

**Получили более 1400 заявок и 330 продаж
в товарной нише подарков**

во ВКонтакте за 2 месяца



Клиент

Ниша подарков*

*С заказчиком заключен договор NDA (соглашение о неразглашении), поэтому публикуем информацию без указаний бренда и товаров.



Задача

1. Увеличить количество продаж во Вконтакте
2. Получить продажи стоимостью до 600 ₺
3. Построить стратегию работы с таргетом, ретаргетом и базой клиентов
4. Получить KPI за обращение:
100 ₺ из тёплой аудитории
150 ₺ из холодной аудитории



Разрабатываем стратегию

1. Изучили посадочные площадки заказчика и его товар, выдали рекомендации по улучшению группы.
2. Нашли и проанализировали кейсы по данной тематике и около неё.
3. Разработали медиаплан, в котором подробно расписали стратегию ведения рекламной кампании.
4. Создали схему продуктовой линейки



Разрабатываем стратегию

1. Выделили основные сегменты и подготовили аудитории по интересам.
2. Проанализировали боли, страхи и возражения целевой аудитории.
Создали офферы для рекламных объявлений.
3. Проработали стратегию для привлечения потенциальных клиентов
через ретаргетированную рекламу.



Тестируем новые форматы

По запросу заказчика протестировали
новые форматы рекламы:

1. Клипы во ВКонтакте
2. Универсальная запись с триггерными словами
3. Текстово-графический блок



Результаты тестирования новых форматов

Рекламный бюджет: 63 545 ₽

Переходы: 1 267

Обращений получено: 143

Стоимость обращения: 411 ₽



Выводы по тестированию новых форматов

Решили приостановить работу по продвижению товаров с помощью новых форматов, так как они не давали нужного результата.

2. Клипы во ВКонтакте не сработали, потому что большинство пользователей ЦА заказчика не проводят свое время в клипах ВК.

3. Универсальная запись с триггерными словами привела заявки по стоимости в 2,5 раза выше, чем КРІ.

4. Текстово-графический блок не дал результата, потому что большинство пользователей сидят во ВКонтакте через телефон, а формат ТГБ показывается только в десктопной версии.



Делаем акцент на ценности товара

Благодаря пониманию ценности продукта, приняли решение не создавать объявления на каждый праздник или повод отдельно, а разделили посты по трансляции ценностей.

Предположили, что таким образом сможем охватить больше целевой аудитории, чем если будем привязываться к конкретному празднику.



Ценности продукта, которые транслировали в рекламе

1. Подарок не будет пылиться на полке
2. Подарок недорогого стоит
3. Уникальность подарок



Аудитории для запуска рекламы с ценностями продукта

1. Заинтересованная (Look-a-like) аудитория
2. Позитивная отреагировавшая аудитория

Эти аудитории являются целевыми
с точки зрения теплоты аудитории к продукту.

Если объявления покажут хорошие результаты на тёплых аудиториях,
то масштабируем их на прохладные аудитории.



Масштабирование объявлений

Объявления, которые показали лучшие результаты, масштабировали на другие аудитории.

1. Аудитория подписчиков сообщества
2. Заинтересованная аудитория
3. Ключевые запросы
4. Конкуренты
5. Скоро День Рождения
6. База заказчика из тех пользователей, что не купили



Результаты за 2 месяца работы

Рекламный бюджет: **240 980 ₹**

Заявки: **1 443**

Средняя стоимость обращения: **167 ₹**

Продано: **331 товар**

Общая конверсия в покупку: **23%**

Нам удалось снизить стоимость заявки из тёплой аудитории.

Число продаж из ВКонтакте выросло
и заказчик остался доволен нашей работой.



Дальше в планах протестировать

1. Формат отзывов:

С помощью этого формата мы хотим показать пользователям опыт покупки других людей и то, насколько они остались довольны.

Данный формат будет выступать в качестве нативной рекламы, которая помимо трансляций наших преимуществ и удобств сервиса будет также поднимать лояльность к бренду.

2. Формат клипов на стене сообщества:

Клип ВКонтакте под трендовую музыку будет выступать в качестве стандартного видео.

Таким образом, мы расширим количество целевой аудитории трансляцией клипов не только в специальном разделе, но и в ленте новостей пользователей.



Аудиоотзыв клиента о нашей работе

Отзыв от владельца интернет-магазина (ниша: подарки, товарный бизнес)

Отзыв клиента

