CASE STUDY — RAPORT ANONIMOWY

Branża kamieniarska

Jak w 7 miesięcy zbudowaliśmy markę kamienia naturalnego od zera

Zasięg w mediach społecznościowych	Pozyskanych leadów B2B	Wyświetleń w Google
565 638	**~150**	**133 339**

Okres analizy: wrzesień 2025 – kwiecień 2026

Wszystkie dane zostały zanonimizowane: usunięto nazwę marki, dane klientów oraz nazwy firm leadowych.

— Strategia, wykonanie, wyniki —

CASE ST

WSTĘP

Marka kamienia naturalnego zbudowana od zera

Niniejszy dokument przedstawia wyniki marketingowe dostawcy kamienia naturalnego, którego markę wprowadziliśmy na polski rynek architektoniczny w ciągu siedmiu miesięcy. Klient rozpoczął współpracę bez bazy klientów, bez historii w sieci i bez gotowej rozpoznawalności. Dziś dysponuje aktywnym strumieniem leadów B2B oraz rosnącą obecnością organiczną w wyszukiwarce.

Ze względu na poufność współpracy nazwa marki, adres strony oraz dane pozyskanych leadów zostały usunięte. Wszystkie liczby pochodzą bezpośrednio z paneli analitycznych (Google Analytics 4, Google Search Console, Meta Ads Manager, Instagram Insights) i nie zostały w żaden sposób zmodyfikowane.

Co znajdziesz w tym raporcie

- Pełne dane z 6 miesięcy działalności w Google Search
- Wyniki kampanii Meta Ads na grupę architektów (CPL, leady, konwersje)
- Statystyki Instagrama: 439 982 wyświetlenia, +1100 obserwujących
- Strukturę leadów B2B i ich jakość

KONTEKST

Skala, którą trudno zignorować

Wiele firm kamieniarskich w Polsce dysponuje świetnym produktem — blokami, blatami, kominkami, posadzkami z marmuru, granitu i kwarcytu — ale brakuje im skutecznego dotarcia do architektów i inwestorów. Stworzyliśmy system marketingowy, który tę lukę wypełnia. Liczby na kolejnych stronach pokazują, jak ten system działa w praktyce.

KLUCZOWE LICZBY

Skala, jaką osiągnęliśmy

Poniższe wskaźniki pochodzą bezpośrednio z paneli analitycznych Meta, Google Analytics 4, Google Search Console oraz Instagram Insights. Stanowią pełny, niezniekształcony obraz aktywności marki w okresie wrzesień 2025 – kwiecień 2026.

565 638
łączny zasięg w social media (Instagram + Meta Ads)

~150
leadów B2B z architektami i inwestorami

133 339
wyświetleń w Google (6 miesięcy)

12 681
kliknięć w reklamy Meta

1 100+
nowych obserwujących na Instagramie

70 zł
średni koszt leada B2B (architekt / inwestor)

WNIOSEK

W ciągu 7 miesięcy doprowadziliśmy do sytuacji, w której marka klienta była widoczna ponad pół miliona razy w samych mediach społecznościowych i ponad 130 tysięcy razy w wyszukiwarce Google. Z tej widoczności wynikało zainteresowanie zarówno ze strony architektów (kanał B2B) jak i klientów indywidualnych szukających kamienia (kanał B2C / SEO).

KAMPANIA META ADS — ARCHITEKCI

Pozyskanie architektów rekomendujących kamień klienta

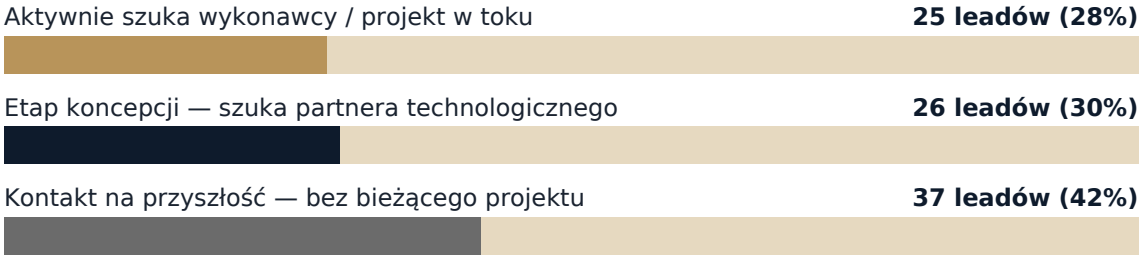
Najbardziej strategiczna część działalności marketingowej. Architekci to grupa, która projektuje konkretne realizacje i decyduje, z jakiego kamienia powstaną blaty, ściany, kominki czy posadzki w ich projektach. Pozyskanie tej grupy oznacza długofalowy strumień zapytań ofertowych — każdy architekt to potencjalnie kilka–kilkanaście realizacji rocznie.

Wyniki kampanii (5.09.2025 – 28.04.2026)

Wskaźnik	Wartość	Komentarz
Wydany budżet	**8 952,58 PLN**	trzy zestawy reklamowe
Wyświetlenia reklam	**197 781**	łącznie w grupie docelowej
Zasięg (unikalni odbiorcy)	**58 766**	różni architekci i projektanci
Kliknięcia w linki	**1 242**	CTR ≈ 0,63%
Pozyskane leady (formularz)	**127**	kompletne dane kontaktowe
Średni koszt leada (CPL)	**70,49 PLN**	B2B, kontakt zweryfikowany
Dodatkowe leady ze strony	**ok. 25**	formularze poza kampanią Meta

Jakość pozyskanych leadów

Każdy lead został kontaktowany telefonicznie i zaklasyfikowany według etapu projektu. Poniżej rzeczywista struktura na podstawie ~88 zweryfikowanych zgłoszeń:



Co to oznacza dla podobnej firmy z branży?

~58% wszystkich leadów to architekci i inwestorzy z aktywnym projektem lub w fazie koncepcji. Pozostałe 42% buduje bazę kontaktów na kolejne miesiące — i to właśnie z tej grupy architektów spływają zapytania ofertowe nawet pół roku po pierwszym kontakcie. Pozyskanie architekta ma efekt długiego ogona.

INSTAGRAM

Wizualna platforma kamienia — od zera do aktywnej marki

Konto Instagram klienta prowadziliśmy od 5 września 2025 do 31 marca 2026. W tym czasie zbudowaliśmy społeczność od zera, opublikowaliśmy dziesiątki zdjęć, rolek i karuzel — a kanał stał się kluczowym narzędziem prezentacji kamieni i inspiracji architektonicznych.

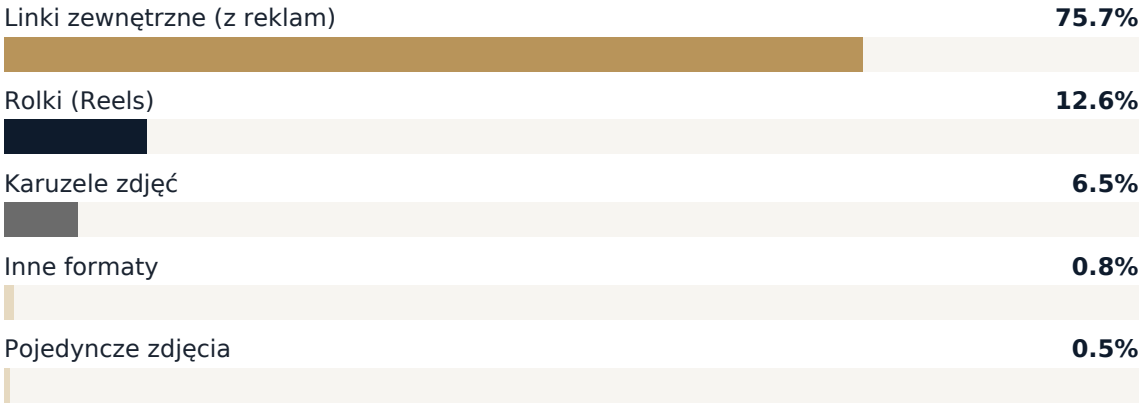
Kluczowe wskaźniki Instagrama (1.09.2025 – 31.03.2026)

439 982
wyświetleń łącznie

+7 323%
wzrost wyświetleń r/r

1 100+
nowych obserwujących w 7 miesięcy

Struktura zasięgu i typy treści



Zasięg poza obserwującymi: 97,7%

Tylko 2,3% wyświetleń pochodziło od osób, które już obserwowały konto — 97,7% to nowi odbiorcy. To dowód, że treści skutecznie wychodziły poza istniejącą społeczność i docierały do nowych potencjalnych klientów. To krytyczny wskaźnik dla budowania świadomości marki w fazie startu.

Aktywność w ostatnim kwartale (28.01–31.03.2026)

Wskaźnik	Wartość
Wyświetlenia	**121 667**
Udział reklam w wyświetleniach	**71,1%**
Udział obserwujących w wyświetleniach	**6,1%**
Liczba odbiorców (unikalni)	**48 819**
Dotknięcia adresu firmy	**44**
Dotknięcia linków zewnętrznych	**106**
Aktywność w profilu	**4 559**
Odwiedziny profilu	**4 406**
Interakcje (polubienia, komentarze, udostępnienia)	**1 588**
Zaangażowane konta	**1 083**

META ADS — PEŁNA SKALA

12 kampanii reklamowych, 12 681 kliknięć

Oprócz kluczowej kampanii skierowanej do architektów prowadziliśmy równolegle kampanie wspierające budowanie marki, ruch na profil oraz generowanie zapytań od inwestorów indywidualnych. Łącznie zrealizowaliśmy 12 zestawów reklamowych w okresie wrzesień 2025 – kwiecień 2026.

15 725 zł
łączny budżet reklamowy (7 miesięcy)

623 892
wyświetleń reklam łącznie

229 656
zasięg (unikalni odbiorcy)

Podział kampanii według celów

Cel kampanii	Wydatek	Zasięg	Wyniki
Pozyskanie architektów (lead generation)	**8 953 zł**	**58 766**	**127 leadów**
Budowanie marki / aktywność profilu	**8 421 zł**	**141 098**	**9 374 wizyt**
Pozyskanie inwestorów (lead generation)	**1 242 zł**	**28 198**	**4 leady B2C**
Aktywność społecznościowa (zaangażowanie)	**529 zł**	**1 599**	**5 729 reakcji**
Wzrost obserwujących	**183 zł**	**6 583**	**407 wizyt profilu**

Strategia, którą zastosowaliśmy

Lejek wielopoziomowy. Reklamy zasięgowe i wizerunkowe budowały świadomość marki w grupie architektów i inwestorów. Reklamy lead-gen przekształcały tę świadomość w konkretne zapytania z formularza. Reklamy aktywności i wzrostu obserwujących utrzymywały stały kontakt z odbiorcami, którzy nie konwertowali od razu.

Targetowanie precyzyjne. Architekci, projektanci wnętrz, wykonawcy luksusowych remontów, właściciele domów premium — to były główne grupy odbiorców. Każdy zestaw reklamowy miał inną kreację dopasowaną do języka tej grupy.

Estetyka jako filtr. Premium fotografia kamienia, wnętrza z prawdziwych projektów architektonicznych i bloki w galerii to nie ozdoba, lecz mechanizm kwalifikacji — przyciągamy klientów ceniących jakość, odpychając tych, którzy szukają najtańszej opcji.

GOOGLE SEARCH

Pozycje, które zbudowaliśmy w wyszukiwarce

Strona internetowa klienta powstała równolegle z kampaniami płatnymi. Po sześciu miesiącach jest już regularnie indeksowana przez Google i zajmuje rosnącą pozycję na frazy związane z kamieniem naturalnym. Poniższe dane pochodzą z Google Search Console za okres 27.10.2025 – 26.04.2026.

Wskaźniki widoczności w Google (6 miesięcy)

133 339
wyświetleń wyników w Google

1 048
kliknięć z wyszukiwarki (ruch organiczny)

18,65
średnia pozycja w wynikach

Top frazy generujące ruch organiczny

Strona klienta jest już widoczna w Google na konkretne, komercyjne frazy produktowe. Wybrane przykłady (rzeczywiste pozycje średnie):

Fraza	Wyświetlenia	Kliknięcia	Pozycja
blat marmurowy	**4 036**	**20**	**12,9**
blat marmurowy do kuchni	**2 327**	**18**	**7,7**
blaty marmurowe do kuchni	**1 088**	**14**	**3,6**
blaty marmurowe	**1 916**	**9**	**8,0**
elewacja z kamienia	**5 806**	**7**	**8,4**
blat z kwarcytu	**1 010**	**6**	**10,4**
kominek z marmuru	**464**	**5**	**6,8**
ściana z onyksu	**62**	**3**	**1,2**
balustrady z kamienia	**1 900**	**19**	**5,9**

Co to oznacza?

Rosnąca pozycja na komercyjne frazy produktowe. Strona regularnie wyświetla się na zapytania potencjalnych klientów: "blat marmurowy do kuchni", "elewacja z kamienia", "kominek z marmuru". Frazę "blaty marmurowe do kuchni" obsługujemy już ze średniej pozycji 3,6 — czołówka pierwszej strony Google. To oznacza stały, darmowy ruch z

wyszukiwarki, który będzie rósł w kolejnych miesiącach wraz z dojrzewaniem domeny i pozycji.

Podział ruchu według urządzenia



GOOGLE ANALYTICS — JAKOŚĆ RUCHU

Skąd przychodzą i jak długo zostają

Google Analytics 4 daje pełny obraz tego, jak użytkownicy zachowują się na stronie klienta. Poniższe dane pokazują ruch w okresie 1 stycznia – 28 kwietnia 2026 (4 miesiące).

717
aktywnych użytkowników

987
sesji na stronie

85 sek.
średni czas zaangażowania

Skąd przychodzą użytkownicy

Źródło ruchu	Sesje	% udział
Google (organic)	**497**	50,4%
Wejścia bezpośrednie	**251**	25,4%
Instagram (social)	**124**	12,6%
Bing (organic)	**25**	2,5%
Facebook	**28**	2,8%
Meta Ads (płatne)	**25**	2,5%
Pozostałe (referrals)	**37**	3,8%

Najczęściej odwiedzane podstrony

Kategoria podstrony	Wyświetleń	Kliknięć
Strona główna	8 339	**350**
Blaty marmurowe	27 572	**162**
Ekskluzywne grobowce	5 710	**102**
Ściany z onyksu	3 451	**60**
Materiały — Kwarcyt	6 250	**42**
Blaty granitowe	11 804	**24**
Elewacja z granitu	4 070	**24**
Materiały — Wapień	4 423	**23**
Ściany z kamienia	4 861	**22**
Blaty z kwarcytu	5 407	**21**

Najważniejsza obserwacja: ruch organiczny (Google + Bing) stanowi ponad 53% wszystkich sesji. To oznacza, że strona pracuje 24 godziny na dobę, sprowadzając kupujących bez konieczności codziennego wydatku reklamowego. Ten kanał będzie rósł — pozycje SEO dojrzewają w skali kwartałów i lat.

CO MOŻEMY ZBUDOWAĆ DLA TWOJEJ FIRMY

System, który już udowodnił skuteczność

Powyższe dane pokazują, co potrafimy zbudować dla firmy z branży kamieniarskiej w 7 miesięcy. To nie jest pojedyncza kampania — to kompletny system pozyskiwania architektów, projektantów wnętrz i inwestorów indywidualnych. System, który po uruchomieniu działa stabilnie i którego efekty są mierzalne każdego dnia.

ARCHITEKCI

Każdy pozyskany architekt to potencjalnie kilka realizacji rocznie. U klienta zbudowaliśmy bazę ponad 130 zweryfikowanych kontaktów z aktywnymi projektami i koncepcjami. Ten zasób będzie generował zapytania ofertowe miesiącami, a nawet latami.

INWESTORZY INDYWIDUALNI

Klienci szukający blatów, kominków, posadzek czy elewacji do swoich rezydencji to grupa o najwyższych marżach. Dzięki SEO i kampaniom Meta marka kamieniarska jest na ich radarze, kiedy podejmują decyzję.

MARKA W RYNKU

Po 7 miesiącach klient ma rozpoznawalną markę w Google, na Instagramie i wśród architektów. Domena rośnie pozycjami SEO każdego tygodnia. Społeczność na IG generuje organiczny ruch i zapytania.

Co składa się na taki system marketingowy?

- Strona internetowa zoptymalizowana pod SEO. z architekturą informacji dopasowaną do branży, technicznym SEO i contentem produktowym.
- Kampanie Meta Ads na trzy grupy odbiorców. architekci (lead-gen), inwestorzy indywidualni (B2C), budowanie marki (zasięg).
- Konto Instagram prowadzone z premium estetyką. fotografia produktu, inspiracje architektoniczne, rolki i karuzele.
- Pozycjonowanie premium, nie cenowe. klienci cenią jakość, nie najtańszą ofertę — to grupa z najwyższym potencjałem marżowym.
- Pełną przejrzystość liczbową. każdy lead jest mierzalny. CPL, CAC, ruch i konwersje są raportowane i transparentne.

PODSUMOWANIE

7 miesięcy. Kompletny system marketingowy. Liczby mówią same za siebie.

Łączny zasięg w mediach społecznościowych	**565 638**
Wyświetlenia strony w Google (6 miesięcy)	**133 339**
Pozyskane leady B2B (architekci, inwestorzy)	**~150**
Średni koszt pozyskania architekta	**70,49 zł**
Liczba kampanii reklamowych	**12**
Łączny budżet reklamowy Meta	**15 725 zł**
Wzrost obserwujących Instagram	**+1 100**
Średnia pozycja w Google na frazy produktowe	**18,65**
Top fraza w Google: "blaty marmurowe do kuchni"	**pozycja 3,6**

Co dalej?

Jeżeli ten raport jest na Twoim biurku, oznacza to, że rozważamy z Tobą współpracę — w modelu agencyjnym, partnerskim lub w innym ustaleniu indywidualnym. Następny krok to rozmowa o szczegółach Twojej działalności, asortymentu, celu sprzedażowego i modelu finansowego.

Raport anonimowy — case study branży kamieniarskiej

Strategia, wykonanie, wyniki — w 7 miesięcy.

Raport przygotowany na podstawie danych z Google Analytics 4, Google Search Console, Meta Ads Manager oraz Instagram Insights za okres wrzesień 2025 – kwiecień 2026. Dokument w pełni anonimowy: nazwa marki, adres strony klienta oraz dane osobowe pozyskanych leadów zostały usunięte. Wszystkie liczby pochodzą bezpośrednio z paneli analitycznych i nie zostały zmodyfikowane.