goahead x ЦИАН

Как мы не просто сохранили, но кратно увеличили объемы трафика в условиях отключения каналов

Вводная задача от заказчика, проблематика, цели

Работа по проекту для онлайн-сервиса по поиску недвижимости ЦИАН началась в турбулентном 2022 году. Ключевые каналы тогда отключались один за другим. Нам предстояло найти новые источники трафика.

При этом перед нами стояли достаточно классические задачи, которые не учитывали реалии меняющегося рынка:

- Масштабирование закупки трафика без увеличения цены за событие;
- Повышение качества трафика и увеличение конверсии в целевое действие.

Реализация кейса

Действовать было необходимо оперативно. На фоне отключения большинства каналов нам нужно было быстро принимать совместные решения.
Поэтому в плотном взаимодействии с командой клиентам мы генерировали гипотезы и оперативно их внедряли, чтобы оценивать эффективность и получить нужные KPI, сохранив максимум бюджета.

Реализация кейса

Мы стартовали сразу в нескольких направлениях:

1. **Смена модели закупки трафика**

В поисках лучшего решения оптимизировали кампании по разным показателям: CPI, CPA, Lowest Cost, Cost Cap.

За счет смены модели закупки с CPI на CPA мы смогли привлечь более качественную и платежеспособную аудиторию и снизить стоимость целевого события. При этом мы отсеяли наименее релевантные гео и начали сегментировать аудиторию по регионам — это усложняло задачу, но позволяло оптимизировать расходы клиента.

Реализация кейса

2. Поиск и тестирование альтернативных источников

Чтобы заменить ушедшие каналы и не потерять в объемах трафика, мы перераспределили бюджет на следующие источники:

- VK Реклама — у нас была возможность протестировать канал в бета-режиме;
- In-app;
- Petal Ads (ex. Huawei Ads);
- Xiaomi Ads.

Реализация кейса

3. Тестирование новых подходов креативной коммуникации

Для достижения KPI не боялись тестировать подходы в создании креативов — использовали разные УТП, CTA. Тестировали, находили и масштабировали успешные. Это стало возможным благодаря плотному взаимодействию с командой на стороне клиента, которая максимально оперативно реагировала на наши предложения.

Реализация кейса

4. Тестирование сегментов аудитории

Мы также тестировали сегменты ЦА — Look-alike, ретаргетинг, интересы, парсинг аудитории, контекст аренда/покупка.

В результате многочисленных тестов и проверок гипотез мы выявляли наиболее успешные подходы, которые применили в кампании, — это помогло нам значительно выйти за рамки плановых KPI.

Результаты сотрудничества

Несмотря на турбулентный период нам удалось получить достойные результаты. Не только сохранить показатели, но и значительно их улучшить.

- **x2 рост объемов закупки трафика**
- **x1,75 рост показателя CR**
- **Снижение CPA на 19%**

Заключение

Благодаря многолетнему опыту ведения кампаний мы смогли быстро среагировать на изменения, которые никто не мог предположить. Оперативно найти, протестировать и запустить новые каналы, в которых мы продолжаем работать и по сей день.

В процессе мы протестировали различные стратегии, чтобы добиться лучших результатов. Опробовали разные подходы по созданию креативов, подбору каналов, аудитории, гео. В итоге нам не просто удалось сохранить хорошие показатели в сложный период, но значительно их увеличить. А кроме того — наладить еще более тесный контакт с клиентом, потому что именно такие кейсы особенно сближают.