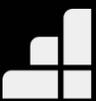
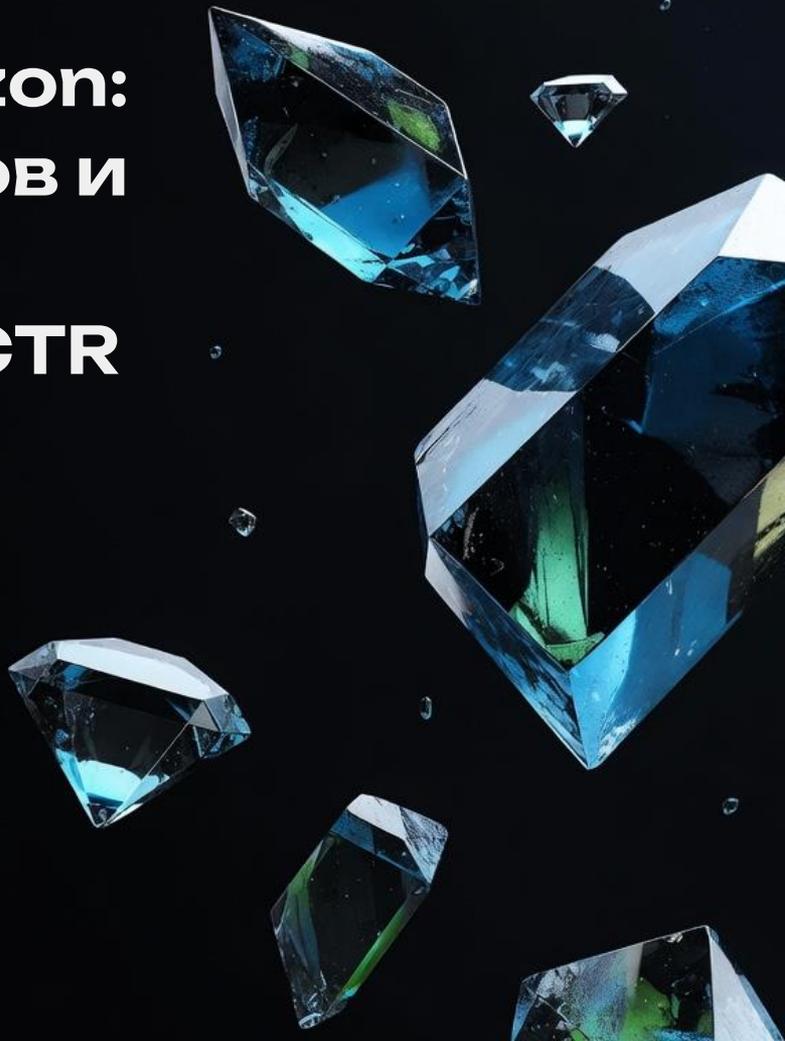


Медийная реклама на Ozon: как через тесты креативов и аудиторий мы помогли **UVI Jewellery** увеличить CTR в 2 раза

сентябрь — декабрь 2025

 i·media



Маркетинговый контекст

UVI Jewellery —

один из крупнейших ювелирных ритейлеров России, лидер в сегменте телешопинга.

Медийное размещение на Ozon с click-out форматом — первый опыт продвижения бренда на этом маркетплейсе.



Кампания запускалась без накопленной статистики по площадке.

Основной фокус: поэтапное тестирование аудиторий, креативов и офферов для поиска наиболее эффективной модели размещения.

Основная задача: найти и масштабировать наиболее эффективную модель медийного продвижения на Ozon, которая приводит качественный трафик и обеспечивает эффективное распределение бюджета.



Ozon: запуск click-out

С сентября 2025 года бренд начал медийное размещение на Ozon.

Маркетплейс стал площадкой для поиска эффективных связей «креатив + таргетинг».

Ключевые направления работы:

- **Сентябрь:** поиск аудиторного ядра
- **Октябрь:** эксперименты с визуальными триггерами
- **Ноябрь – декабрь:** управление конверсией в период пиковых распродаж
- Системный подход к креативам



Поиск аудиторного ядра

Использовали баннеры, адаптированные из ранее подготовленных визуальных материалов. Весь месяц отключали неэффективные таргетинги.

Задача:

Протестировать сегменты в категории «Ювелирные украшения», отсеять нецелевой трафик, найти группы пользователей с оптимальным CTR.

uvi

СКИДКИ до **70%**
НА УКРАШЕНИЯ



uvi

БОЛЕЕ 16 000
ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ
СО СКИДКОЙ до **70%**



uvi

ЧУВСТВЕННЫЕ
УКРАШЕНИЯ,
КОТОРЫЕ ГОВОРЯТ О ВАС



Результат:

Сформирован пул наиболее эффективных таргетингов для дальнейшей работы.



Эксперименты с визуальными триггерами

В октябре отказались от универсальных макетов. Разработали отдельные креативы для Ozon, чтобы выделить бренд в визуально перенасыщенной среде маркетплейса.

Три гипотезы

Сезонный контекст

Баннеры с осенними элементами для создания настроения.

uvi

скидки до **-70%**

УКРАШЕНИЯ, СОЗДАННЫЕ
ДЛЯ ВАШИХ ОСОБЫХ МОМЕНТОВ

РЕКЛАМОДАТЕЛЬ: ООО «ТЕЛЕПРИТЕЛ» ИНН 770726658, ОГРН 10276483090, 127211
ГОРОД МОСКВА, УЛ. ВЕТВИНА, Д. 4, 3/1 4 ПОЯС КИРОВО АС, САЙТ HTTPS://UVI.RU/76/



Product-focus

Акцент на украшениях крупным планом. Убрали лишние детали — продукт становится доминирующим.

uvi

скидки до **-70%**

ПУСТЬ КАЖДОЕ УКРАШЕНИЕ
РАССКАЖЕТ ВАШУ ИСТОРИЮ

РЕКЛАМОДАТЕЛЬ: ООО «ТЕЛЕПРИТЕЛ» ИНН 770726658, ОГРН 10276483090, 127211
ГОРОД МОСКВА, УЛ. ВЕТВИНА, Д. 4, 3/1 4 ПОЯС КИРОВО АС, САЙТ HTTPS://UVI.RU/76/



Визуальная заметность

Контрастные, яркие фоны для борьбы с баннерной слепотой.



uvi

скидки до **-70%**

ИСКУССТВО КРАСОТЫ ДЛЯ ТЕХ,
КТО ЦЕНИТ УНИКАЛЬНОСТЬ

РЕКЛАМОДАТЕЛЬ: ООО «ТЕЛЕПРИТЕЛ» ИНН 770726658, ОГРН 10276483090, 127211
ГОРОД МОСКВА, УЛ. ВЕТВИНА, Д. 4, 3/1 4 ПОЯС КИРОВО АС, САЙТ HTTPS://UVI.RU/76/

Управление конверсией в период пиковых распродаж

Конкуренция за внимание кратно выросла

Черная пятница

11.11

Предновогодний период

При стабильно высоком CTR уровень конверсии (CR post-view) требовал дополнительного усиления.

Что делали

Усиление оффера

Новые креативы с промокодами — к имиджевому визуалу добавили прагматичный стимул к покупке.



Ставка на распродажи

Акцент на популярных на Ozon акциях для привлечения внимания и роста конверсии.



Концентрация на конверсионных регионах

80% всех транзакций приносят определенные ГЕО. Сократили географию показов до этих локаций, сфокусировав бюджет в зонах с максимальной покупательской способностью.



Системный подход к креативам

За период размещения (сентябрь–декабрь) протестировали 30 статичных баннеров.

Непрерывно искали оптимальную связку «таргетинг + креатив».

Что делали

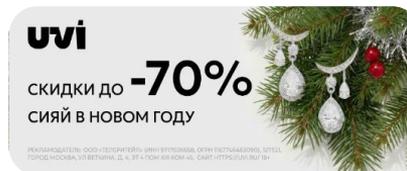
Тестирование креативов

Один и тот же баннер с разными видами украшений → определяли, какие изделия лучше откликаются разным возрастным группам.



Отработка сезонности

Оперативно меняли осенние сюжеты на зимние, поддерживая актуальность коммуникации.



Ozon: результаты кампании

РОСТ CTR В 2 РАЗА (0,16% → 0,32%)

благодаря кастомизации креативов
под маркетплейс

CPC -49%

стоимость перехода сократилась почти
вдвое за 4 месяца

Лидеры кликабельности

- Акциионный баннер к 11.11: **CTR 0,36%**
- Баннер с золотым сердцем: **CTR 0,63%**

Прямой оффер + крупный план продукта —
ключ к эффективности в период распродаж



Комментарий клиента

«
Медийная реклама на Ozon стала для нас эффективным каналом привлечения качественного трафика. Команде i-Media удалось за короткий срок выстроить систему тестирования креативов и аудиторий, которая позволила существенно улучшить показатели размещения к началу сезона распродаж. Результаты подтвердили состоятельность выбранной модели и возможность её дальнейшего масштабирования.



Кириченко Алексей
менеджер по digital-маркетингу UVI



Выводы



Медийное размещение на Ozon для UVI Jewellery стало историей не про разовые тесты, а про системный поиск точек роста.

От первых запусков с базовыми макетами до тонкой настройки офферов, регионов и сезонных креативов — каждый этап помогал лучше понимать аудиторию и усиливать результат.

Итогом стала рабочая модель продвижения, в которой креатив, таргетинг и контекст площадки работают как единая система — и именно это обеспечило рост CTR, снижение стоимости клика и рост эффективности медийного размещения.

