

*MediaGuru*



# Как за 6 месяцев нарастить знание бренда на 47%

кейс MediaGuru & «Остров мечты»



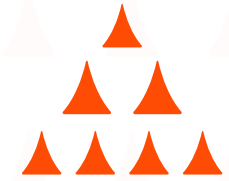
## О клиенте

«Остров мечты» — парк аттракционов, открывший летом 2023 новый проект DREAM BEACH CLUB.

Летнее пространство с пляжной инфраструктурой на берегу Москвы-реки. Уникальный экодизайн шатров, домиков и лежаков — все это на территории живописного ландшафтного парка.

### **DREAM BEACH CLUB предлагает:**

- ▲ большой бассейн для взрослых и детей;
- ▲ волновой бассейн;
- ▲ детский бассейн с водной горкой;
- ▲ VIP бассейн;
- ▲ детский сухой бассейн.



ОСТРОВ  
МЕЧТЫ



## Задача

Увеличить узнаваемость бренда и нарастить продажи (бронирование лежаков, билеты на концерты).



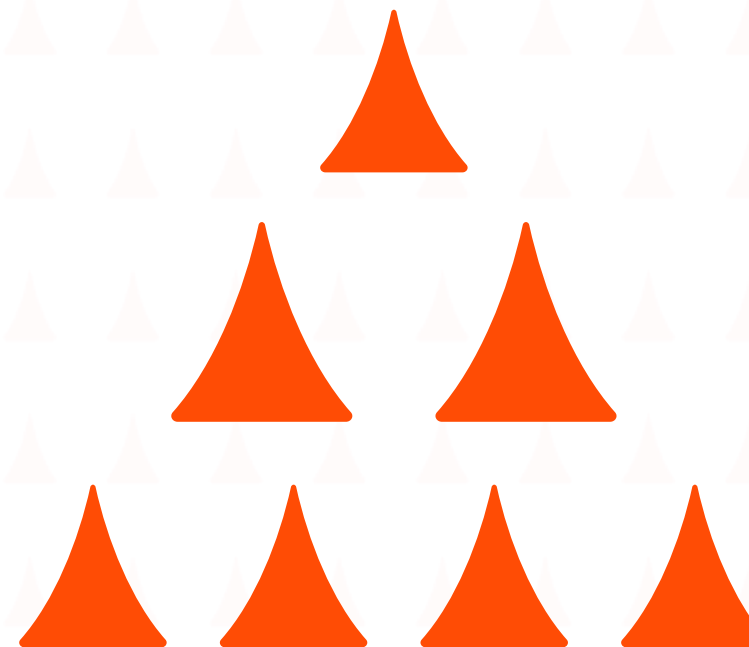
## Цель

Запустить рекламные кампании для повышения продаж и увеличения знания бренда через контекстную и таргетированную рекламу, а также охватные и медийные инструменты.



## Проблематика

У пляжного клуба есть ограничение по количеству лежаков, и в теплую погоду он может очень быстро заполниться. Поэтому было важно вовремя это отследить и перераспределить средства на грядущий концерт, который отставал по продаже билетов на других площадках.



# ОСТРОВ МЕЧТЫ







## Процесс и реализация

Реализация проекта (апрель – сентябрь 2023):  
Составили точный план запуска инструментов с конкретными бюджетами на каждый месяц  
Подобрали пул инструментов, которые могли бы способствовать увеличению знания бренда, а также привлечению целевого трафика на сайт



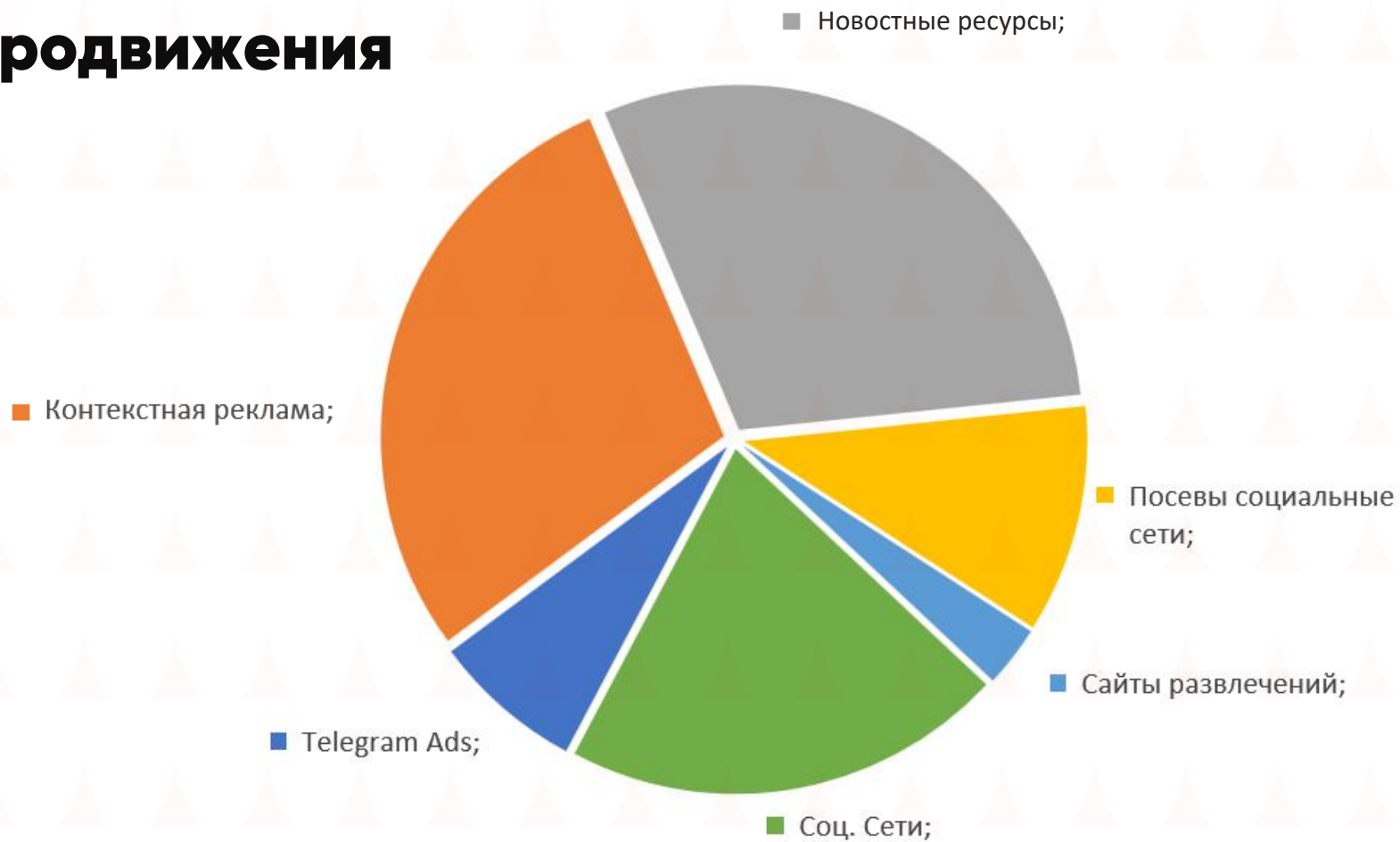


# Customer Journey Map





# Распределение бюджета между всеми площадками в рамках продвижения

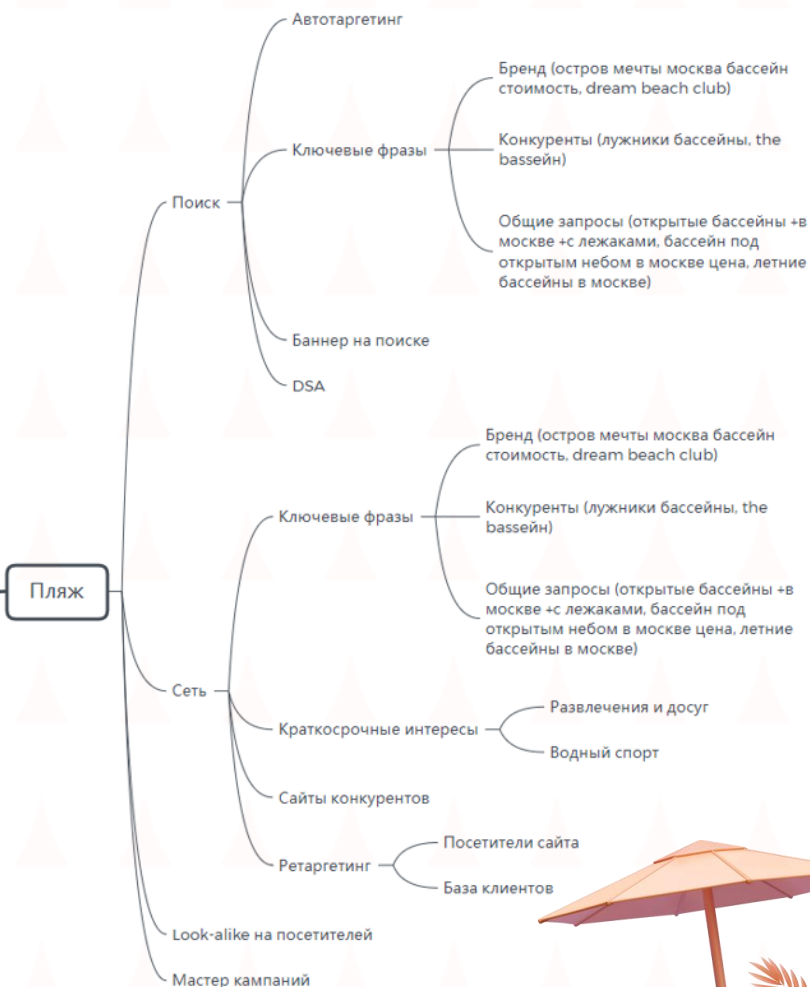
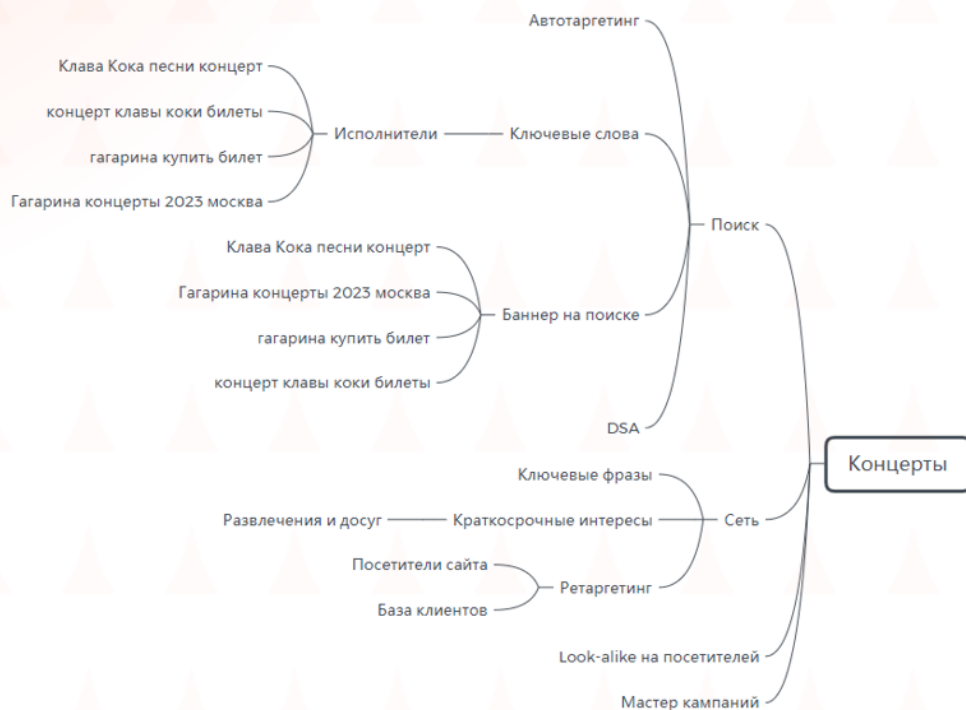




# Яндекс Директ

- Запуск поисковых кампаний, включая брендовые и конкурентные запросы, сегменты и DSA.
- Использование данных CRM и Яндекс.Метрики для сегментации и персонализации.
- Подключение всех форматов объявлений для увеличения охвата.
- Тестирование и оптимизация кампаний, включая A/B тесты.

Структура рекламных кампаний состоит из многочисленных категорий продвижения: от целевых до тематических запросов, а также проработки основных конкурентов.





# Пример объявлений для Поиска:

Десктоп

## ▲ 5 бассейнов для вашего отдыха. В "DREAM BEACH CLUB"

[dreamisland.ru](https://dreamisland.ru) > Бассейн-Москва... Реклама

Клуб с 5-ю бассейнами, благоустроенный пляж и пирс с шатрами и лежаками. Ждем! · Концерты все лето. Водные прогулки. Эко-дизайн. Тропические коктейли

### 5 видов бассейнов

С новейшим оборудованием для очистки воды

### Гастро-карта

Блюда высокой кухни, средиземноморские блюда, стритфуд

### Активный отдых

Будут доступны услуги проката и водных прогулок

### Танцевальные вечеринки

Танцуйте, мечтайте, разрывайте танцпол

### Вечеринки и концерты

Российские и зарубежные исполнители, DJ-вечеринки

### Места размещения

Пляжные домики, шатры с лежаками, диван-кровати, лежаки

### Эко-дизайн

Уникальная атмосфера для вашего отдыха

### Удобное расположение

Пляжная инфраструктура на берегу Москва-реки







# Примеры объявлений для РСЯ

РЕКЛАМА

ОСТРОВ МЕЧТЫ

ООО «ПАРК РАЗВЛЕЧЕНИЙ»

6+

**DREAM**  
BEACH CLUB\*

ТВОЕ ЯРКОЕ  
ЛЕТО У НАС

ПЛЯЖ С БАССЕЙНАМИ

ОТКРЫТИЕ

\*Дрим Бич Клуб, организатор мероприятия и продажа билетов осуществляется ООО «Дрим Холл», 115432, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Нагатинский затон, пр-кт Андропова, д. 1, помещ. 4/7-24, ком. 2, ОГРН 1187746503750; ООО «ПАРК РАЗВЛЕЧЕНИЙ», 115432, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Нагатинский затон, пр-кт Андропова, д. 1, этаж 4, помещ. 3/9, ОГРН 1187746503750.

ОСТРОВ МЕЧТЫ

РЕКЛАМА  
ООО «ПАРК РАЗВЛЕЧЕНИЙ»

16+

**DREAM**  
BEACH CLUB\*

**ELMAN & MONA**

04.08 / 20:00

ПЛЯЖ С БАССЕЙНАМИ

\*Дрим Бич Клуб, организатор мероприятия и продажа билетов осуществляются ООО «Дрим Холл», 115432, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Нагатинский затон, пр-кт Андропова, д. 1, помещ. 4/7-24, ком. 2, ОГРН 1187746503750; ООО «ПАРК РАЗВЛЕЧЕНИЙ», 115432, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Нагатинский затон, пр-кт Андропова, д. 1, этаж 4, помещ. 3/9, ОГРН 1187746503750.





# Стратегия работы с VK

- Установлен пиксель для сбора данных о посетителях для ретаргетинга и создания Look-alike аудиторий.
- Разделение кампаний на новую аудиторию и ретаргетинг.







# Помимо контекстной рекламы и рекламы в VK Ads, использовали рекламу на новостных ресурсах, развлекательных порталах, Telegram Ads и в метро



## Дополнительные платформы

Реклама на развлекательных порталах (Afisha.ru, Kudago.com) и новостных ресурсах (РБК, Kommersant), а также в Telegram для увеличения охвата.



## Реклама в метро

Использование рекламы в бесплатной сети Wi-Fi в вагонах московского метрополитена, достижение высокого охвата **среди пассажиров.**



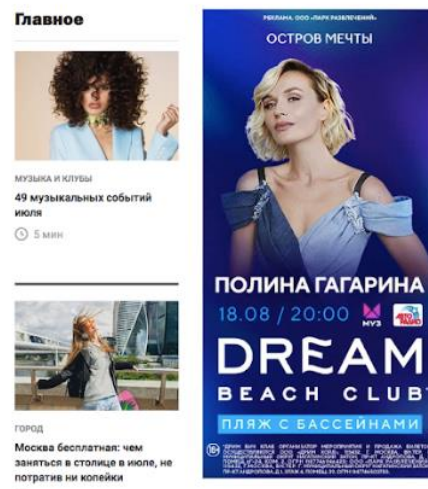
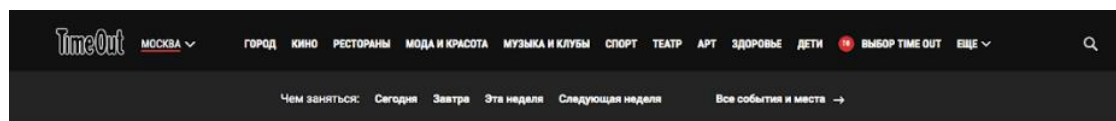
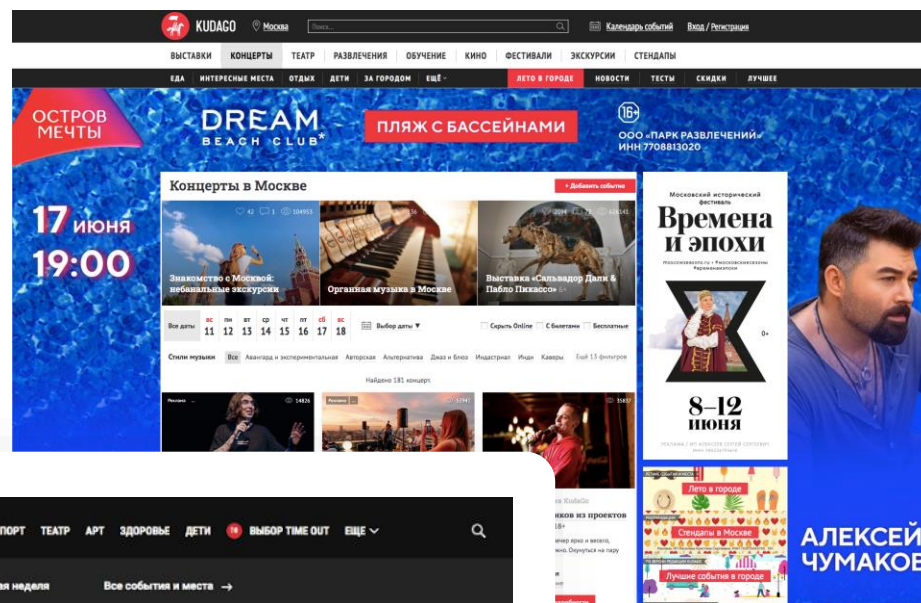
## Telegram

Реклама в самом популярном мессенджере в РФ целенаправленно привлекает молодую аудиторию, активных пользователей соцсетей.





# Примеры баннеров:



# Результаты рекламной кампании

Рекламная кампания превзошла ожидания

## Показы

План

**23,1**  
млн



Факт

**31,8**  
млн

## Охват

План

**4**  
млн



Факт

**5,9** +47%  
млн

## CPC

План

**39,13**  
млн



Факт

**25,9** -34%  
млн

## Целевые действия

План

**16,4**  
млн



Факт

**25,6** +56%  
млн

## CPM

Факт

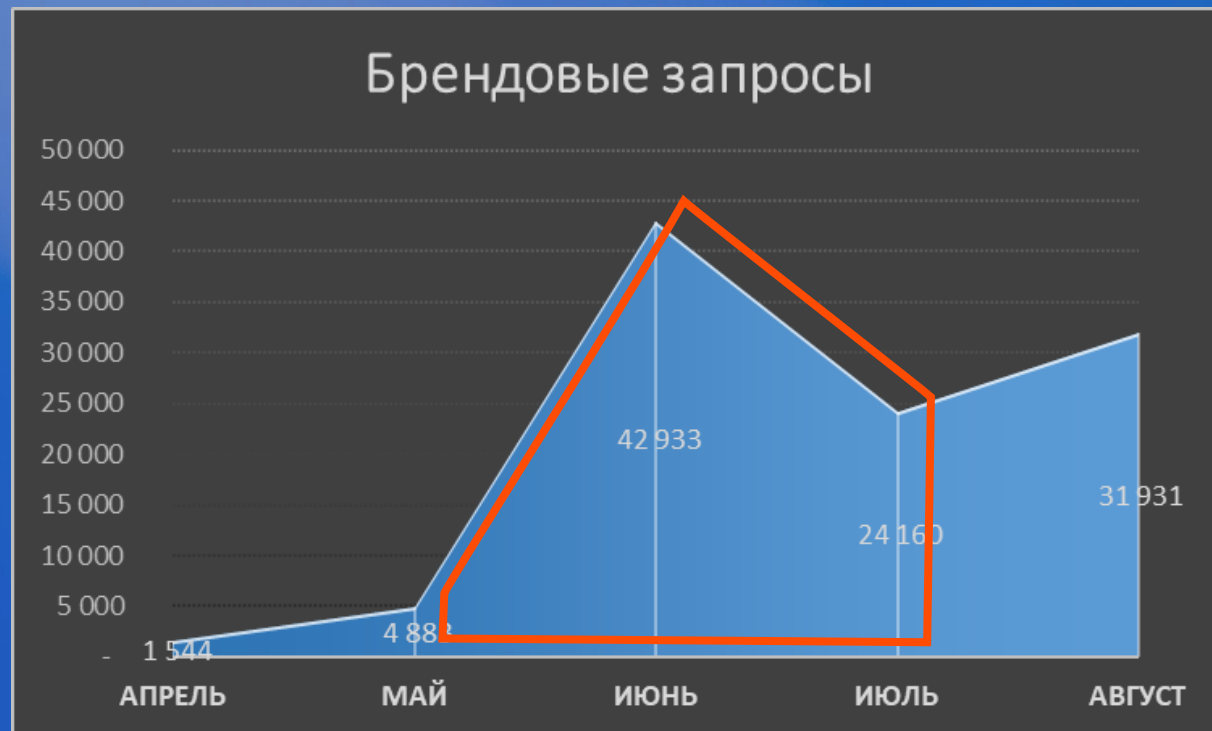
**-35%**

Ниже плана благодаря  
оптимизации кампаний.

Эффективность достигнута за счет точного таргетинга, оптимизации и качественного подбора аудитории.

## Выводы

В период с мая по июнь наблюдался почти девятикратный рост брендовых запросов в WordStat, демонстрируя значительный интерес к бренду. Однако с июля спрос начал снижаться из-за переориентации на перформанс-стратегии вместо охватных кампаний.





# Эффективность рекламных каналов выявила:



Наибольший и наиболее экономичный охват достигнут через рекламу в метро, с **CPU всего 0,95 ₺.**



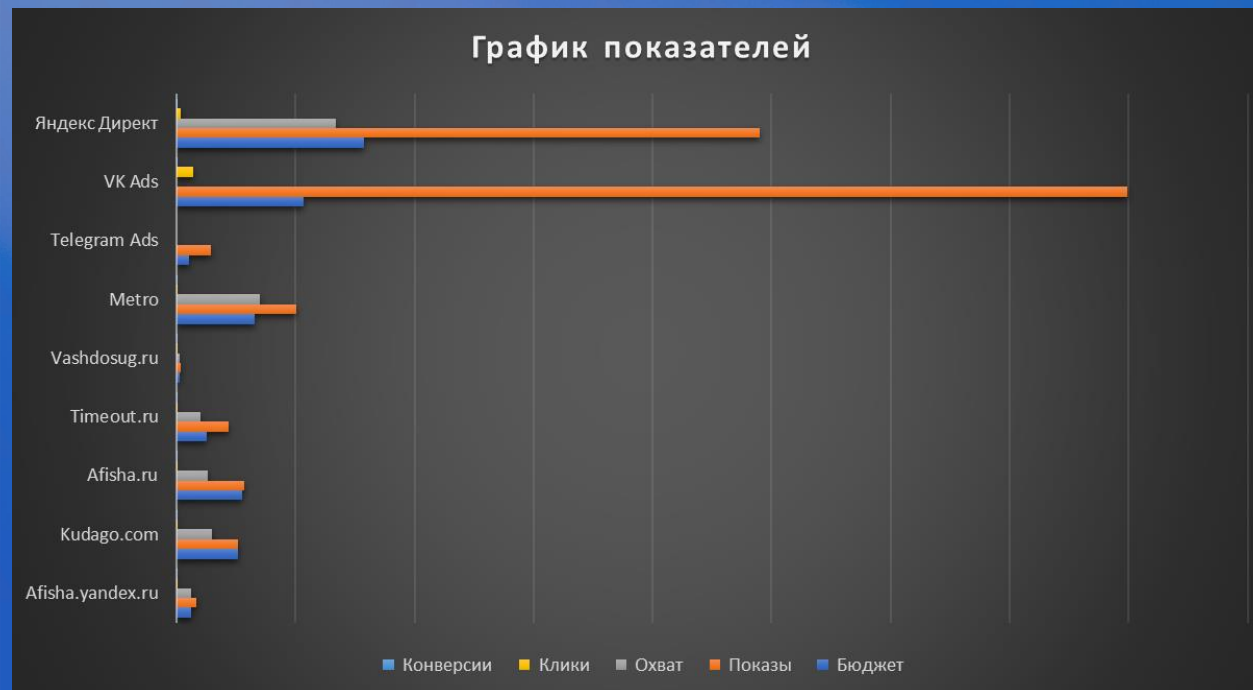
Максимальное количество кликов за минимальную стоимость обеспечило размещение в VK, с **CPC 7,69 ₺.**



Лучшие показатели по конверсиям зафиксированы от кампаний в Яндекс Директе, с **CPA 149,67 ₺.**



Реклама на развлекательных порталах, включая Afisha.ru, Afisha.yandex.ru, Kudago.com, Timeout.ru и Vashdosug.ru, работала в гибридном формате, привлекая посетителей по средней стоимости за показ, что способствовало конверсии интереса в покупку билетов.



# Рекомендации



**Важно отслеживать заполненность клуба и оперативно перераспределять бюджеты.**



**Рекомендуется продолжить экспериментировать с различными каналами рекламы для максимизации охвата и эффективности.**

В контексте развлекательной и сезонной рекламы важно учитывать как перформанс-инструменты вроде Яндекс.Директа так и специализированные платформы (Afisha, Kudago, Timeout) и массовые медиа с целевой аудиторией (РБК, buro247.ru).

Эксперименты с разнообразными каналами, как показала практика с рекламой в метро, способствуют увеличению охвата и узнаваемости бренда. Следует внимательно следить за числом билетов, чтобы избежать ситуации, когда спрос превышает предложение, что может привести к негативным последствиям для рекламной кампании.

