

# ФОРМУЛА УСПЕХА ДЖУМ + КРЕОФОРМАНС-АГЕНТСТВО HUNTERMОВ:

ДВУКРАТНЫЙ РОСТ  
ВЫРУЧКИ И ПРОДАЖ



# О КЛИЕНТЕ:

Джум — это универсальный маркетплейс, где можно заказать разные товары: одежду, обувь, электронику, украшения и многое другое. Покупатели оформляют заказы на сайте и в мобильном приложении.

Компания сотрудничает с нашим агентством HunterMob с момента выхода на российский рынок в 2022 году. За это время мы запускали рекламные кампании в UnityAds, Mintegral, IronSource и ВКонтакте.



# HunterMob

# ЗАДАЧА:

В конце 2024 года клиент обратился к нам с новой задачей — увеличить количество пользователей и объем продаж внутри своего приложения.

HunterMob

# СТРАТЕГИЯ:

**Усилить работу с помощью Яндекс.Директ и запустить Единую перформанс-кампанию или ЕПК.**

ЕПК — новый формат рекламы, в котором можно собрать все виды объявлений в одном месте: обычные тексты, баннеры с картинками, видео и товарные карточки.

На старте согласовали с клиентом условия запуска — размещение без брендовых запросов и ретаргетинга — определили 5 этапов и приступили к работе.

Рекламная сеть Яндекса (РСЯ) охватывает аудиторию 50 000 сайтов и мобильных приложений — это 65 млн человек ежедневно. ЕПК тоже показывается максимально широкой аудитории на разных устройствах: телефонах, планшетах, компьютерах.

HunterMob

# ЭТАП 1:

## Собрали поисковые запросы

Чтобы создать модель с высокой окупаемостью, мы выбирали товары, которые:

- Соответствуют среднему чеку для окупаемости воронки.
- Имеют короткий цикл принятия решения о покупке: увидел — понравилось — купил.
- Не имеют выраженной сезонности, как, например, ласты и сноуборды.

По всем критериям подошли несколько категорий: одежда, обувь, автотовары, рыбалка.

~ 3 000

слов и фраз, по которым пользователи ищут похожие товары или приложения.

# ЭТАП 2:

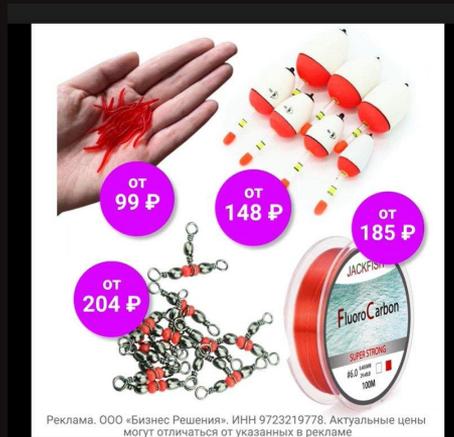
Создали и протестировали креативы под каждую группу

- Показали платья со всех сторон на модели — это не живая девушка, а сгенерированная нейросетью. Так удалось сэкономить на съемках для создания креативов
- В категории товаров для рыбалки рекламировали базовые позиции, сделали акцент на низких ценах
- Чтобы вызвать интерес у людей, которые ищут кроссовки, показали модель, её цену и подчеркнули преимущество — бесплатную доставку



от 1 094 ₺  
~~1 671 ₺~~

Реклама. ООО «Бизнес Решения». ИНН 9723219778. Актуальная цена и размер скидки могут отличаться от указанных в рекламе.



от 99 ₺  
от 148 ₺  
от 185 ₺  
от 204 ₺

Реклама. ООО «Бизнес Решения». ИНН 9723219778. Актуальные цены могут отличаться от указанных в рекламе.



ДЖУМ  
КРОССОВКИ  
ПО НИЗКИМ ЦЕНАМ

от 1 727 ₺  
БЕСПЛАТНАЯ  
ДОСТАВКА

Реклама. ООО «Бизнес Решения». ИНН 9723219778. Актуальные цены могут отличаться от указанных в рекламе. Бесплатная доставка осуществляется в ночные часы.

# ЭТАП 3:

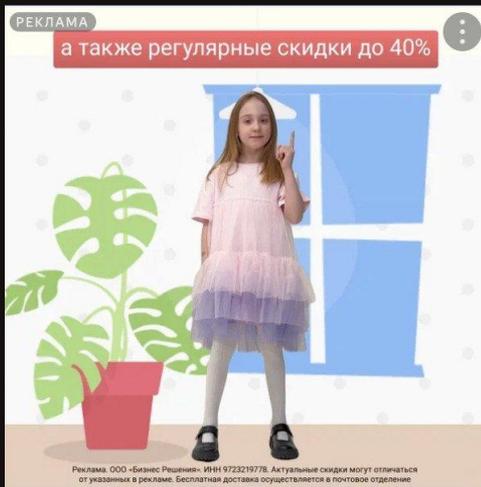
## Написали заголовки и тексты объявлений

На наших креативах заголовки созданы по правилам: соответствовать картинке, подчеркнуть преимущество и выгоду для пользователя. Примеры креативов с эффективными заголовками, которые мы создали для Джум:

- Креатив показывает товар с ценой, а чтобы стимулировать пользователей к действию, мы добавили обратный отсчет
- Заголовок «Маркетплейс дешевых инструментов из Китая» соответствует изображению: на Джум можно купить шуруповерт по такой низкой цене
- Заголовок адаптируется под товар: здесь уже Джум — маркетплейс детской одежды из Китая

РЕКЛАМА

а также регулярные скидки до 40%



Реклама. ООО «Бизнес Решения». ИНН 9723219778. Актуальные скидки могут отличаться от указанных в рекламе. Бесплатная доставка осуществляется в почтовое отделение.

Джум

### Маркетплейс дешевой детской одежды из Китая!

Десятки тысяч товаров на любой вкус с бесплатной доставкой в Россию. Закажи сейчас

Установить

РЕКЛАМА

ДО КОНЦА АКЦИИ ОСТАЛОСЬ:

03:59:56



от 2 526 ₽

Актуальные цены могут отличаться от указанных в рекламе. Бесплатная доставка осуществляется в почтовое отделение. ООО «БИЗНЕС РЕШЕНИЯ», ИНН 9723219778. Реклама.

Джум

### Маркетплейс дешевых инструментов из Китая!

Десятки тысяч товаров на любой вкус с бесплатной доставкой в Россию. Закажи сейчас

Установить

# ЭТАП 4:

## Запустили рекламные кампании

1. Запустили тестовую рекламную кампанию, убедились в корректности настроек интеграции, что Яндекс.Директ получает все события, которые нужно отслеживать для анализа РК: установки, просмотр карточки товара, добавление в корзину, покупки.
2. Структурировали рекламный аккаунт. Правильная структура — основа эффективной работы. Мы распределили ключевые запросы и креативы по разным кампаниям и группам объявлений, чтобы каждая связка работала максимально точно. Такой подход помогает следить за результатами и быстрее находить работающие и неработающие решения.
3. Назначили ставки для целей в РК. Чтобы быстрее собрать нужную статистику, лучше сразу задать ставку повыше — средняя стоимость установки из других источников + 10–15%. Когда система накопит 5–10 первых целевых событий (например, добавлений в корзину), можно переключиться на оптимизацию по этим событиям, при этом установить ставку не ниже предыдущей.



# ЭТАП 5:

## Оптимизировали рекламные кампании

В Яндекс Директе каждая РК обучается отдельно. При запуске новой — не стоит сразу выбирать глубокое целевое событие для оптимизации, например, покупку. Лучше начать с более простых целей — установки приложения или регистрации, если конверсия в регистрацию выше 50%. Это поможет системе быстрее набрать статистику и эффективнее обучиться.

Для Джум мы обучали каждую рекламную кампанию следующим образом:

- Запустили рекламную кампанию с целевым событием «установка приложения».
- Получили 5–10 событий «добавление в корзину».
- Переключили рекламную кампанию на целевое событие «добавление в корзину».
- Получили 5–10 событий «покупка».
- Переключили РК на целевое событие «покупка».

В нашем случае результаты пары отдельных РК на событие «добавление в корзину» оказались **до 5% лучше**, чем на целевое «покупка».

Протестировали автоматическую оптимизацию в Яндекс Директе. Для теста мы запустили пять кампаний без ключевых слов. В этих кампаниях алгоритмы площадки самостоятельно подбирают релевантную аудиторию.

# РЕЗУЛЬТАТ: ▲

В процессе работы над рекламными кампаниями для Джум команда агентства мобильного маркетинга HunterMob:

- проанализировала приложение, товары и аудиторию клиента,
- собрала 3 000 поисковых запросов,
- создала 300 видео и 1 000 статичных креативов,
- составила 2 000 заголовков и текстов объявлений,
- запустила 100 рекламных кампаний,
- привела 500 000 новых пользователей за 5 месяцев.



HunterMob ▲

СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ! ▲

