



DIGITAL MARKETING AGENCY **VBI**

Комплексное продвижение в интернете
Углубленная экспертиза по сегментам
Сквозная аналитика

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБ АГЕНТСТВЕ
2. АНАЛИТИКА И АВТОМАТИЗАЦИИ
3. КЕЙСЫ
4. КОНТАКТЫ



ОБ АГЕНСТВЕ

Услуги
Рейтинги
Экспертиза
Клиенты
Команда
Digital 360
Принципы



80+

Сотрудников



9 лет

На рынке

ОКАЗЫВАЕМ КОМПЛЕКС УСЛУГ

Таргетированная реклама

- Парсинг баз
- Работа с пикселями
- Лидген
- CPA-сети

Контекстная реклама

- Ремаркетинг
- Видеореклама
- Реклама приложений

SEO – оптимизация

Техподдержка

Реклама в геосервисах

- Яндекс Справочник
- Яндекс Навигатор
- 2GIS

SERM

- Ликвидация негатива
- Наполнение позитива
- Крауд-маркетинг

SMM

- Фирменный стиль
- Контент-маркетинг
- Работа с блогерами

Классифайд

- Циан
- Авито
- Яндекс.Недвижимость

САЙТ

Аналитика

- Настройка веб-аналитики, e-commerce
- Автоматизация отчётности
- Сквозная аналитика
- Конкурентный анализ
- UX/UI

Разработка

- Лендинги
- Корпоративные сайты
- Интернет магазины

Медийная реклама

- Нативная реклама
- Аудиторные закупки
- Programmatic buying

Прайс-площадки

- Яндекс.Маркет
- Google Merchant
- CRITEO

Email, Push, SMS

- Рассылка по базам
- Рассылка по гео
- Рассылка по сегментам

ВХОДИМ В ТОП РЕЙТИНГОВ

Рейтинг
Рунета

7 место

Рейтинг агентств
интернет-маркетинга

9 место

Рейтинг SEO-студий Рунета

13 место

Рейтинг агентств,
занимающихся SEO
и контекстной рекламой



18 место

Рейтинг агентств
контекстной рекламы



9 место

Рейтинг агентств
контекстной рекламы

Adindex

5 место

Рейтинг SEO/SERM

7 место

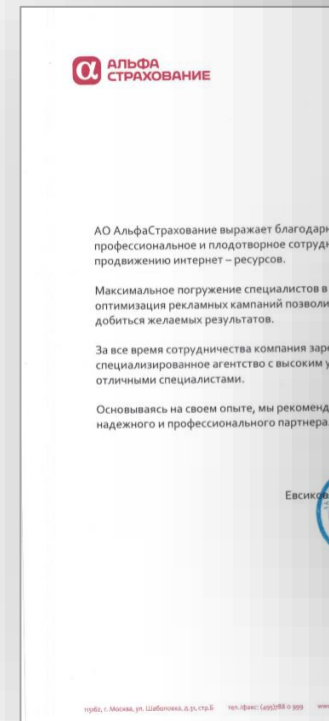
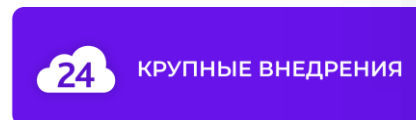
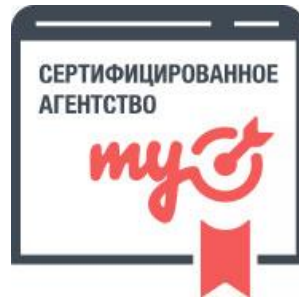
Рейтинг Лидогенерация/CPA



ДОБИЛИСЬ ПРИЗНАНИЯ ПАРТНЕРОВ

Подтверждено сертификатами ведущих систем, сервисов и отзывами клиентов

Больше отзывов - vbi.ru/reviews/



- 1 место в Calltouch Awards «Самая низкая стоимость привлечения уникального звонка среди конкурентов»

ЭКСПЕРТИЗА ВО МНОГИХ ИНДУСТРИЯХ

Работаем с компаниями,
нацеленными на лидерство
и рост

Наши клиенты входят в
ТОП-500 крупнейших
компаний по выручке в
РФ по рейтингу РБК



ЭКСПЕРТИЗА ВО МНОГИХ ИНДУСТРИЯХ

MAJOR
АВТОМОБИЛЬНЫЙ КОДЕРНГ

AVILON
GROUP

РУСБИЗНЕСАВТО
АВТОТЕХНИКА • СЕРВИС • ЗАПЧАСТИ

ЭК ТЕХИНКОМ

УРАЛАЗ

CooperVision

АЛЬФА
ЦЕНТР
ЗДОРОВЬЯ

SENIOR GROUP
HIGH QUALITY SENIOR CARE

Будь Здоров
Клиники компании Ингосстрах

КЛИНИКА АКАДЕМИКА РОЙТБЕРГА
АО МЕДИЦИНА

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР
ОН КЛИНИК

МосФАРМА

CoMagic

MOR
SPA & RESORT

KERAMA MARAZZI

GOOD
FOOD
ACADEMY

АЛЬФА
СТРАХОВАНИЕ

ЗЕБРА
сеть фитнес клубов

КОРТРОС

KR PROPERTIES

ГЛАВСТРОЙ

МГСН

ЛСР

РОСЭЛТОРГ

DELTA
СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ

anex tour

Intourist

TUI GROUP

Мосцветторг
цветочная база

ЕССО

ПОДДЕРЖИ МЕСТНОГО ФЕРМЕРА!
LAVKALAVKA
МОСКВА

HELPTOMAMA.RU
детский интернет-супермаркет

ЗОО

ТКС

SUUNTO

КухниПарк

ДЕЛИМСЯ ЗНАНИЯМИ

АВТО

Callday. Auto

- 2015-2021 (каждый год)

Большая конференция Авто.ру и Яндекса. 2018

Автостат

- 2018
- 2019
- 2020

МЕДИЦИНА

Российская Неделя Здравоохранения. 2020

Мартех. Медицина от Comagic

- 2019
- 2020

WorkTech Медицина от Mango Office. 2020

ОБЩИЕ

НЕДВИЖИМОСТЬ

Большой Callday. 2017

Callday Agency

- 2018 – 2021 (каждый год)

Бизнес завтрак Google&Calltouch. Analytics Day. 2018

Конференции Alytics для esomn

- 2019
- 2020

Calltouch. Dacha edition. 2020

Бизнес-уикенд от Правительства Москвы. 2019

Google Measurement. 2019

Callday.Estate.2017

WOW Repra Awards. 2018

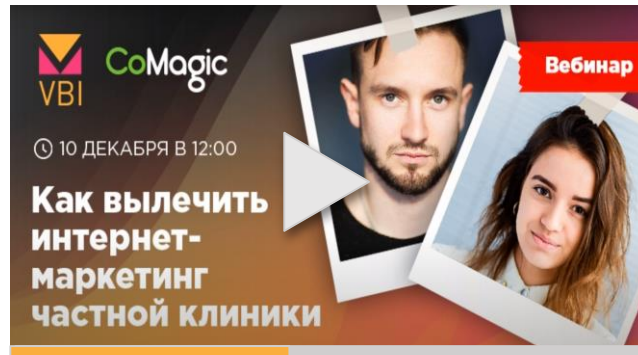


ДЕЛИМСЯ ЗНАНИЯМИ



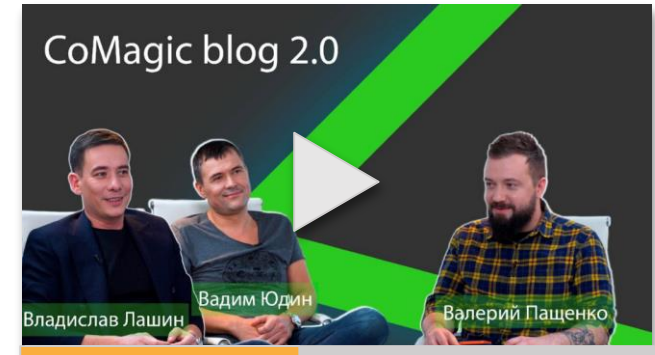
Вебинар для автомобильной тематики:

«Путь лида: от клика до продажи»



Вебинар для медицинской тематики:

«Как вылечить интернет-маркетинг частной клиники»



Интервью с собственниками VBI

О трендах маркетинга и команде агентства

КОМАНДА ПРОЕКТА



КАК МЫ РАБОТАЕМ



Персональный
менеджер



Регулярная **отчетности** в согласованном формате



Предоставление **доступов** для прозрачности работы



Упор на согласованные KPI и эффективность, а **не открукту бюджетов**



Своевременное информирование о **бета-тестах**, новинках и внедрение



Регулярное **тестирование**, проверка гипотез. Маркетинговый подход в каждом инструменте

АНАЛИТИКА И АВТОМАТИЗАЦИИ

Собственный софт и сторонние
разработки;
виды и форматы отчетов



АВТОМАТИЗАЦИИ

Собственные

ASODA404

Автоматическая проверка
доступности ссылок сайта

ASODACRM

Внутренняя система
для контроля балансов

ASODA

Автоматизация агрегирования
данных и отчетности



Работаем с **крупнейшими** платформами
Имеем доступ к **ЭКСКЛЮЗИВНЫМ** бета-технологиям
Автоматизируем собственные процессы с помощью Python



Сторонние

Power BI

GDS

K50

Alytics

CallTouch

Comagic

Owox

 Power BI

 Data Studio

K★50





CoMagic

OWOX

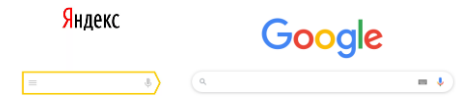
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ



Обзор уровня и
распределения
трафика на
официальные и
промсайты
конкурентов



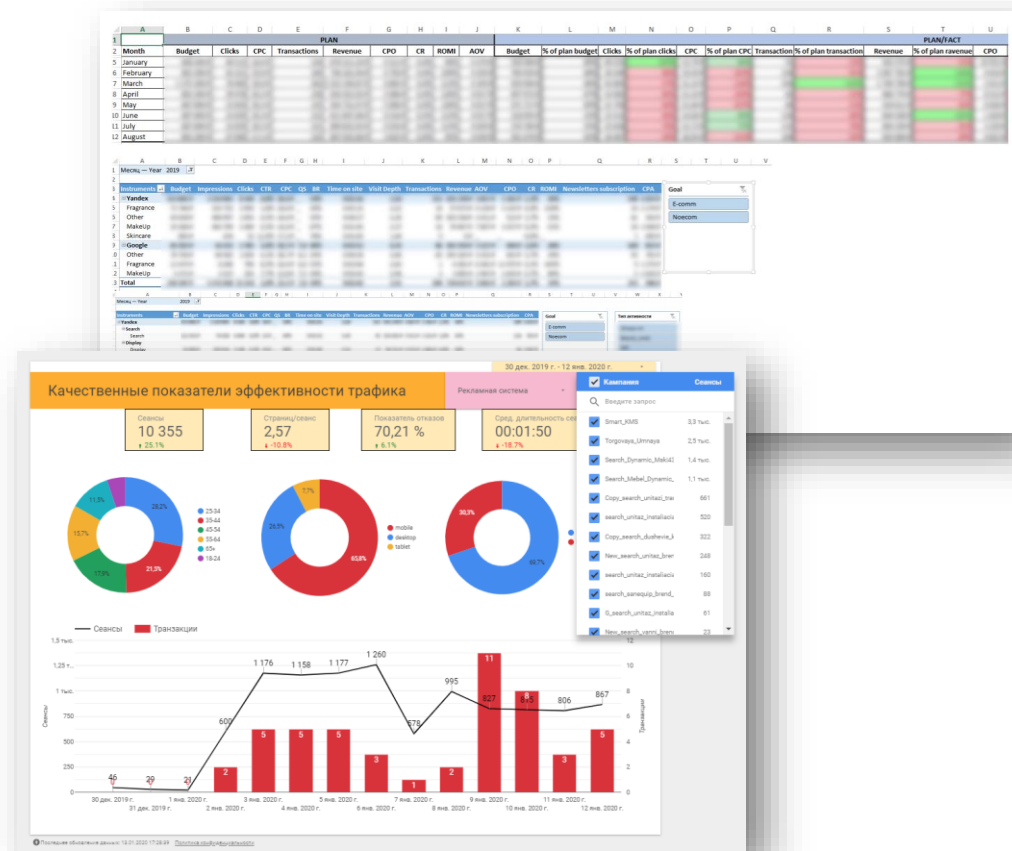
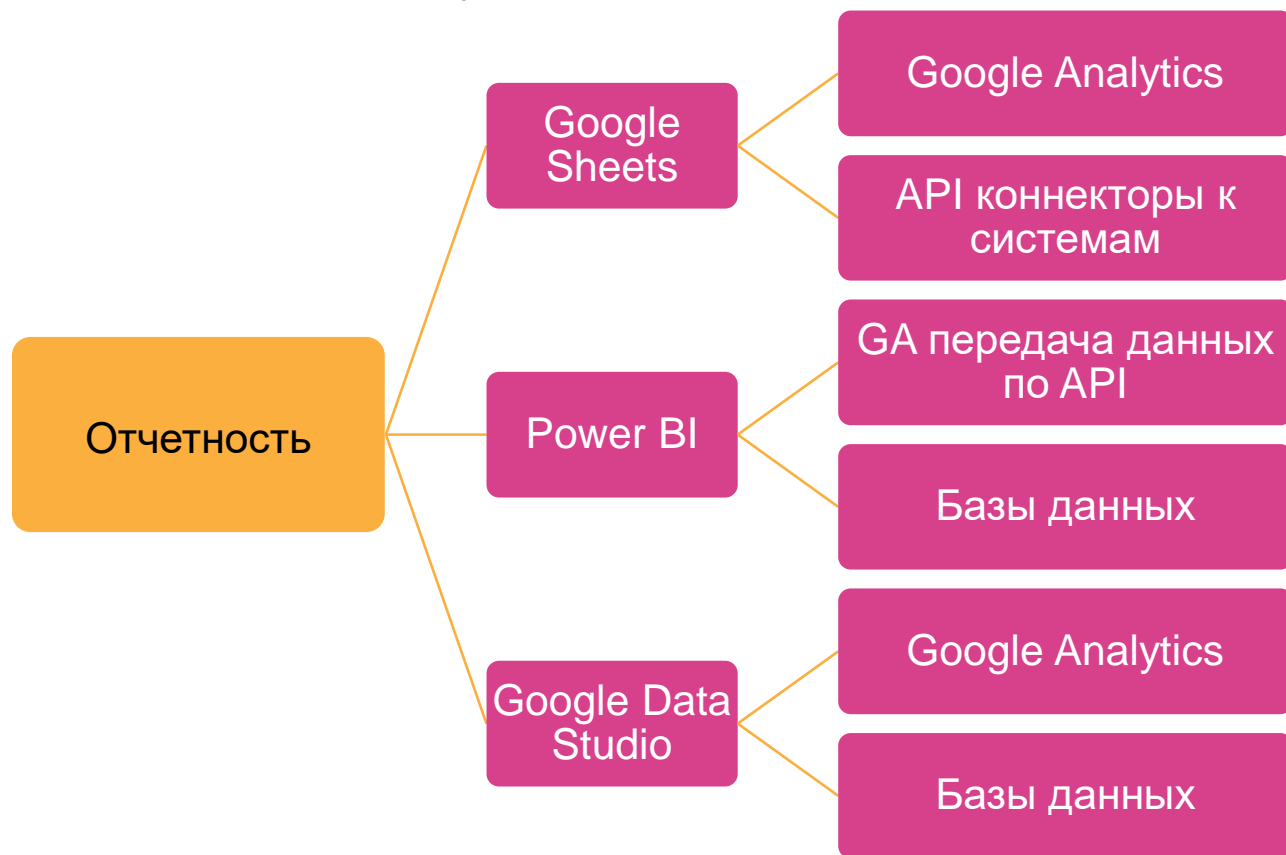
Сбор данных по ценам и актуальным
спецпредложениям с сайтов конкурентов
Обзор и оценка конкурентного окружения
по различным параметрам
UX, UI сайтов и приложений в плане
применения лучших практик



Парсинг поисковой
выдачи по доменам и
ключевым запросам для
оценки присутствия и
рекламных креативов
конкурентов

ОТЧЕТНОСТЬ В УДОБНОМ ВИДЕ

Согласовываем на старте метрики, срезы, регулярность и дополняем под запрос.
Сбор автоматизируем



[Пример GDS отчета](#)

[Пример PowerBI отчета](#)

ТАКТИЧЕСКИЕ ДЕЙСТВИЯ

Рекламные каналы

- Обзор достижения плановых значений по целевым действиям (Leads, CPL и т.д.)
- Оценка работы разных типов трафика (брендовый, ремаркетинг, рекламные сети, имиджевый и т.д.) по дням/неделям
- Динамика изменения эффективности относительно прошлых временных периодов (неделя, месяц, квартал)
- Анализ качества работы различных креативов (текст, баннер, видео и т.д.) . Выбор лучших практик
- Анализ качества семантического

Синергия источников

- Обзор ассоциации каналов в рамках конверсионной цепочки
- Моделирование атрибуции взаимодействия каналов
- Построение и оценка вклада источников в конвертацию трафика
- Оценка упоминаний бренда в целом и бренда продукта в частности

Планы на отчетный период

- Предложения по оптимизации медиаплана на основе полученных данных
- UX и UI приложения и сайта. Варианты для A/B тестирования
- Проведение аналитики конкурентной среды
- Тестирование новых каналов продвижения и креативов

ОТЧЕТНОСТЬ

Ежедневная
отчетность

Еженедельная
отчетность

Ежемесячная
отчетность

План/Факт

Показы, CPC,
CTR, CPL,
Leads

Трекинг в разрезе РК
и сегментов

Все целевые метрики и
показатели
эффективности

Тактическое
планирование

Корректировка планов
и размещения на
будущие периоды

Аналитика в разрезах:
площадки, кампании,
девайсы, региональность

Стратегическое
планирование

Корректировка стратегии,
адаптация

КЕЙСЫ



КОРТРОС АКАДЕМИЧЕ СКИЙ

Вячеслав 360

- Проработали mindmap. Создали отдельные РК для соседние регионы;
- Подготовили аналитику ЦА и на базе нее выбрали аудитории и сегменты для таргетинга в соц сетях;
- Совместно с клиентом выбрали аудио, видео креативы, которые пустим в продвижение;
- Проводили ежеквартальный конкурентный анализ для корректировки креативов;
- Агрегировали аналитика из разных источников в рамках одной системы;

Цели

- Изменение имиджа и восприятия района (работа над репутацией клиента)
- CPL не больше 2500 руб
- Увеличение трафика на сайт
- Повышение спроса на квартиры

СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ

- Креативы подлежат корректировки со стороны креативного агентства, что нередко негативно сказывается на алгоритмах CPC

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ

ТЕПЛЫЕ КЛИЕНТЫ

ГОРЯЧИЕ КЛИЕНТЫ

СДЕЛКА

ИНСТРУМЕНТ

B
REACH MEDIA

+

BTL

Outdoor | Indoor

Медийная реклама

Геосервисы

OLV

Аудиореклама

DIGITAL PERFORMANCE

Контекстная
реклама
Таргетированная
реклама
Ретаргетинг
Programmatic по
сегментам

НЕСТАНДАРТНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

Аудиореклама

Запустили Аудиорекламу на Яндекс.Радио/Яндекс.Музыке с целью подогрева аудитории.

Затем в поисковых запросах появились запросы с этой акцией.

Аудиторию, которая прослушала аудиосообщение собирали в пиксель и использовали дальше в воронке в РСЯ.

Гиперлокальный таргетинг

Собрали аудитории:

- в крупных ТЦ
- аудиторию в отделах продаж конкурентов

Транслировали РСЯ с корректировками на эту аудиторию.

Получили целевые звонки в пределах согласованного CPL.

LOOK-ALIKE

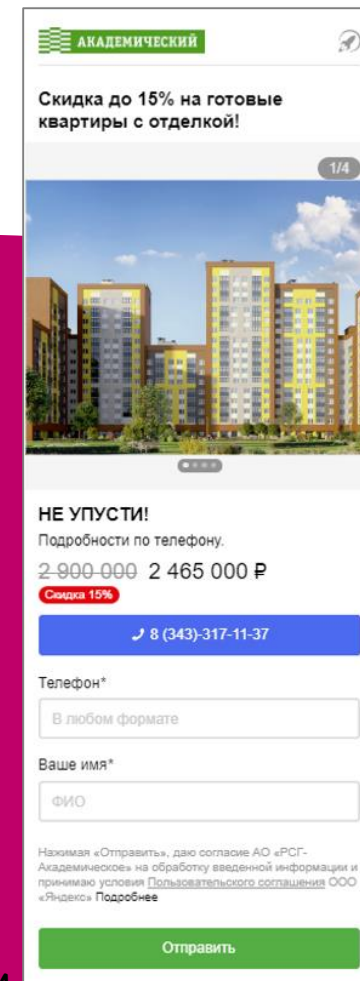
Собрали аудитории:

- по номерам телефонов e-mail адресам которые являются целевыми в ОП

Создали похожие сегменты. Запустили РСЯ с таргетингом по этим сегментам.

Получили целевые звонки в пределах согласованного CPL.

Наилучшего результата достигли с look-alike по номерам телефонов.



Турбо страницы
CPL ниже в 1,5 раза

РЕЗУЛЬТАТЫ

Контекст обеспечивает **больше половины всех продаж.**

За время 2 лет совместной работы выполняется план по продажам.

CPL по контексту не превышает **2500 руб**

Ежегодно увеличивается трафик, объемы

КЕЙС. WELLIGE.RU



- мебель из массива дерева

Задачи

- Ежегодное масштабирование без превышения CPL -> Рост лидов
- Увеличение узнаваемости бренда. Макс. охват аудитории по опр. категориям
- Актуальные объявления, т.к. постоянно меняются скидки продавца

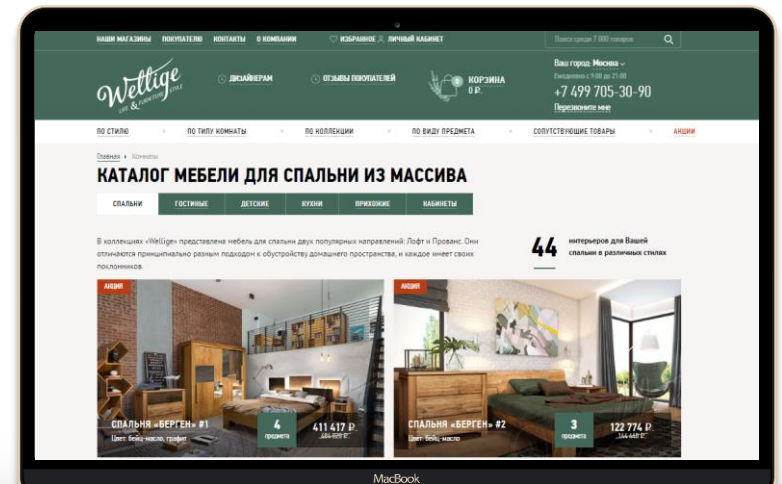
Решения

Директ + Ads. Переработка структуры = искусственная + по спросу.

Максимально выработка сетевого трафика с учетом особенности алгоритмов. Проработали всех конкурентов. Регулярная замена акций и тест креативов. Конкурентный анализ каждый квартал и корректировки позиционирования в объявлениях на базе анализа. Я.Аудитории: супергео корректировки в районе шоурумов. Работа с клиентом по спринтам.

Результаты

- ✓ В **3,65** раза **увеличился** трафик за 9 мес.
- ✓ На **291%** **выросло** число обращений
- ✓ На **54%** **снизился** CPL



КЕЙС. ELFARUS.RU

– родоначальник сетчатых систем хранения. Мировой бренд из Швеции

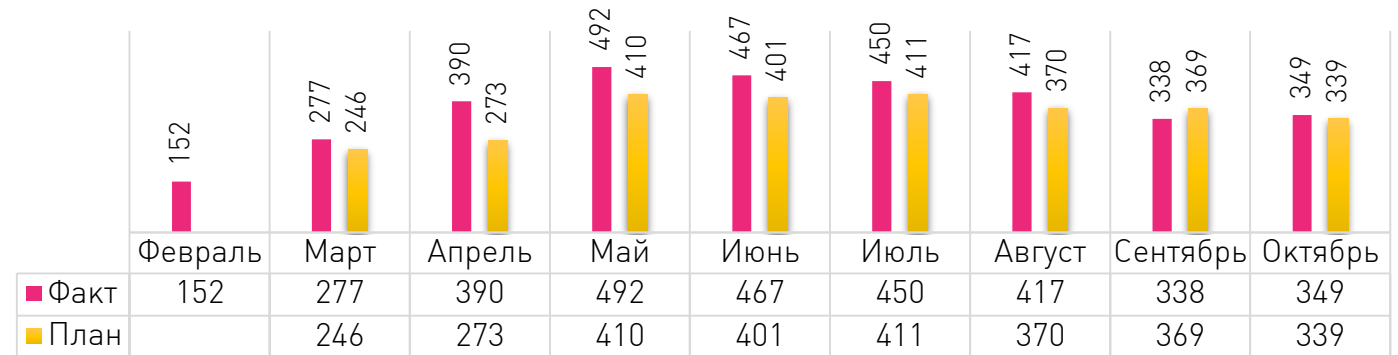
Задачи

- CPC/CPM: CPL* < 4500 ₺
- SEO: Улучшение позиций сайт в органике
- CRM аналитика: рост дохода от инвестиций в интернет-маркетинг

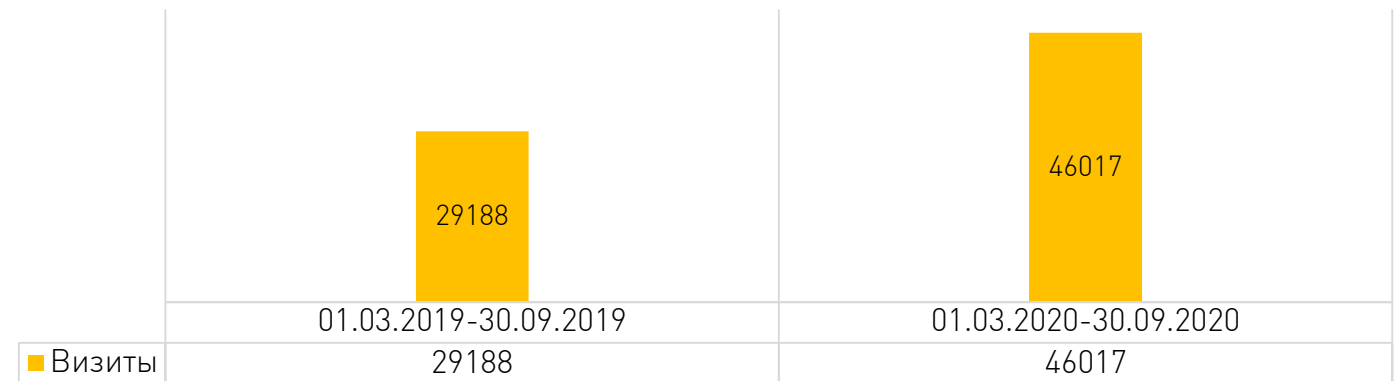
Результаты

- ✓ > **500** лидов из соц-сетей не дороже **1736 ₺** за 5 месяцев (KPI перевыполнены)
- ✓ Преимущественно **перевыполнение** планов по контексту
- ✓ **Перевыполнение** плана по трафику по SEO

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА



SEO (БЕЗ БРЕНДОВОГО ТРАФИКА)



КЕЙС. ZOVRRUS.RU

– кухни из Беларуси



Задачи

Выбор подрядчика с лучшими результатами в рез-те шахматного тестирования по трафику, CPL, числу лидов в комплексе. Более важным метрикам больший учет

Решения

Разрешено было использовать только 5 определенных кампаний для частоты эксперимента. Ограниченный пул адресов и семантики, совершенно такой же как у конкурентов. Различия только в объявлениях, площадках показа, визуальных креативах.

Поэтому сосредоточили внимание на максимальной релевантности поисковых объявлений под каждый запрос и проработке визуальных креативов. Детально дробили аудиторные таргетинги и максимально чистили запросы.

Результаты, лучше чем у конкурентов 😊

- ✓ На **34%** дешевле CPL
- ✓ На **39%** больше трафика
- ✓ На **20%** больше лидов

	Другое агентство	VBI
ВСЕ ИСТОЧНИКИ		
Показы	946 962	1 799 909
Клики	13 902	19 375
Расход (руб.)	494 343 Р	397 172 Р
Ср. цена клика (руб.)	36 Р	20 Р
Заявка отправлена	43	47
JivoSite Оффлайн-сообщение	5	11
ВСЕГО заявок	48	58
CPA заявки (руб.)	10 299 Р	6 848 Р
Козф. конверсии в заявку (%)	0,35%	0,30%
Страница с адресами магазинов	486	458
CPA адресов магазинов (руб.)	1 017 Р	867 Р
Козф. конверсии в адреса (%)	3,50%	2,36%

КЕЙС. LOFTDESIGNE.RU

Задачи

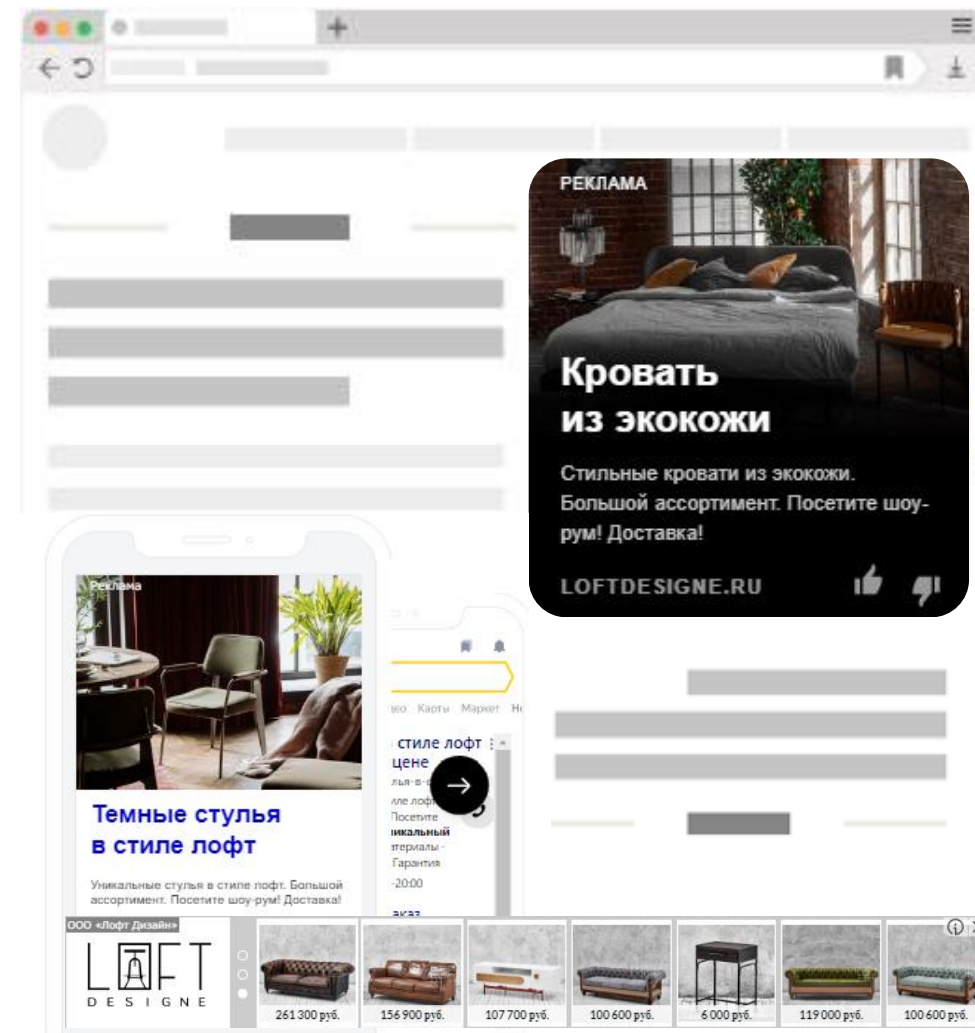
- лофт мебели 10 заказов в мес.
- ДРР не больше 8%

Решения

- Запустили динамические РК двух типов: по фиду и по сайту, для максимизации дешевого трафика, отминусовав бренд.
- Выявили, что оптимальнее запускать динамику по всему сайту, а не категориям.
- Максимально выработали искусственную семантику по бренду, воспользовавшись хорошим качеством и низкой ценой за клик вариациям по «лофт дизайн» за счет большого соответствия бренду, хотя люди могли искать общий запрос.
- Тиражировали на сетевые кампании. Запустили смарт кампании.

Результаты

- ✓ **4% ДРР** в первый же месяц работы!
- ✓ **> 7,5 млн. Р** суммарный **доход** от контекста
- ✓ **Перевыполнение** плана по заказам



КЕЙС. SENIOR-GROUP.RU

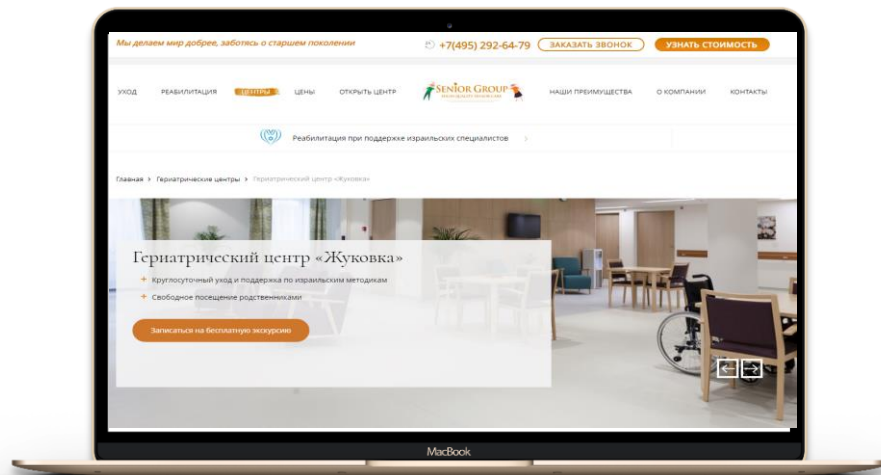
SENIOR GROUP
HIGH QUALITY SENIOR CARE



- лидер в области социального обслуживания пожилых людей в России

Задачи

- Увеличение целевых тегированных обращений
- Снижение CPL, как минимум, в 2 раза



Результаты

- ✓ CPL снижен > чем в 2 раза, а именно на **77%**
- ✓ Более чем в 2 раза выросло кол-во целевых обращений

Решения

- Полная переработка действующей структуры и семантики – фокус исключительно на целевых сцепках слов: пансионат, дом престарелых и т.д, даже если это старческое заболевание (ранее нередко реклама велась по крайне околотематическим запросам). Уточнение семантики операторами и перегруппировка.
- Упор на отдельные центры (Малаховка, Жуковка, Беликово) и их позиционирование, отдельные геотаргетинги для каждого центра. На каждое направление свое объявление со своими УТП и позиционированием.
- Перезапуск сетевых кампаний (полная переработка креативов на базе чтения форумов и уточнение «болей» аудитории у маркетингового состава) – ранее сетевые кампании не приносили целевых звонков.
- Внедрение автостратегий в сетевые кампании.

КЕЙС. МОСФАРМА

– ведущий российский фармацевтический производитель



МосФарма



Задачи

1. Повысить узнаваемость продуктов
2. Увеличение лидов «где купить» в продукте Глицелакс
3. Трафик должен иметь отказность не выше 22-26%

Решения

- Запуск монопродуктовых лендингов. Подготовка предложений UX по лендингам, внесение правок.
- Максимально регулярная чистка запросов и запуск новых продуктов строго по согласованию семантики и симптоматики. Вычленение ключевых «болей» на форумах, консультация с маркетологами компании для трансляции на лендингах и в объявлениях.
- Чистка площадок. Работа с трафиком по конкурентам.
- Разработка креативов для сетевых кампаний с фокусов на проработанные ранее боли. Тестирование максимального кол-ва форматов, в том числе бета-тестовых.

Результаты

- ✓ Работаем уже 2,5 года по ряду препаратов
- ✓ Ежемесячное выполнение плана по отказности по всем продуктам
- ✓ Далее по каждому продукту отдельном на слайдах

МОСФАРМА. ГЛИЦЕЛАКС



МОСФАРМА



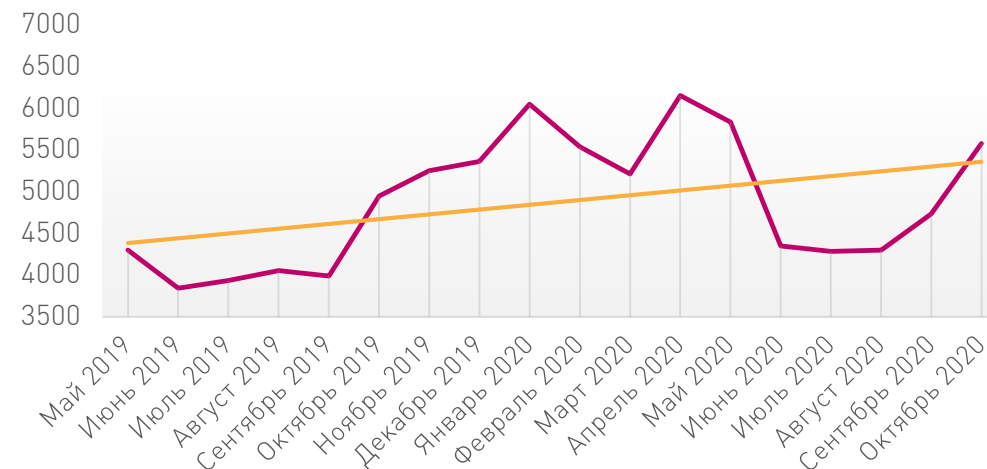
– В результате сессий кей-фарма обсуждения в апреле 2019 клиент создал отдельный раздел «где купить» и мы создали цель по посещению страницы.

Т.к. продукт сезонный, то предлагаем по-месячное сравнение в таблице ниже

Результаты

- ✓ Рост числа запросов
- ✓ Рост числа лидов «где купить»
- ✓ Выполнение KPI по отказам

Число запросов Глицелакс



Месяц	CTR	CPC, руб	Лиды "где купить"	CPL	Позиции
Июнь 2019 vs 2020	вырос с 2,8% до 4,3% <i>(не за счет позиций)</i>	снизили с 49 до 32	выросли в 3,5 раза	снизили на 88%	была 3,65 стала 3,7
Авг. 2019 vs 2020	вырос с 3,2 до 4,3	снизили с 40 до 29	выросли в 11 раз	снизили на 45%	была 3,87 стала 3,7
Сент. 2019 vs 2020	вырос с 3 до 4,5 <i>(не за счет позиций)</i>	снизили с 51 до 30	равное кол-во	снизили на 13%	была 3,48 стала 3,61
Окт. 2019 vs 2020	вырос с 3,2 до 4,3 <i>(не за счет позиций)</i>	снизили с 56 до 37	больше на 26%	снизили на 27%	была 3,48 стала 3,55
Нояб. 2019 vs 2020	снизился с 4,72 до 4,31 <i>(не за счет позиций)</i>	снизили с 40 до 30	больше на 48 %	снизили на 16%	была 3,31 стала 3,65



КЕЙС. ЯУЗА МОТОРС

– сеть автотехцентров. Более 13 лет на рынке



Задачи

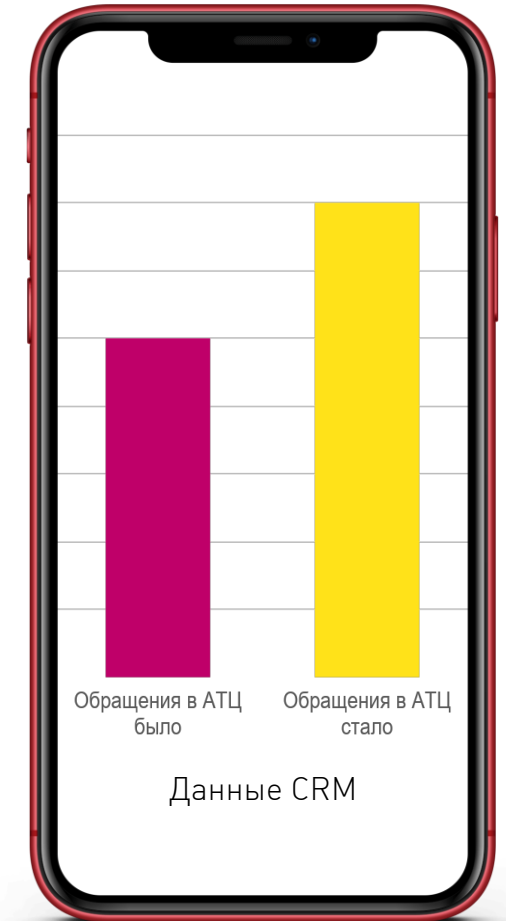
1. Увеличить кол-во фактических записей в АТЦ.
2. Использование сквозной отчетности для оптимизации
3. Удержание в рамках заданных CPA

Решения

- Проработка семантики с исключение неэффективных РК, аудиторий, ключей. Размножение рекламных компаний для каждого районного АТЦ. Созданы РК с локальным геотаргетингом, есть компании с таргетингом на всю Москву, в которых исключены локальные.
- Составление индивидуальных текстов для каждого АТЦ с упоминанием района Москвы, где расположен АТЦ. Корректировка ставок в зависимости от загруженности АТЦ.
- Перебивка конкурентов в контенте объявлений. Ежеквартальный анализ конкурентов с составлением перебивающих СТА в заголовках и УТП в расширениях. Изменение текстов под акции с фиксацией результатов для заказчика до СТР каждой акции.

Результаты

- ✓ Увеличение кол-ва записей в автосервис на **30%** за 3 месяца.
- ✓ Снижение CPL на **40%** за 3 месяца.



КЕЙС. MERCEDES-BENZ. АВТОМАШ



Mercedes-Benz



Задачи

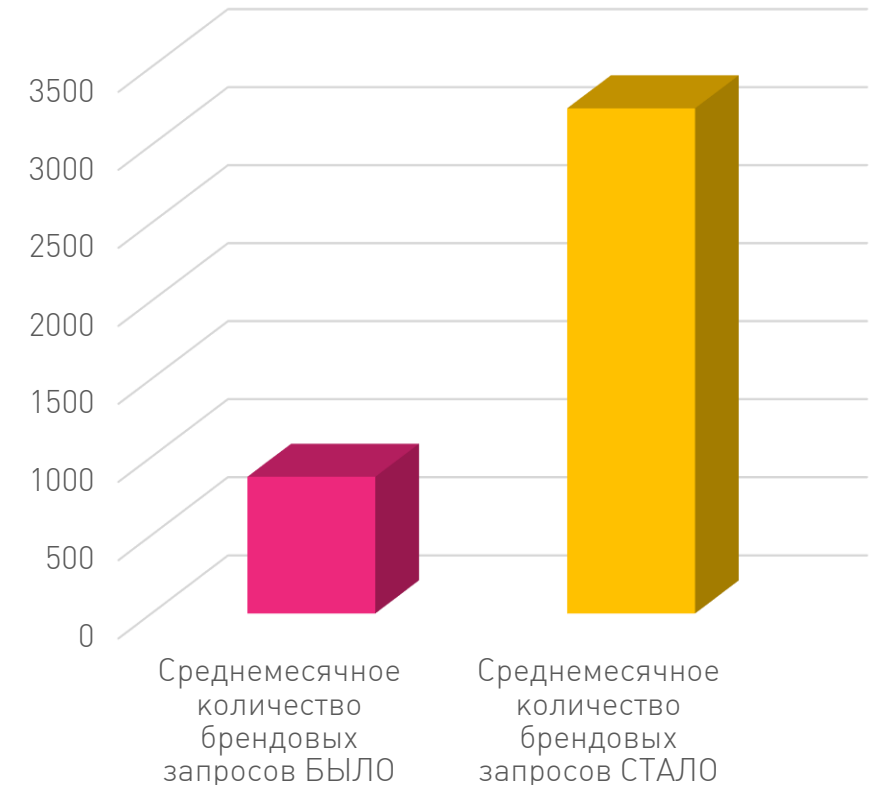
- официальный дилер «Мерседес-Бенц в Москве»
- 1. Рост узнаваемости бренда для вывода на рынок
- 2. Использование дополнительных источников трафика

Решения

- Сбор сематического ядра и аудиторных таргетингов.
- Запуск видеодополнений в Яндекс.Директ и Баннера на поиске, помимо ТГО на поиске и в сетях.
- Запуск медийных кампаний.
- Составление креативов на базе конкурентного анализа и запуск таргетированной рекламы.
- Ежемесячный анализ объявлений и цен для проработки УТП и перебивки креативов конкурентов в креативах.
- Проработка карточек в справочниках, сервисах карт. Подключение приоритетного размещения и Яндекс Навигатора.

Результаты

- ✓ Динамика среднемесячного количества брендовых запросов +**371%**
- ✓ Работаем с клиентом больше 4-ех лет



Данные wordstat

VBI DIGITAL AGENCY



Вадим Юдин
CEO



Владислав Лашин
Управляющий
партнер

info@vbi.ru www.vbi.ru

+7 (495) 740-33-55

г. Москва, Берсеневский пер., 2, стр. 1,
БЦ Красный Октябрь