



улыбка радуги  
-----

+33%  
К Выручке

с одного клиента  
и первые в нише  
по вовлечению





О клиенте

сеть магазинов бытовой химии, включающая более 1000 магазинов, в регионах Северо-Западного, Центрального, Приволжского федерального округа;

ключевой город присутствия — Санкт-Петербург;

основные конкуренты — крупнейшие российские и международные сети магазинов косметики и бытовой химии: «Магнит Косметик», «Лэтуаль», «Золотое яблоко», «Рив Гош» с большими бюджетами на маркетинг.

chizhov.io

**УЛЫБКА РАДУГИ**





## Задачи

В 2018 году начинали сотрудничества с простого создания контента во «ВКонтакте» и создания базы лояльных клиентов в рассылке.

В апреле 2020 года после введения ограничений по CoVID-19 начали выстраивать новую стратегию перфоманс-маркетинга. Сначала работали над увеличением продаж интернет-магазина, а потом, после снятия основных ограничений, вели пользователей в офлайн-магазины.

В 2021 году разработали стратегию O2O-маркетинга, которая привлекает аудиторию соцсетей в программу лояльности, увеличивает ежемесячную выручку в расчете на 1 клиента и количество чеков в месяц. Также взяли на себя продвижение в Instagram\*, мессенджер-маркетинг, разработали социальный проект «Кайфуйте! Жизнь одна».

С 2022 года после блокировки Instagram\* продолжаем работать над привлечением аудитории в программу лояльности из «ВКонтакте» и мессенджеров.



\* деятельность организации Meta Platforms Inc, ее продуктов Instagram и Facebook запрещена в Российской Федерации.



Целевая аудитория

Широкий круг пользователей соцсетей со средним доходом и ниже среднего в городах присутствия бренда «Улыбка радуги».



# 1 этап: номер один в нише по вовлечению «ВКонтакте»

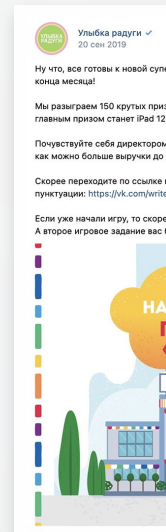
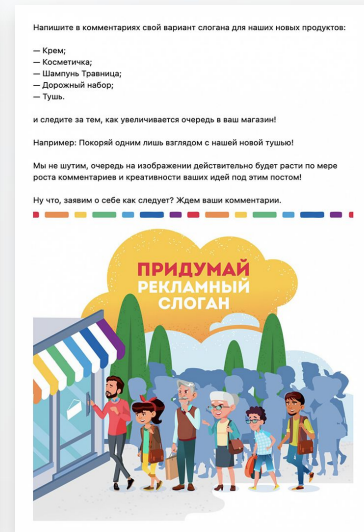
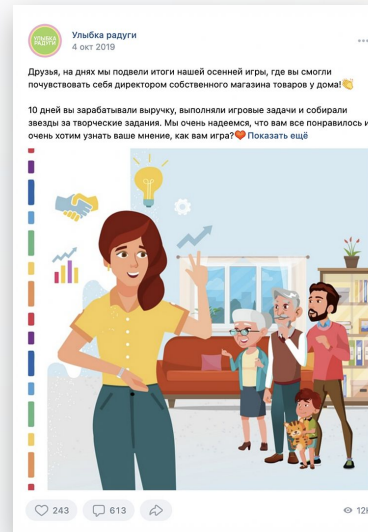
До начала работ по вовлечению аккаунт «Улыбки радуги» уступал конкурентам.

В течение года мы провели три игры, которые сделали партнера номером один в нише по вовлечению. Первоначальный KPI перевыполнили в 20 раз.

**3,16 млн**  
общий охват  
трех игр

**1,5 млн**  
комментариев

**до 64,4%**  
ERview постов





## 2 этап: разработка антикризисной стратегии во время ограничений по CoVID-19

Проанализировали статистику продаж и выстроили оптимальную воронку: привлекали людей в интернет-магазин для оформления доставки.

Работали по базе, которую собрали в рассылке в ходе проведения онлайн-игр. Лояльная аудитория сразу дала высокие результаты.

**1,6 млн ₽**  
месячные продажи  
через интернет-магазин

**44 раза**  
рост в сравнении  
с АПП





### 3 этап: разработка стратегии O2O- маркетинга

После снятия ограничений провели опрос и выяснили, что 90% пользователей соцсетей предпочитают покупать в обычных магазинах. При этом об акциях больше половины узнают в соцсетях.

Мы перестроили стратегию и предложили пользователям делать покупки офлайн по купонам.

# 37 тыс.

продаж  
по купонам

# 12,5 млн Р

продажи  
по купонам

25 августа 2021

**Улыбка радуги** 16:12  
**СКИДКА 50% НА ГЕЛИ ДЛЯ СТИРКИ**

С 16 по 31 августа «Улыбка радуги» дарит всем своим покупателям **скидку 50% ✨** на гели для стирки Persil, Ласка, Ariel, Losk, Tide, Vimax и другие.

Переходите по ссылке и приобретайте акционные товары по привлекательной цене 🌈

<https://senler.ru/a/1m08rj5egx/413768278>

Бренд	Исходная цена	Скидка 50%
Persil	637p	318p
Ласка	349p	174p
Ariel	699p	260p

Скидки действуют с 16 по 31 августа

**Улыбка радуги**

16 января 2020

**Улыбка радуги** 19:08  
11 января был международный день "Спасибо" и в честь праздника мы хотим сделать вам подарок: купон на 15% скидку от суммы чека! 🌈

Скидка не суммируется с другими акциями и действует до конца этого месяца. 🌈

**Улыбка радуги**  
15% на весь чек по купону  
11-31 января

СПАСИБО, что Вы с нами!

Переходите по ссылке, чтобы выбрать что-нибудь для себя: <https://vk.cc/aJHmdn>

**Улыбка радуги** 19:08  
Новый год е...  
Только 5 янв...  
«Улыбка рад...  
на один това...  
\*акция не де...

Улыбка радуги  
15% на весь чек по купону  
11-31 января

Ждем вас в асортименте  
<https://vk.cc/>





Затем мы переработали этот подход, потому что купоны не позволяют учитывать продажи с учетом LTV.

В нише товаров для дома прибыльность зависит от среднего чека, ARPU (средней выручки от 1 клиента в месяц), количества чеков в месяц.

По нашей гипотезе, рассылка увеличивает ARPU и количество чеков в месяц.

Чтобы доказать гипотезу, мы интегрировали соцсети в программу лояльности.

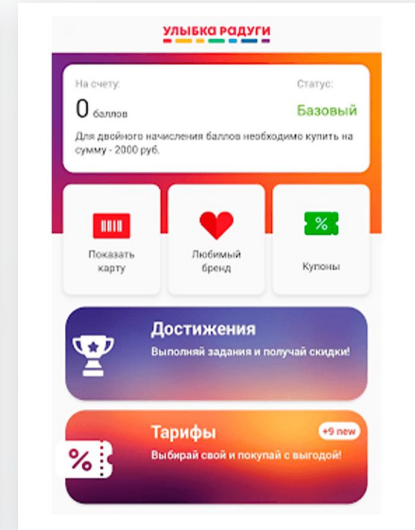
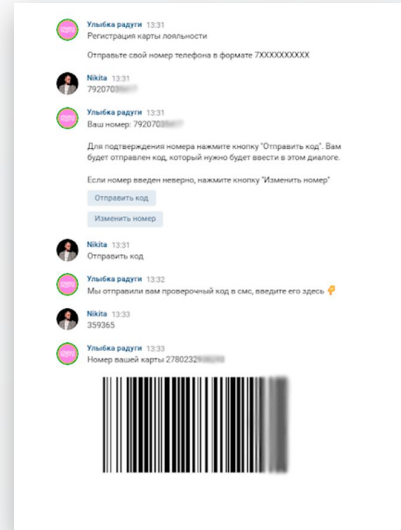
Для этого разработали чат-бот, который позволяет зарегистрировать карту прямо в соцсетях.

**2,86 (+60%)**

Кол-во чеков в месяц  
по одному клиенту  
в среднем по сети и в рассылке  
(сравнение за период 11.2021)

**1100 Р (+33%)**

ARPU в среднем по сети  
и в рассылке  
(сравнение за период 11.2021)





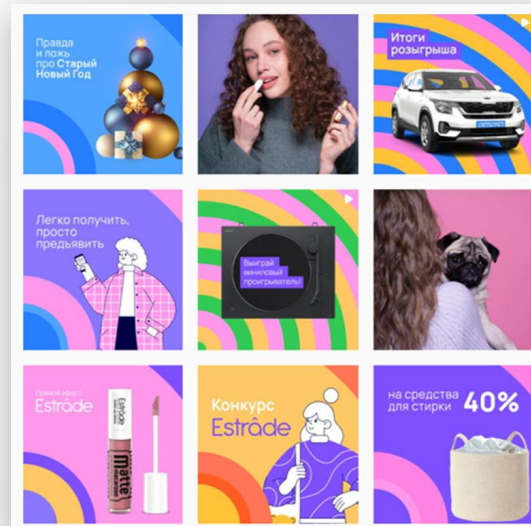
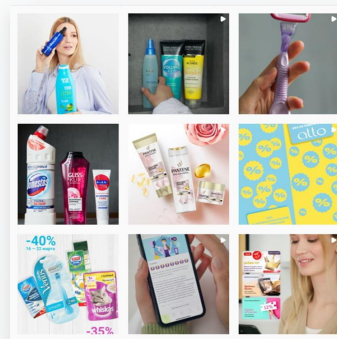


## 4 этап: взяли на себя продвижение в Instagram\*

У партнера уже был аккаунт в Instagram\*, но результаты по другим направления убедили доверить нам и это.

Мы перестроили подход к визуалу, сделали аккаунт партнера более ярким, индивидуальным и запоминающимся.

Также адаптировали для Instagram\* стратегию, которая ранее показала свою эффективность «ВКонтакте».





# 5 этап: разработка креативного спецпроекта

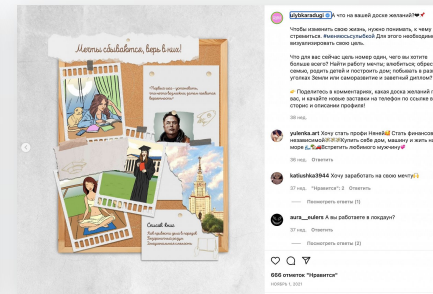
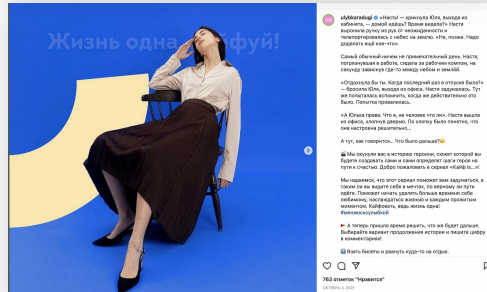
Разработали креативный спецпроект, который транслировал идею стремления к мечте и заботы о себе. Он включал несколько составляющих.

игра-сериал «Кайф is...», в которой голосование подписчиков определяло будущее героини

коллаборации с блогерами, которые круто изменили свою жизнь, и людьми необычных профессий

прямые эфиры с косметологами, психологами и другими специалистами

онлайн-шоу по преображению с участием популярного визажиста Юрия Столярова





## И это еще не всё!



**Организовали** профессиональную рекламную фотосъемку для контента в соцсетях



**Запустили** работу по HR-направлению и привлекли из соцсетей 5,6 тысяч соискателей на вакансии для магазинов «Улыбки радуги» в разных регионах России. Искали директоров магазинов, кассиров, работников склада.



**Провели** «Битву районов» для подписчиков из Санкт-Петербурга, в которой приняли участие более 6,5 тысяч человек.



**Организовали и провели** офлайн-мероприятия в Санкт-Петербурге.



## Общие результаты работы

# более 50 млн

совокупный охват  
во всех соцсетях

# 0,9 Р

средняя цена  
контакта в соцсетях

# 1 место\*

среди конкурентов  
по ERview

# +60%\*\*

увеличение частоты  
продаж на 1 клиента

# +33%\*\*

увеличение  
ARPU

# +430%\*\*\*

увеличение доли онлайн  
в структуре продаж

\* по итогам 2021 года

\*\* в сравнении со средними по сети показателями

\*\*\* по итогам 2020 года