

**Перевели сеть магазинов женской одежды  
«Франческо Донни» из запрещенной соцсети  
во ВКонтакте**

И сохранили продажи на прежнем уровне





# Клиент

Интернет-магазин «Франческо Донни»

Специализация — женская одежда.

Каталог более тысячи товаров





# Задача

1. Перенести продажи из запрещенной соцсети во ВКонтакте
2. Выйти на окупаемость рекламы, которая была в запрещенной соцсети





# Разрабатываем стратегию

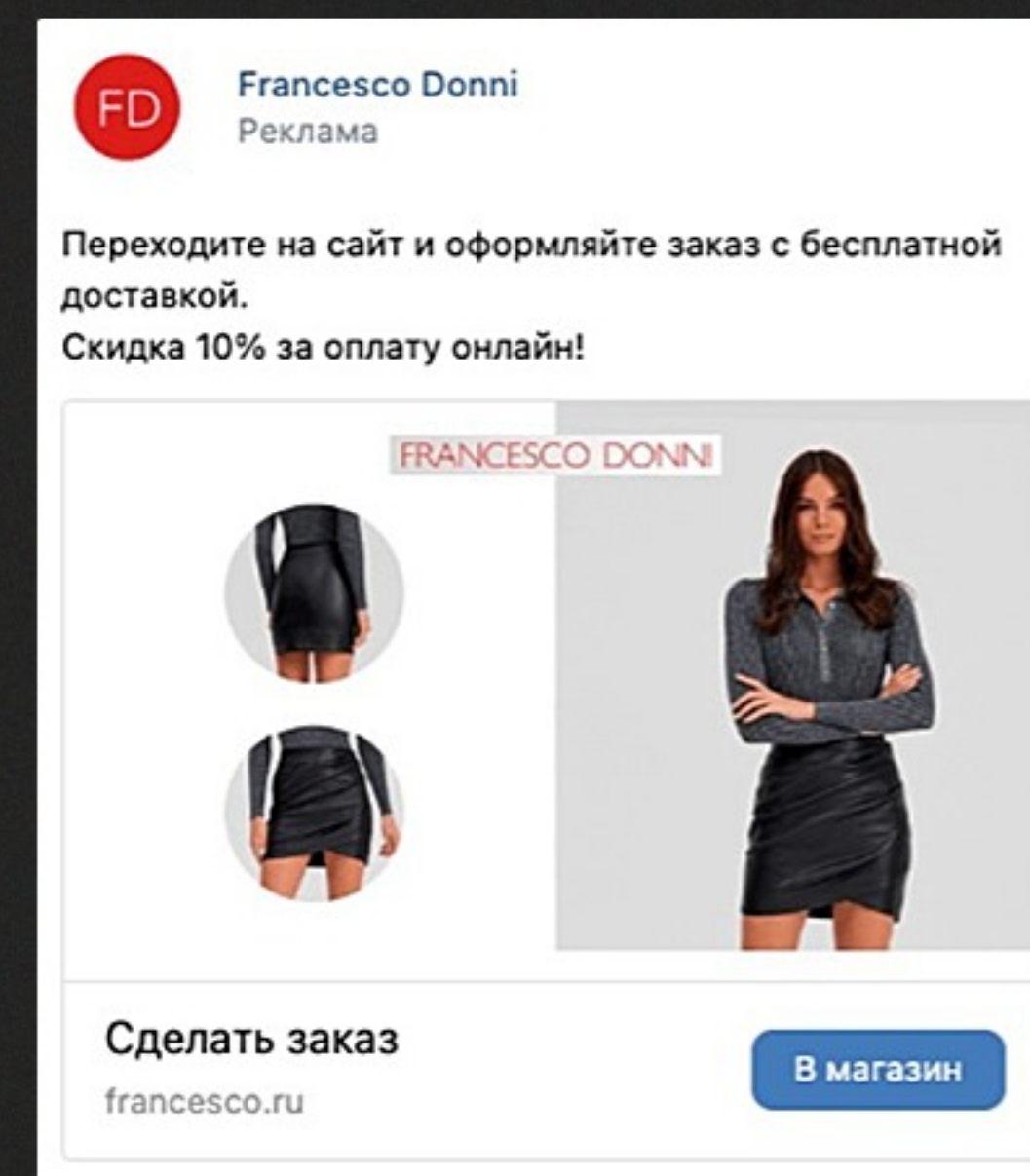
1. Проанализировали работу конкурентов.
2. Оценили работу рекламщиков и таргетологов в продвижении сообществ со схожей тематикой.
3. Разработали стратегию продвижения.
4. Презентовали и согласовали стратегию с заказчиком.





# Тест: Объявление на Сайт

Ведём пользователей,  
которые пока не знакомы  
с магазином сразу на сайт



FD Francesco Donni  
Реклама

Переходите на сайт и оформляйте заказ с бесплатной доставкой.  
Скидка 10% за оплату онлайн!

FRANCESCO DONNI

Сделать заказ  
francesco.ru

В магазин





# Результаты теста Объявление на Сайт

Получили несколько переходов на сайт  
и ни одного заказа





# Выводы теста Объявление на Сайт

Попытка вести людей сразу на сайт, как в запрещенной соцсети, не сработала.

В 80% случаев пользователи ВКонтакте сначала хотели изучить сообщество магазина одежды, а затем переходили на сайт.





# Тест: Объявление на Сообщество ВК

Предлагаем пользователям,  
которые пока не знакомы с магазином,  
перейти в сообщество  
и там оформить заказ.



FD Francesco Donni (обувь и одежда) Реклама Продвигается \*\*\*

Роскошь в каждой детали!  
☺  
Одежда Francesco Donni продумана до мелочей: каждая найдет образ для души.

Переходите в сообщество и оформляйте заказ с бесплатной доставкой.

А еще мы подарим вам скидку 10% при оплате VK pay!

Перейти в сообщество: <https://vk.com/francescodonniru>

Платье <http://vk.com/market-48764705?q=платье&section=al..>

FRANCESCO DONNI

Весенняя коллекция  
от Francesco Donni

The advertisement features a woman in a white dress on the right side. On the left, there are two circular images showing different views of the dress. The background is light with pinkish-red accents.



# Результаты теста Объявление на Сообщество ВК

Люди на 27% чаще стали переходить в сообщество,  
но ничего не покупали.





# Выводы теста Объявление на Сообщество ВК

Людям привычнее делать заказ  
на сайте интернет-магазина, чем во ВКонтакте.

Решили вести людей из ВКонтакте на сайт  
по стратегии в несколько касаний.





# Тест: Стратегия в два касания

1. Сначала запустим рекламу на холодную аудиторию и соберем в базу людей, которые ее увидят.
2. Затем в рекламе покажем теплой аудитории товар, который её заинтересовал или может заинтересовать. Клиент снова перейдет на сайт и совершит покупку





# Первое касание

Стояла задача перевести людей из холодной аудитории в теплую по минимальной цене.

Для этого создали рекламные объявления с сезонными подборками товаров.

Для подборки выбрали товары, которые пользуются популярностью в этом сезоне. Посмотрели, что люди ищут в поисковиках за последние 7 дней и предложили купить им эти вещи в нашем интернет-магазине.





# Второе касание — динамический ретаргетинг

Динамический ретаргетинг показывает в рекламе клиентам те товары, которые они просматривали.

Если пользователь искал куртку, то реклама ему показывала куртку, которую он смотрел или похожую.





# Результат динамического ретаргетинга

Покупок совершено: **67**

Сумма покупок: **430 901 ₽**





# Второе касание — реклама классических постов

Подписчики сообщества не всегда видят посты, которые в нем выходят. Поэтому решили часть постов из группы запустить в рекламу.





# Результат рекламы классических постов

Покупок совершено: **19**

Сумма покупок: **169 380 ₹**





# Результаты работы по стратегии в два касания:

Реклама на холодную аудиторию:  
8 покупок на 44 342 ₽

Динамический ретаргетинг:  
67 покупок на 430 901 ₽

Реклама классических постов:  
19 покупок на 169 380 ₽





# Общие результаты продвижения

1. Сделали сообщество во ВКонтакте площадкой, которая приводит клиентов на сайт.
2. Вышли на уровень окупаемости близкий к тому, который был в запрещенной соцсети и продолжаем работать над снижением рекламных расходов.





# Дальнейшие планы

1. Протестировать инструмент автопродвижение товаров во ВКонтакте.  
Автопродвижение работает также как динамический ретаргетинг, только с товарами, которые размещены в сообществе во ВКонтакте.
2. Проанализировать интересы подписчиков сообщества магазина одежды.  
Посмотреть в каких сообществах состоят подписчики и настроить рекламу на схожие тематики.





# Аудиоотзыв клиента о нашей работе

