



BEYOND ROAS

**How Data - Driven Techniques
Maximises Ecommerce Profitability**





Dimitris Andreadakis

Web Analytics | Tracking | Reporting | CRO

Knowcrunch: Digital Marketing Instructor

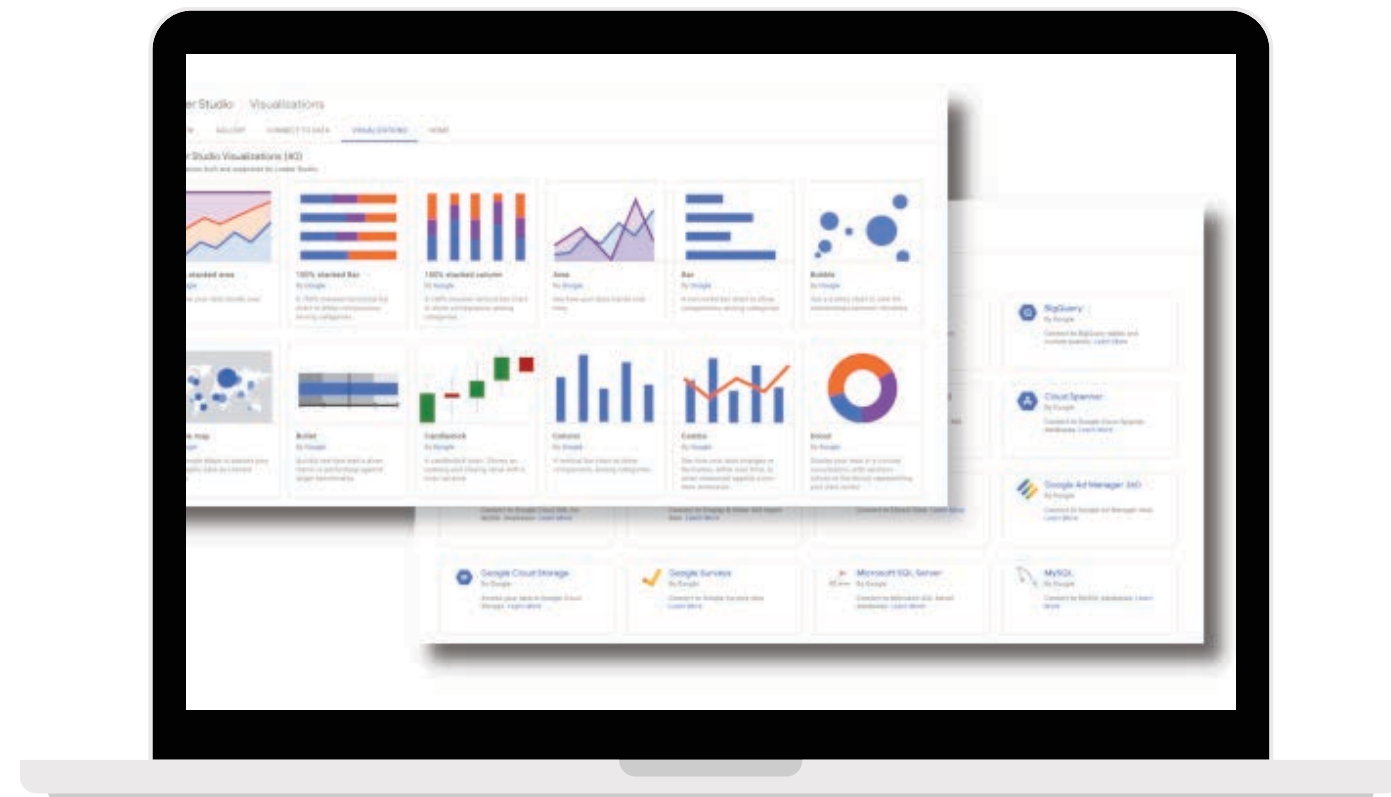
Ferryscanner: Martech Specialist / Analyst

Freelancer: Web Analytics & Business Consultant

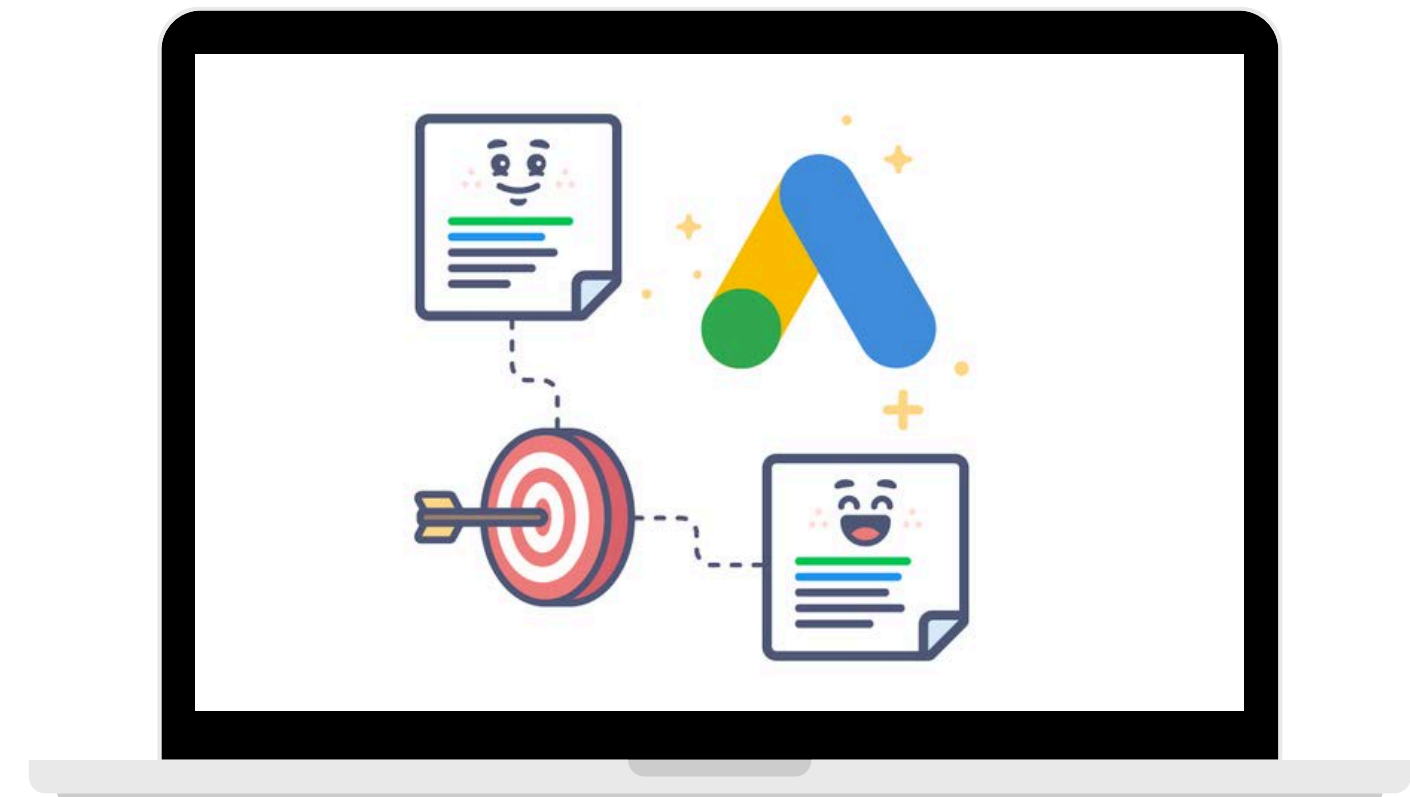


Why Data are important?

Reporting &
Strategy

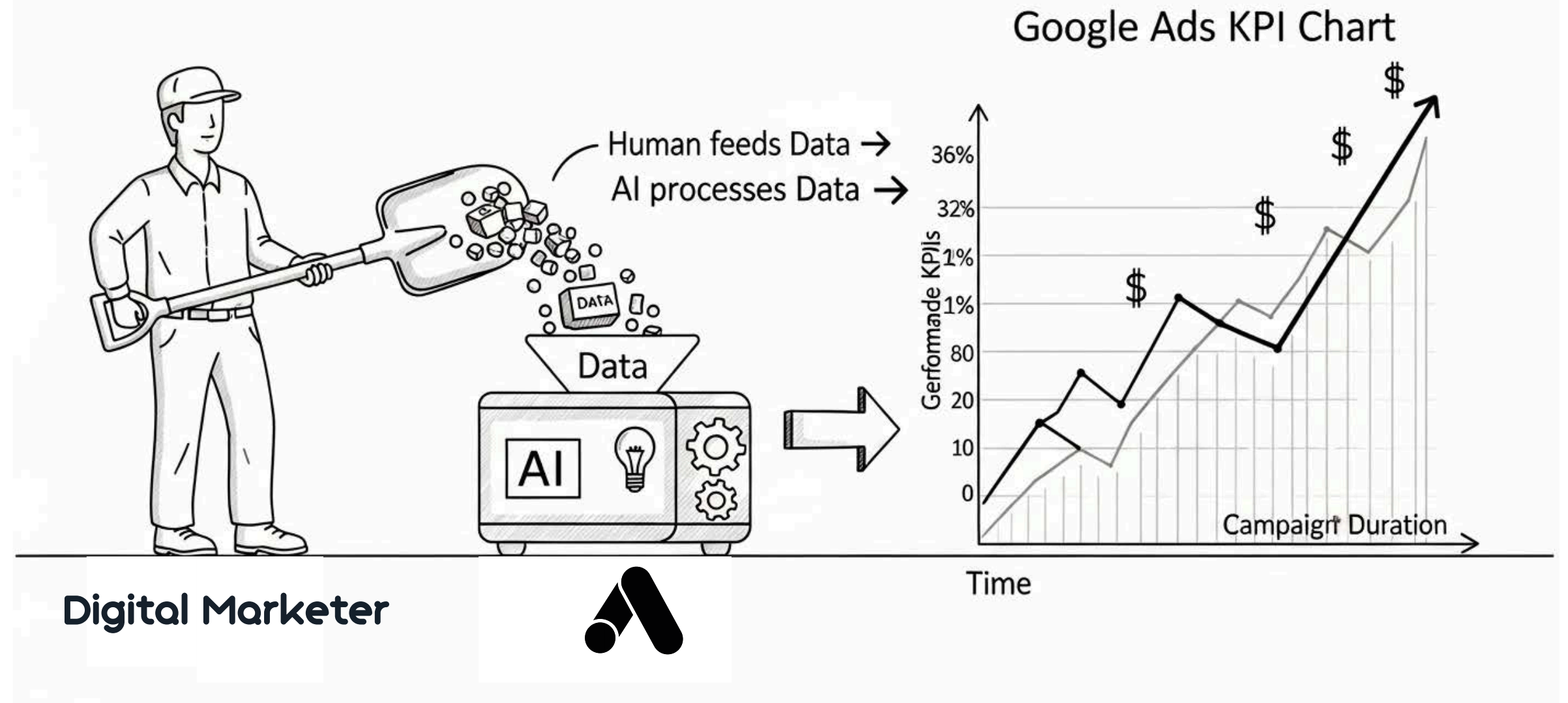


Performance
Optimization & Targeting



Quality of Data Matters

- Conversion Tracking
- Audience Targeting
- Continuous Performance Improvement
- Smart Bidding Optimization
- Attribution & Reporting



Google Ads Bid Strategy / Target Options



Maximize Conversion Value: Στοχεύει στο να φέρει όσο το δυνατόν μεγαλύτερο συνολικό conversion value (π.χ. revenue) από τις αγορές.

Target ROAS (tROAS): Στοχεύει στο να μεγιστοποιήσει την απόδοση των διαφημιστικών δαπανών σύμφωνα με ένα συγκεκριμένο ROAS στόχο.

PROBLEM WITH ROAS IN E-COMMERCE

ROAS ≠ Profit → Δίνει έμφαση σε τζίρο, όχι καθαρό κέρδος.

ROAS ≠ Customer Value → Δεν λαμβάνει υπόψη LTV ή νέους πελάτες.

ROAS ≠ Growth → Μπορεί να περιορίσει expansion και scaling.

Συχνά οδηγεί σε λάθος βελτιστοποίηση και “profit killers”, όπου budget κατευθύνεται σε προϊόντα ή πελάτες που δεν φέρνουν πραγματική αξία.



Google Ads Bid Strategy / Target Options

POAS (Profit on Ad Spend)

Target POAS (tPOAS): Στοχεύει στο να μεγιστοποιήσει το κέρδος των διαφημιστικών δαπανών σύμφωνα με ένα συγκεκριμένο POAS στόχο.

OPPORTUNITY WITH POAS IN E-COMMERCE

POAS = Profit → Δίνει έμφαση στο καθαρό κέρδος, όχι μόνο στα έσοδα.

POAS ≠ Vanity Metrics → Δεν επηρεάζεται από clicks ή impressions χωρίς κέρδος.

POAS = Sustainable Growth → Βοηθά στην κερδοφόρα επέκταση και scaling.

Example Case - POAS

Online Mini Market

Ένα μικρό ηλεκτρονικό κατάστημα που πουλάει τσιγάρα, επώνυμες μάρκες και ντελικατέσεν προϊόντα. Το κατάστημα συνδυάζει καθημερινά προϊόντα με premium επιλογές για πιο απαιτητικούς πελάτες. Η πρόκληση της online δραστηριότητας είναι ότι ορισμένα προϊόντα έχουν πολύ χαμηλό περιθώριο κέρδους, ενώ άλλα προϊόντα έχουν υψηλό κέρδος αλλά μικρότερο όγκο πωλήσεων.

PRODUCT SEGMENTATION

Προϊόντα Καπνού



High Volume



Low Profitability

5-8%

Επώνυμες Μάρκες



Medium Volume



Medium Profitability

15-40%

Ντελικατεσεν Προϊόντα



Low Volume



High Profitability

25-60%

Προϊόντα Καπνού

Επώνυμες Μάρκες

Ντελικατεσεν
Προϊόντα

ROAS
Optimized for Revenue

$$1.000\text{€} \times 6 \text{ ROAS} \\ = \\ 6.000\text{€}$$

Profit = ???

POAS
Optimized for Profit

$$1.000\text{€} \times 2 \text{ POAS} \\ = \\ 2.000\text{€}$$

Profit = 1.000€


Google Ads Bid Strategy / Target Options

NCA (New Customer Acquisition)

New Customer Acquisition: Στοχεύει στο να δημιουργήσει πωλήσεις από νέους πελάτες.

OPPORTUNITY WITH NCA IN E-COMMERCE

Μαθαίνει στο Google Ads να βρίσκει νέους πελάτες, όχι repeat buyers.



Example Case - New Customer Acquisition

Monthly MEALS

Μια εταιρία που προσφέρει μηνιαία συνδρομητικά γεύματα, παρέχοντας πακέτα για εργαζόμενους, φοιτητές ή οικογένειες. Η επιχείρηση λειτουργεί με μοντέλο συνδρομής, όπου προσπαθεί να προσεγγίσει νέους πελάτες και δεν θέλει να δαπανάει budget για να φέρνει τους ήδη πελάτες της

CUSTOMER SEGMENTATION

Wasting ad spend on
existing customers



Optimized for
New Customers

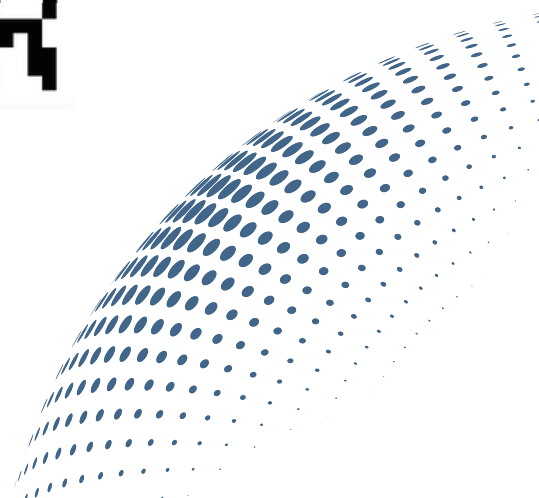


Thank you!

Free Consultation Section



 dimitrisandreadakis.com



Masterclass in Digital & AI Marketing, E-learning Self-paced e-learning course, 2025

2006 students

[OVERVIEW](#)

[TOPICS](#)

[INSTRUCTORS](#)

[TESTIMONIALS](#)

[FAQ](#)

[ENROLL NOW](#)



Course
duration
114.3
total hours



Course
access
duration
8
months



Course
language
Στα Ελληνικά (in
Greek)



Course
delivery
100% video-on-
demand self paced
e-learning



Course
certification
Professional
Diploma in Digital
Marketing



Also took
this course
577
students



Win a free
scholarship
Masterclass in
Digital & AI
Marketing,
E-Learning

[Knowcrunch.com](https://www.knowcrunch.com)