain dapat melihat inventaris yang tersedia di toko lokal mereka, pengguna juga dapat:

- Membandingkan harga
- Memeriksa jam buka
- Menemukan petunjuk arah
- Menghubungi toko secara langsung

Kemudian saat pelanggan siap melakukan pembelian, mereka dapat menyelesaikan transaksi di toko e-commerce SportScheck, toko lokal, atau menggunakan opsi "beli secara online, ambil di toko".

### **Mengukur dampak “online-to-offline” LIA**

Setelah meluncurkan kampanye LIA, SportScheck memanfaatkan store visit conversions untuk melihat seberapa efektif iklan baru dalam mengarahkan pelanggan ke toko lokal. Store visit conversions bekerja dengan mengukur statistik gabungan

pengguna Google yang mengeklik iklan penelusuran perusahaan dan kemudian mengunjungi toko lokal.

"As a multi-channel retailer, it was important for us to reach customers across every channel. Local inventory ads were a great way to reach our customers with relevant product information when they went online to search."

SportScheck juga menggunakan Google Analytics untuk memantau metrik utama di situsnya, seperti pengguna yang terlibat oleh perangkat, berapa banyak orang menggunakan tombol click-to-call, hingga berapa banyak yang mencari petunjuk toko. Semua informasi digunakan untuk mengoptimalkan kampanye dan menghasilkan penjualan offline.

### **Hasil penerapan LIA oleh SportScheck**

Hanya dalam tujuh minggu setelah peluncuran LIA, SportScheck melihat peningkatan kunjungan di toko sebesar 108%, dan pendapatan offline meningkat lebih dari dua kali lipat. Sekarang, etalase toko online dan offline SportScheck tidak lagi hidup dalam "silo".



Hasil ini membuktikan bahwa local inventory ads tak hanya mampu meningkatkan penjualan secara online. Akan tetapi, penerapan LIA juga mampu mendorong para pengguna perangkat mobile untuk melakukan pembelian secara offline.

Source:

<https://www.thinkwithgoogle.com/advertising-channels/mobile/local-inventory-ads-help-sportscheck-score-big-mobile-shoppers/>  
<https://www.pexels.com/>