

Portofoliu Proiecte Marketing Digital

A red brushstroke underline that starts under the word 'Digital' and extends to the right, ending in a small dot.

Semian Iulian

Semian Iulian – Specialist PPC/Marketing Digital

Mă numesc Semian Iulian, sunt specialist în marketing digital cu peste 3 de experiență în gestionarea campaniilor PPC, optimizarea performanței și analiza datelor. Am colaborat cu clienți din diverse industrii – sănătate, retail, educație online și tehnologie – pentru a dezvolta strategii personalizate care să genereze rezultate măsurabile.

Abilitățile mele principale:

- Campanii PPC: Experiență avansată în Google Ads, Facebook Ads și Instagram Ads, cu focus pe maximizarea ROAS (Return on Ad Spend) și reducerea CPC (Cost per Click).
- Analiza datelor: Utilizare avansată a Google Analytics, Google Sheets și alte instrumente de vizualizare pentru a transforma datele în decizii strategice.
- Optimizare continuă: Testare A/B constantă pentru anunțuri, targetare precisă și ajustări bazate pe performanță.
- Strategii multi-canal: Integrarea tacticilor SEO, email marketing și social media pentru a maximiza impactul campaniilor.

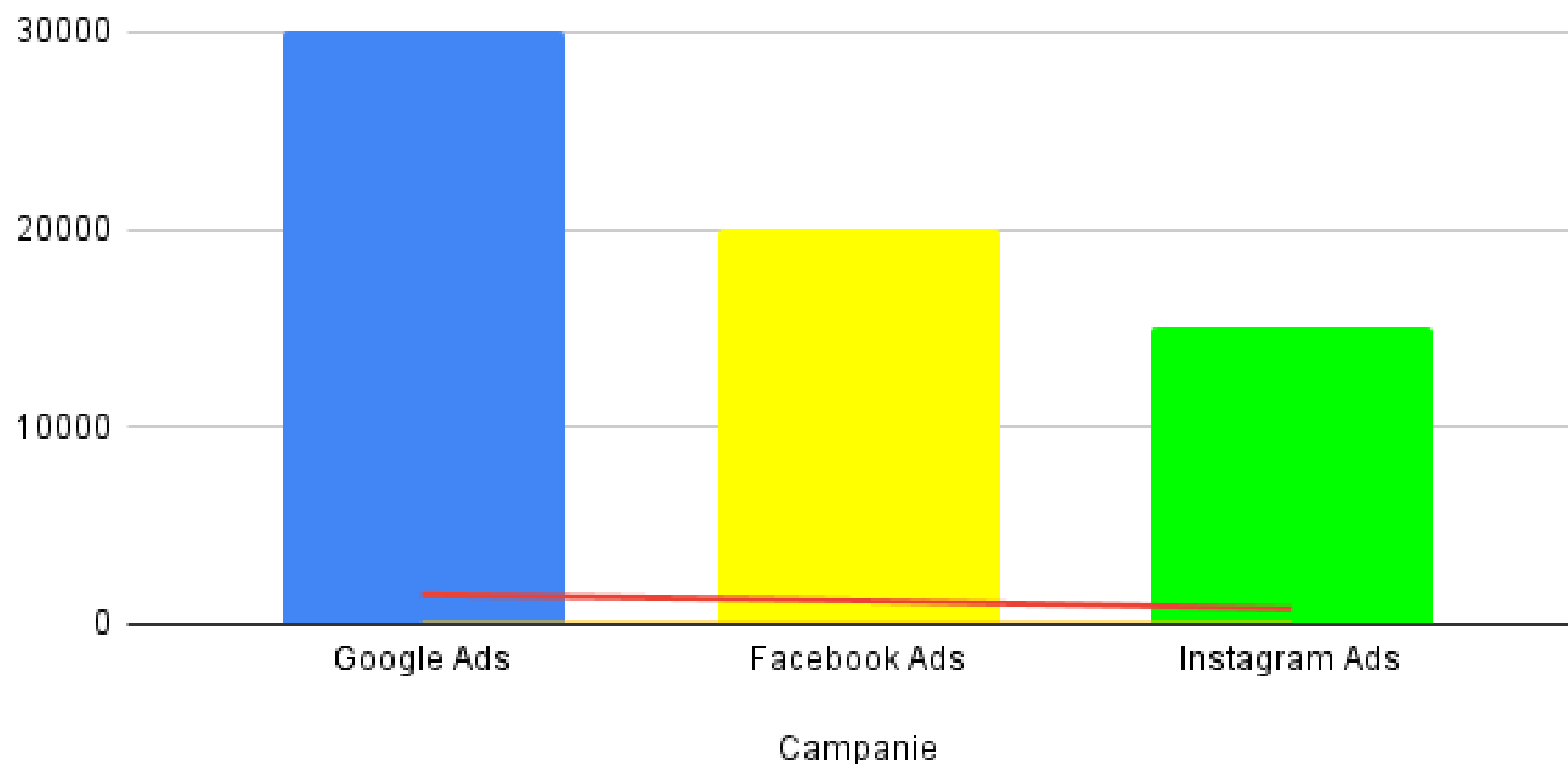
Industrie: Sănătate (Clinici private)

Companie: MedLife

Perioadă: Martie 2021 - Iunie 2021

Buget (EUR), Conversii and CTR (%)

■ Buget (EUR) ■ Conversii ■ CTR (%)



MedLife a lansat campanii PPC pe Google Ads, Facebook Ads și Instagram Ads pentru promovarea serviciilor lor medicale premium. Am analizat performanța fiecărei platforme în funcție de buget, conversii și CTR. Am utilizat audiențe lookalike pe Facebook și Instagram și am optimizat cuvintele cheie pe Google Ads.

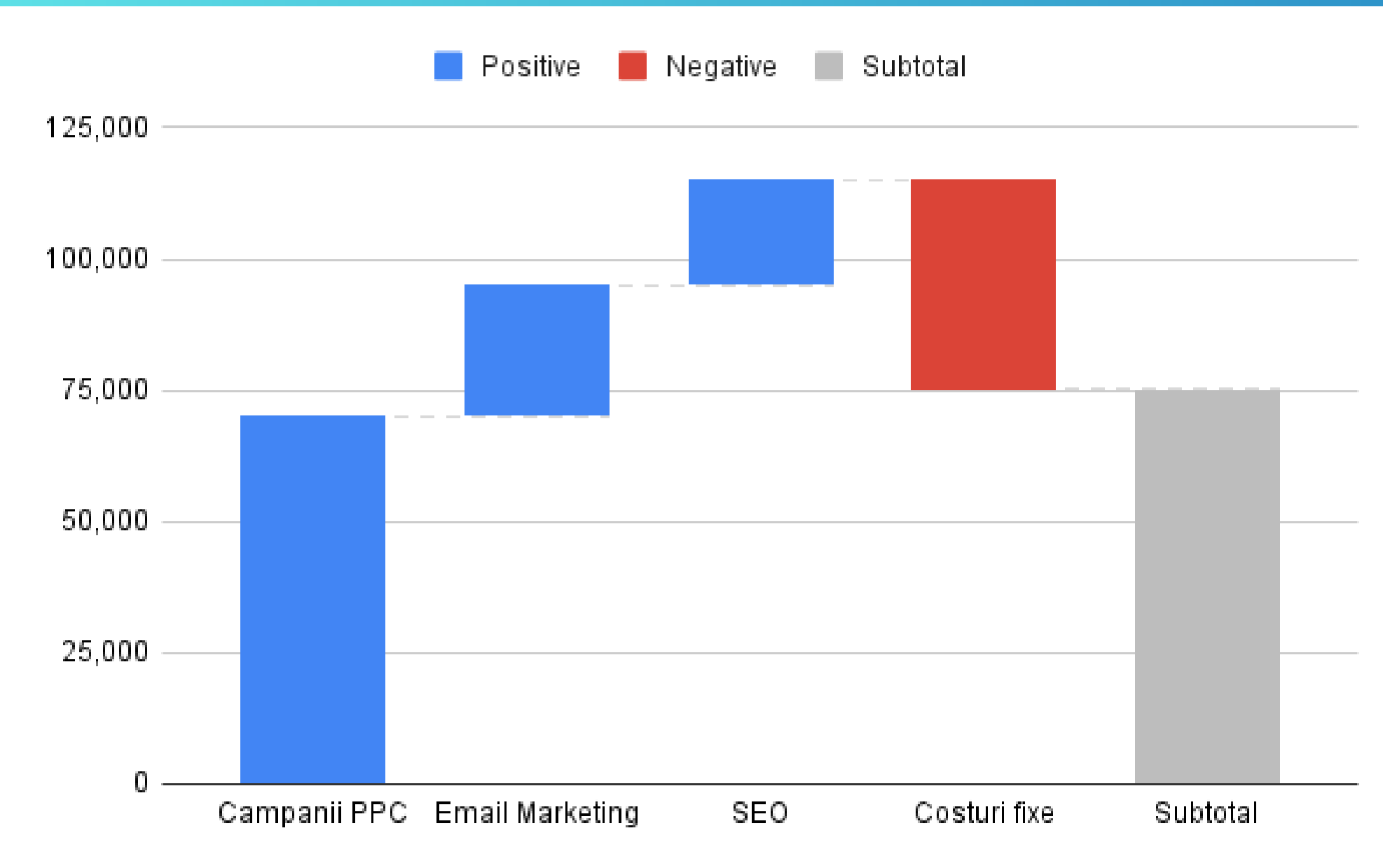
- Mod de lucru:
- Am creat campanii separate pentru fiecare platformă.
- Am monitorizat zilnic CTR-ul și costurile per conversie.
- Am ajustat bugetele săptămânal în funcție de ROI.
- Rezultate:
- Google Ads: 1,500 conversii, CTR 6%, buget €30,000.
- Facebook Ads: 1,200 conversii, CTR 5.5%, buget €20,000.
- Instagram Ads: 800 conversii, CTR 7%, buget €15,000.

Industrie: Tehnologie (Software)

Companie: Bitdefender

Perioadă: Iulie 2021 - Octombrie 2021

Bitdefender a lansat campanii PPC pe mai multe platforme și a dorit să compare performanța acestora în funcție de indicatori precum CTR, CPC și numărul de conversii. Radar Chart-ul a ajutat la identificarea platformei cu cel mai mare potențial (Instagram).



Mod de lucru:

- Am colectat date despre CTR, CPC și conversii din Google Ads Manager și Meta Ads Manager.
- Am utilizat Radar Chart pentru o comparație clară între platforme.

Rezultate:

- Instagram a avut cel mai bun CTR (7%) și cel mai mic CPC (€0.70).

Industrie: Food Delivery

Companie: Uber Eats

Perioadă: Noiembrie 2021 – Ianuarie 2022

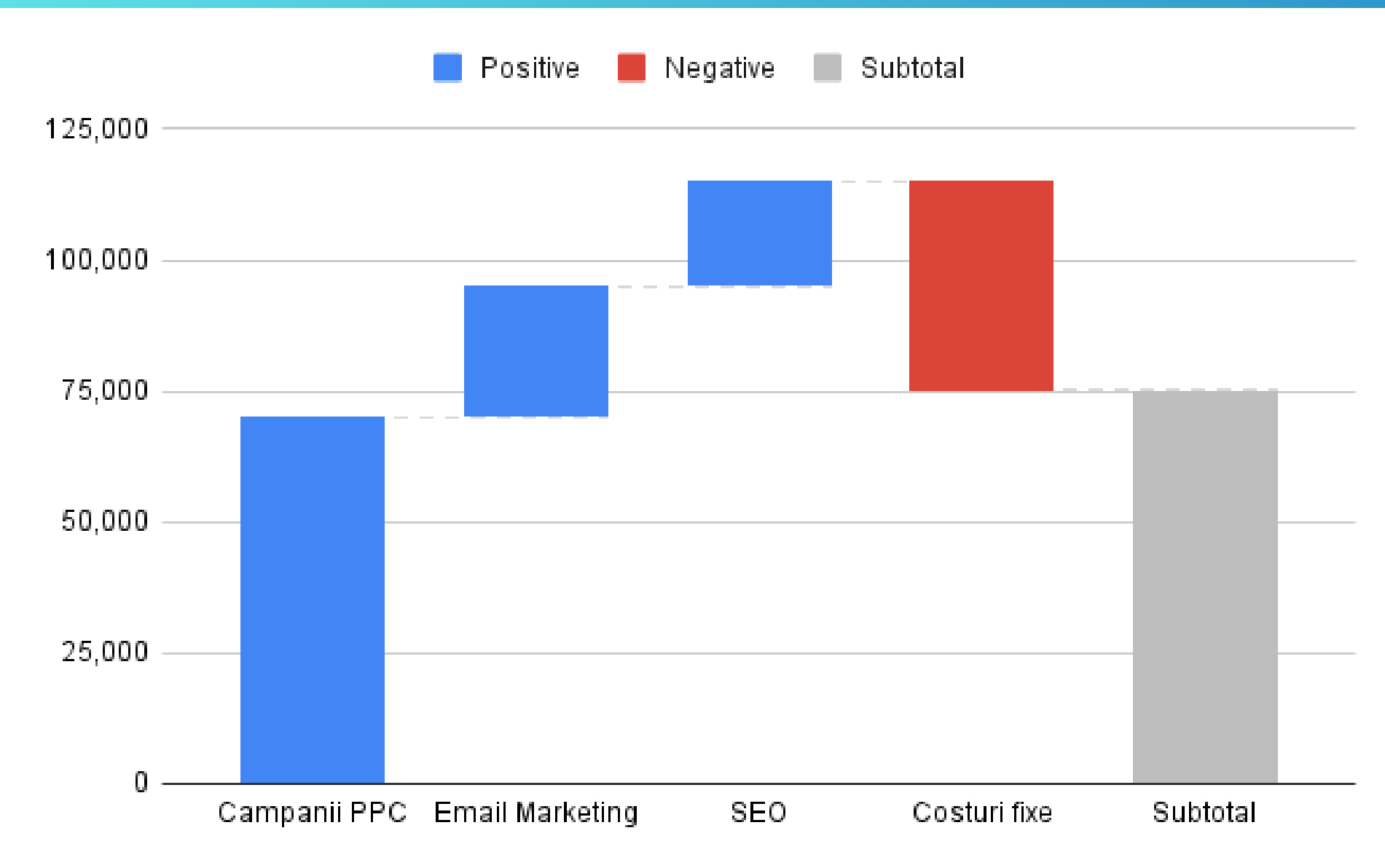
Uber Eats a dorit să înțeleagă cum contribuie fiecare tactică de marketing la veniturile totale. Am analizat impactul tacticilor PPC asupra creșterii veniturilor totale folosind Waterfall Chart pentru claritate vizuală.

Mod de lucru:

- Am monitorizat tacticile prin Google Analytics.
- Am evidențiat contribuțiile pozitive și negative la veniturile totale.

Rezultate:

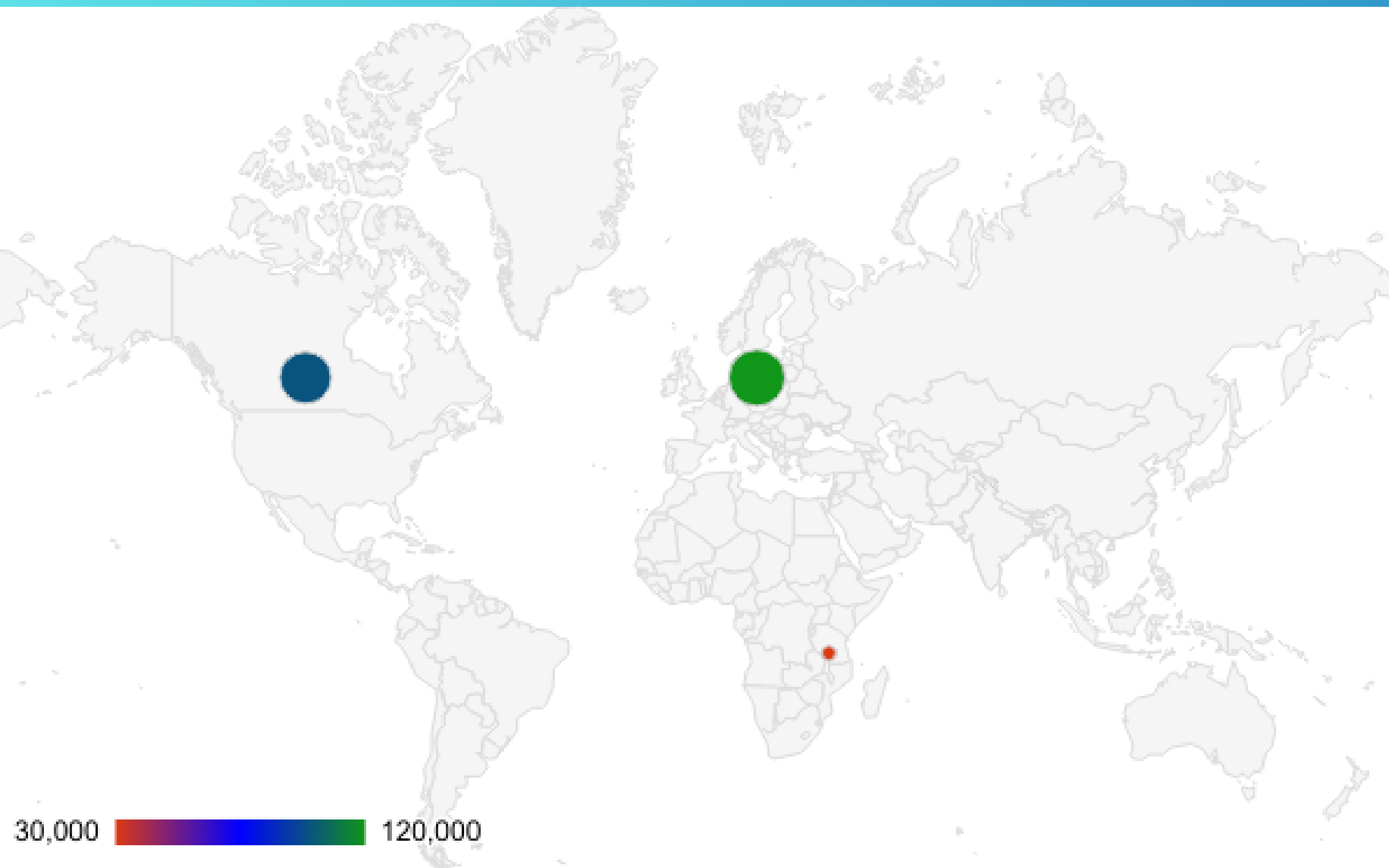
- Campanii PPC: +€70,000 venituri suplimentare.



Industrie: Retail (Fashion)

Companie: Zara

Perioadă: Ianuarie 2022 – August 2022



Zara a dorit să analizeze performanța vânzărilor în funcție de regiuni pentru a optimiza distribuția stocurilor și resursele publicitare. Am utilizat date din Google Analytics pentru a identifica regiunile cu cele mai mari vânzări și am recomandat strategii de marketing localizat.

Mod de lucru:

- Am segmentat datele pe regiuni (Europa, America de Nord, Asia, Africa).
- Am creat campanii locale personalizate pentru regiunile cu potențial ridicat.

Rezultate:

- Europa: €120,000 vânzări.
- America de Nord: €100,000 vânzări.
- Asia: €70,000 vânzări.
- Africa: €30,000 vânzări.

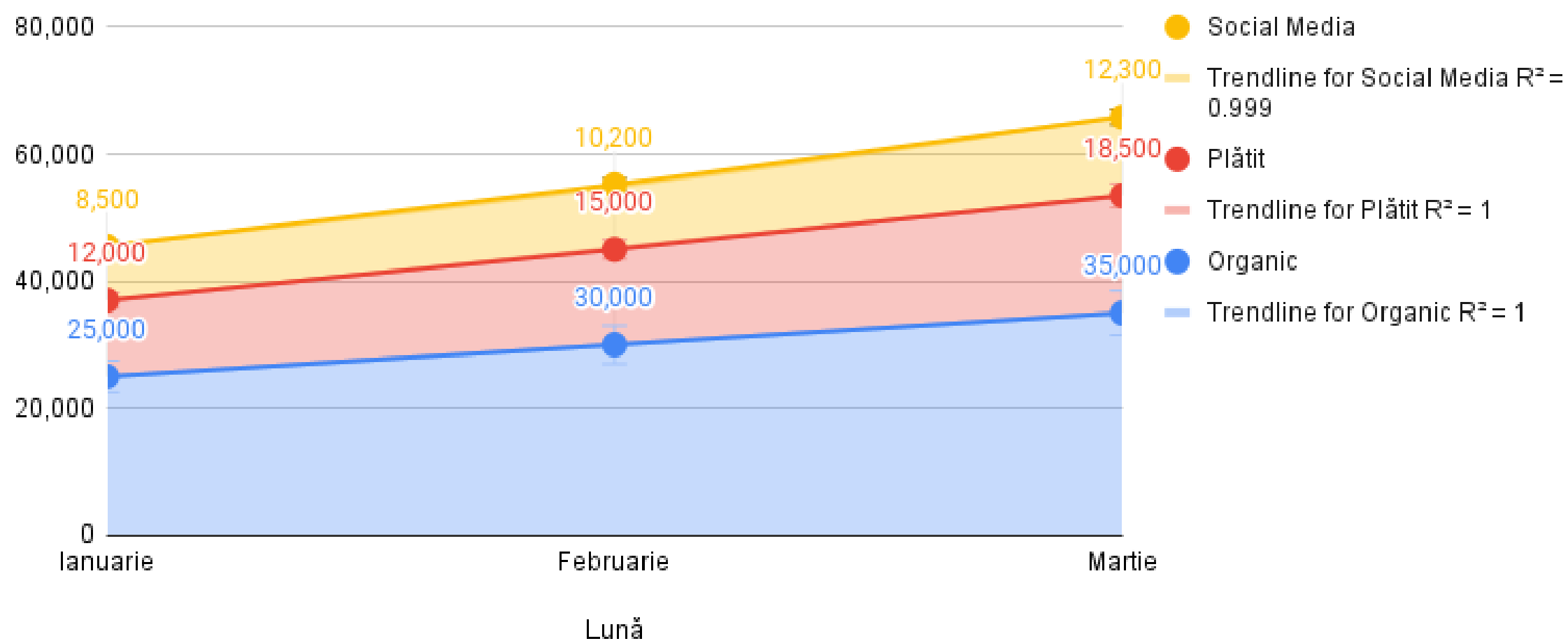
Industria: E-commerce (Electrocasnice)

Companie: Altex România

Perioadă: August 2022 - Noiembrie 2022

Altex a dorit să înțeleagă contribuția canalelor organice, plătite și social media la traficul total al site-ului în timpul unei promoții naționale. Analiza a evidențiat o creștere semnificativă a traficului organic datorită unei campanii SEO intensive.

Organic, Plătit and Social Media



Mod de lucru:

- Am implementat optimizări SEO pentru paginile produselor populare.
- Am monitorizat traficul web prin Google Analytics.
- Am ajustat strategiile PPC pentru a susține canalele cu performanță slabă.

Rezultate:

Trafic total crescut cu 40%:

Organic: +25%.

Plătit: +30%.

Social Media: +20%.

Industrie: Educație Online

Companie: Udemy România

Perioadă: Ianuarie 2023 – Iunie 2023

Udemy a dorit să compare performanța reclamelor video față de cele statice în promovarea cursurilor online populare. Combo Chart-ul cu axe duale a arătat că reclamele video au avut un cost per conversie mai mic decât cele statice și au generat mai multe conversii totale.

Mod de lucru:

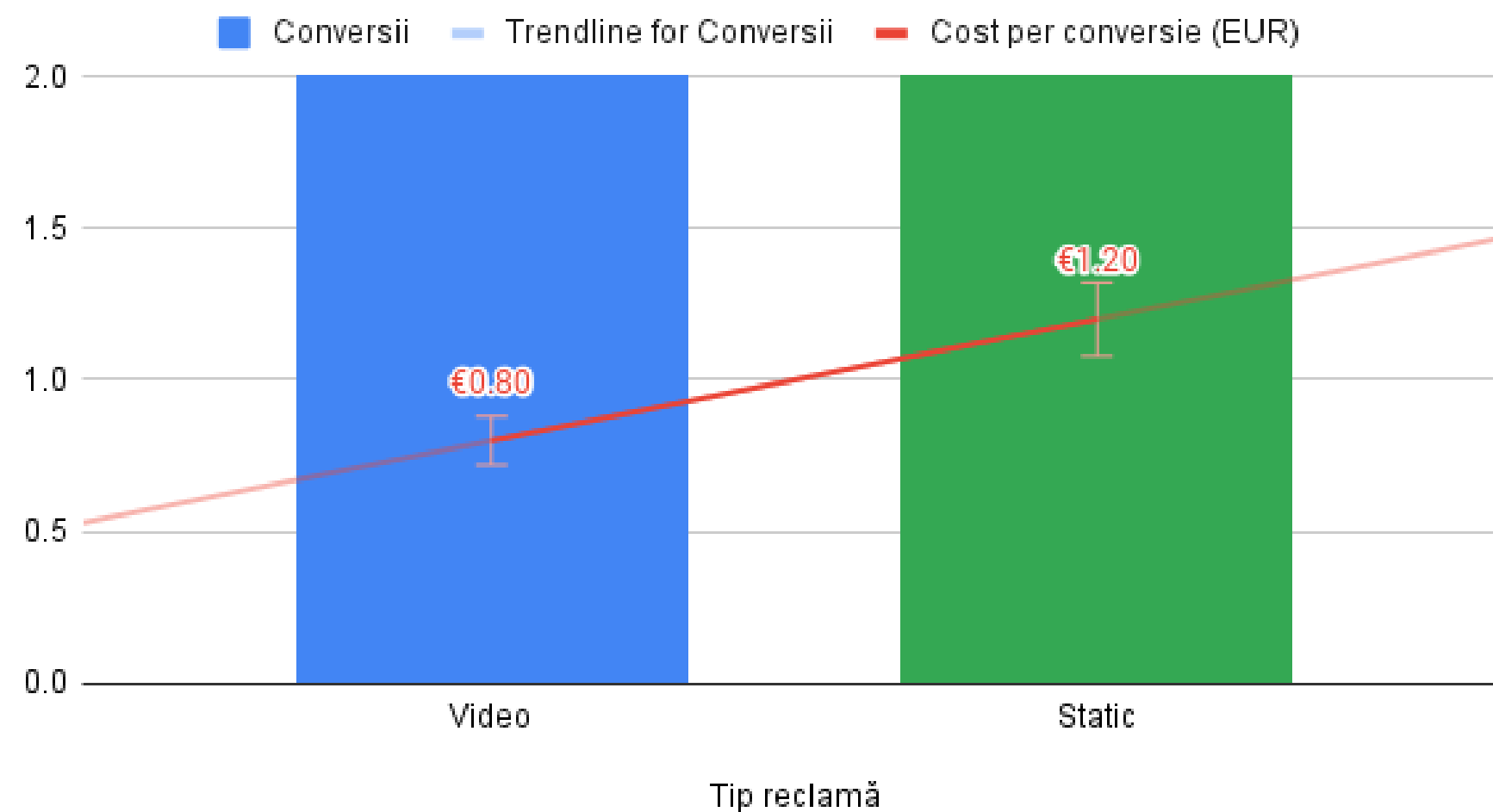
- Am creat două campanii separate pentru reclame video și statice.
- Am monitorizat costurile per conversie și numărul total de conversii prin Meta Ads Manager.
- Am utilizat Combo Chart pentru vizualizarea diferențelor dintre metrici (conversii vs costuri).

Rezultate:

Reclamele video au generat:

- Conversii totale: 25k.
- Cost per conversie: €0.80 (vs €1.20 pentru reclame statice).

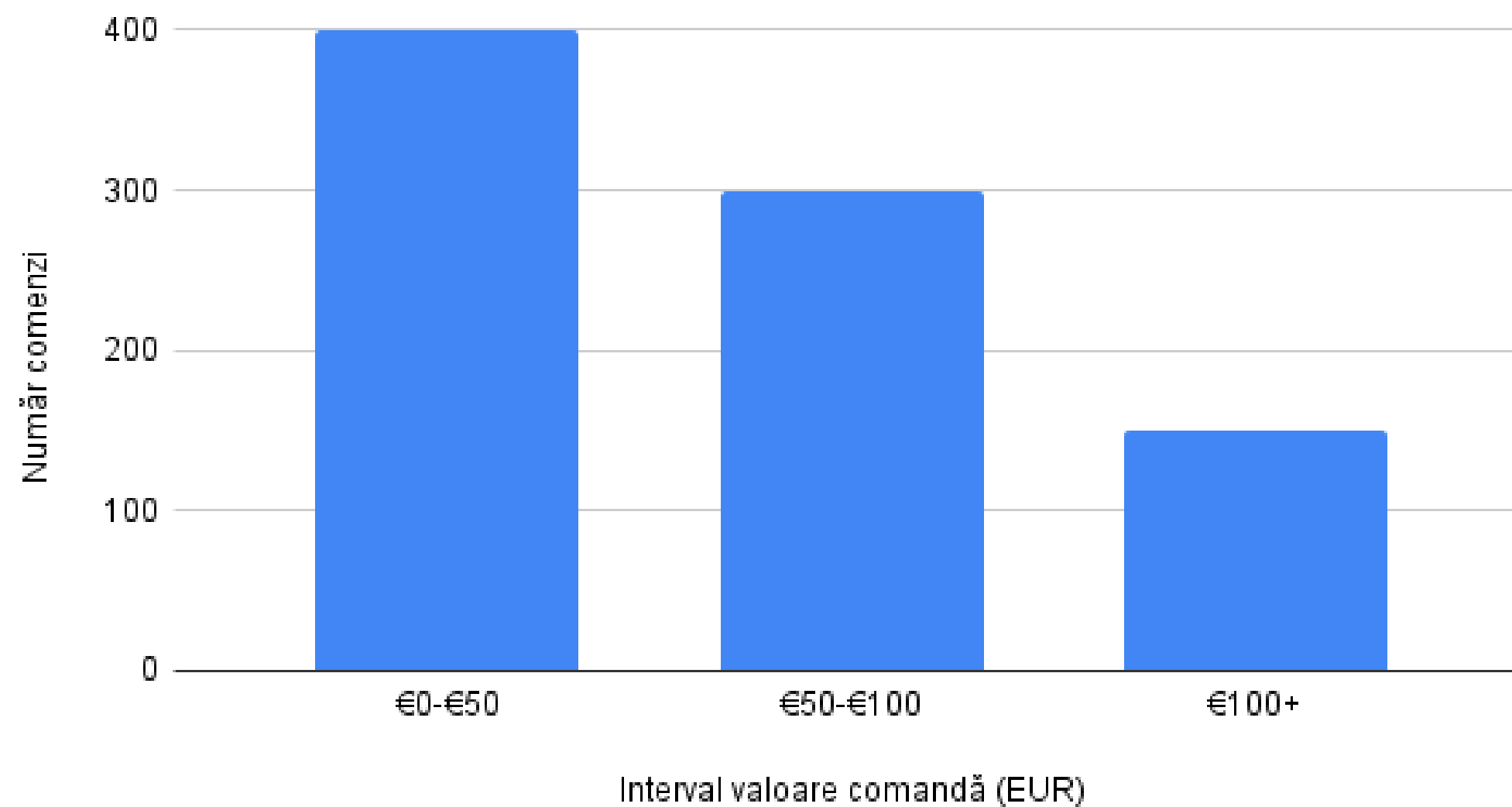
Conversii and Cost per conversie (EUR)



Industrie: Retail (Mobilier)
Companie: IKEA România
Perioadă: Martie 2023 - Mai 2023

IKEA a dorit să analizeze distribuția valorii comenzilor online pentru a identifica categoriile cele mai profitabile. Histograma arată că majoritatea comenzilor sunt sub €100, dar comenzile peste €500 generează cel mai mare profit per unitate vândută.

Număr comenzi vs. Interval valoare comandă (EUR)



Mod de lucru:

- Am segmentat comenzile în intervale valorice (€0-€50, €50-€100 etc.).
- Am utilizat Histogram Chart pentru vizualizarea clară a distribuției comenzilor.

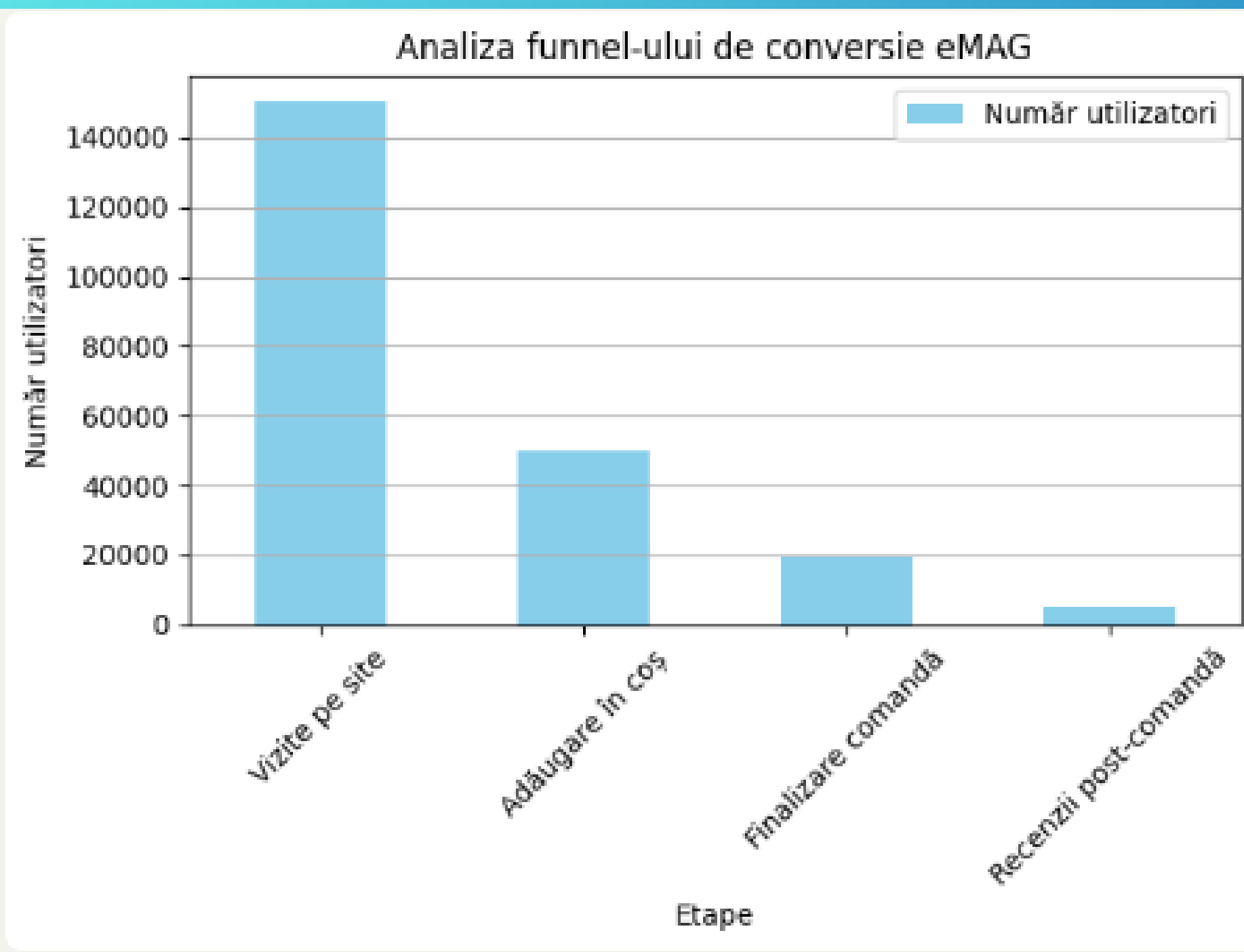
Rezultate:

- 40% dintre comenzi au fost sub €50; comenzile peste €500 au generat cel mai mare profit.

Industrie: E-commerce

Companie: eMAG România

Perioadă: Iunie 2023 - Decembrie 2023



eMAG a dorit să îmbunătățească rata de conversie pe platforma sa online. Am analizat fiecare etapă din funnel-ul de conversie – vizite pe site, adăugare în coș și finalizare comandă – și am implementat notificări push pentru coșurile abandonate. De asemenea, am optimizat paginile produselor pentru viteză și claritate.

Mod de lucru:

- Am creat notificări automate pentru coșurile abandonate.
- Am optimizat descrierile produselor și imaginile acestora pentru o experiență mai bună a utilizatorului.

Rezultate:

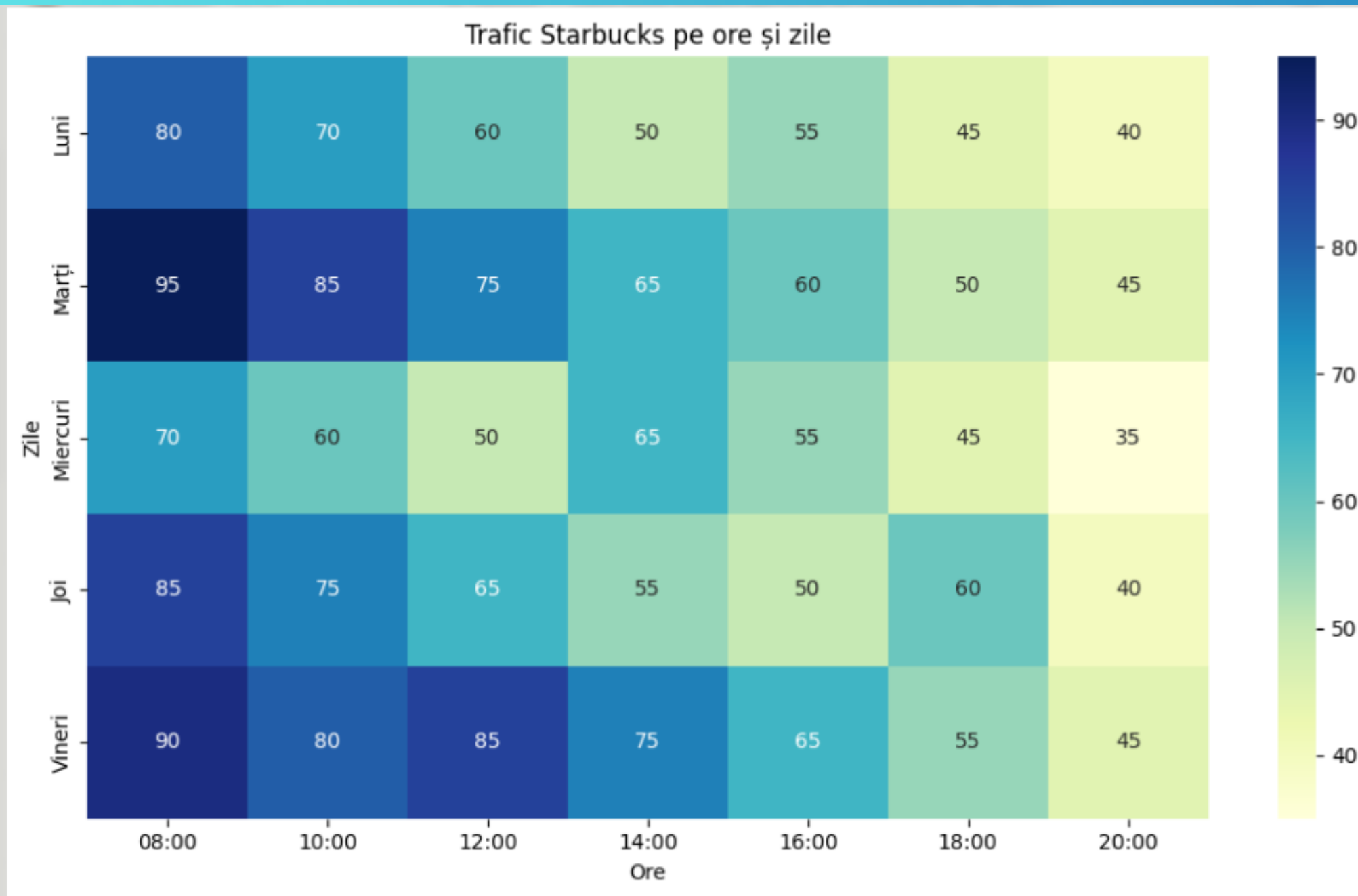
- Vizite → Comenzi finale → Recenzii:
- Vizite pe site: 150,000 → Adăugare în coș: 50,000 → Finalizare comandă: 20,000 → Recenzii post-comandă: 5,000.

Industrie: Horeca (Restaurante)

Companie: Starbucks România

Perioadă: Februarie 2024 - August 2023

Starbucks a dorit să identifice orele de vârf pentru vizitele pe site-ul lor dedicat comenzilor online și rezervările din restaurantele fizice. Heatmap-ul creat arată că dimineața devreme (08:00–10:00) și prânzul (12:00–14:00) sunt cele mai aglomerate perioade ale zilei, iar traficul scade semnificativ seara târziu (după ora 20:00).



Mod de lucru:

- Am colectat date despre trafic din Google Analytics.
- Am utilizat Heatmap Chart pentru vizualizarea clară a intensității traficului în funcție de zi și oră.

Rezultate cheie:

- Trafic ridicat dimineața devreme (+30%) și la prânz (+40%).

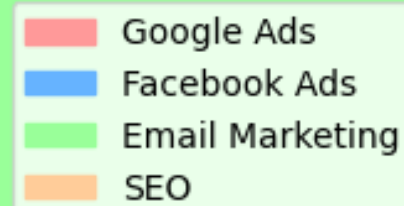
Industrie: Retail Fashion

Companie: H&M România

Perioadă: August 2023 - Octombrie 2023

H&M a dorit să aloce bugetul eficient între mai multe canale publicitare, inclusiv Google Ads, Facebook Ads, Email Marketing și SEO. Treemap-ul creat arată proporțiile bugetului alocat fiecărui canal publicitar și impactul acestora asupra ROI (Return on Investment). Campaniile Google Ads au avut cea mai mare alocare (€60,000), dar Facebook Ads au generat cel mai mare ROI (+40%).

Treemap - Distribuția bugetului pe canale pentru H&M



Mod de lucru:

- Am analizat performanța fiecărui canal publicitar pe baza datelor istorice.
- Am ajustat bugetele săptămânal în funcție de rezultate intermediare.

Rezultate cheie:

Buget total alocat:

- Google Ads: €60,000 → ROI +35%.
- Facebook Ads: €40,000 → ROI +40%.
- Email Marketing & SEO combinate: €40,000 → ROI +25%.

- În cadrul proiectelor prezentate, am demonstrat abilitatea de a analiza date complexe, de a optimiza campanii publicitare și de a genera rezultate măsurabile pentru clienți din diverse industrii. Fiecare grafic reflectă o abordare personalizată și orientată spre performanță, cu accent pe maximizarea ROI (Return on Investment) și îmbunătățirea experienței utilizatorilor. Rezultate cheie: Creșterea conversiilor cu 50% pentru MedLife prin campanii PPC optimizate.
- Reducerea costurilor per conversie cu 25% pentru Bitdefender prin strategii PPC eficiente.
- Creșterea traficului organic cu 40% pentru Altex datorită unei campanii SEO intensive.
- Optimizarea bugetului publicitar pentru H&M, generând un ROI de +40% pe Facebook Ads.

Aceste proiecte demonstrează expertiza mea în gestionarea campaniilor PPC, analiza datelor și implementarea strategiilor multi-canal care aduc valoare reală clienților.

Semian Iulian – Specialist
PPC/Marketing Digital

Portfolio 2021 – 2024

Contact

Pentru mai multe informații sau pentru a
discuta despre cum pot contribui la succesul
afacerii dumneavoastră.
Aștept cu interes să colaborăm!



WEBSITE

www.marketingsolution.ro



CONTACT

+40799057841



EMAIL

contact@marketingsolution.ro