

«Дрессировка жаб»

Как за 3 дня создать интригу
в интернете на 5 миллионов охвата

ДРЕССИРОВКАЖАБ.РФ

ДРЕССИРОВКА
ЖАБ.РФ

ПРИРУЧИМ ВАШУ ЖАБУ
РЕЗУЛЬТАТ ЗА 2 МЕС

0+

РЕКЛАМА: РЕКЛАМОДАТЕЛЬ ООО «ЯНДЕКС ПЭЙ»
ОГРН 1187746900428. 145035. г. МОСКВА, УЛ. САДОВНИЧЕСКАЯ, Д. 82, СТР. 2

Catcher

ДАВАЙТЕ ПО ПОРЯДКУ: О БРЕНДЕ И ЗАДАЧАХ

Яндекс Сплит — это сервис, который позволяет без процентов разделить оплату на части.

Перед нами стояли задачи:

- привлечь внимание пользователей сервиса перед гендерными праздниками;
- повысить узнаваемость Яндекс Сплит.

И МЫ ПОДУМАЛИ: ЧТО МЕШАЕТ ЛЮДЯМ ПОКУПАТЬ ПОДАРКИ ДЛЯ СЕБЯ ИЛИ ДРУГИХ?

Ответ оказался прост: **виновата внутренняя жаба**. Но с ней можно справиться с помощью **уважительного диалога и нежной дрессуры**.

Оставалось **максимально громко** об этом сообщить.

ВЫБРАЛИ TELEGRAM

КАК ОСНОВНУЮ ПЛОЩАДКУ

Фокус — на развлекательные и городские каналы.

ЦА кампании

География:

Москва, СПб,
города-миллионники

Возраст:

18-24 (М/Ж)
35-44 (М)

Аудитория Telegram

94% пользователей Telegram
в городах-миллионниках России
заходят в мессенджер каждый день

Для возрастной группы 18-24
Telegram — самая охватная
площадка из всех в интернете

Для группы 35-44 — входит в топ-5

Источники:
исследование Telega.in и Anketolog.ru, Mediascope

ВОТ КАК ВСЕ

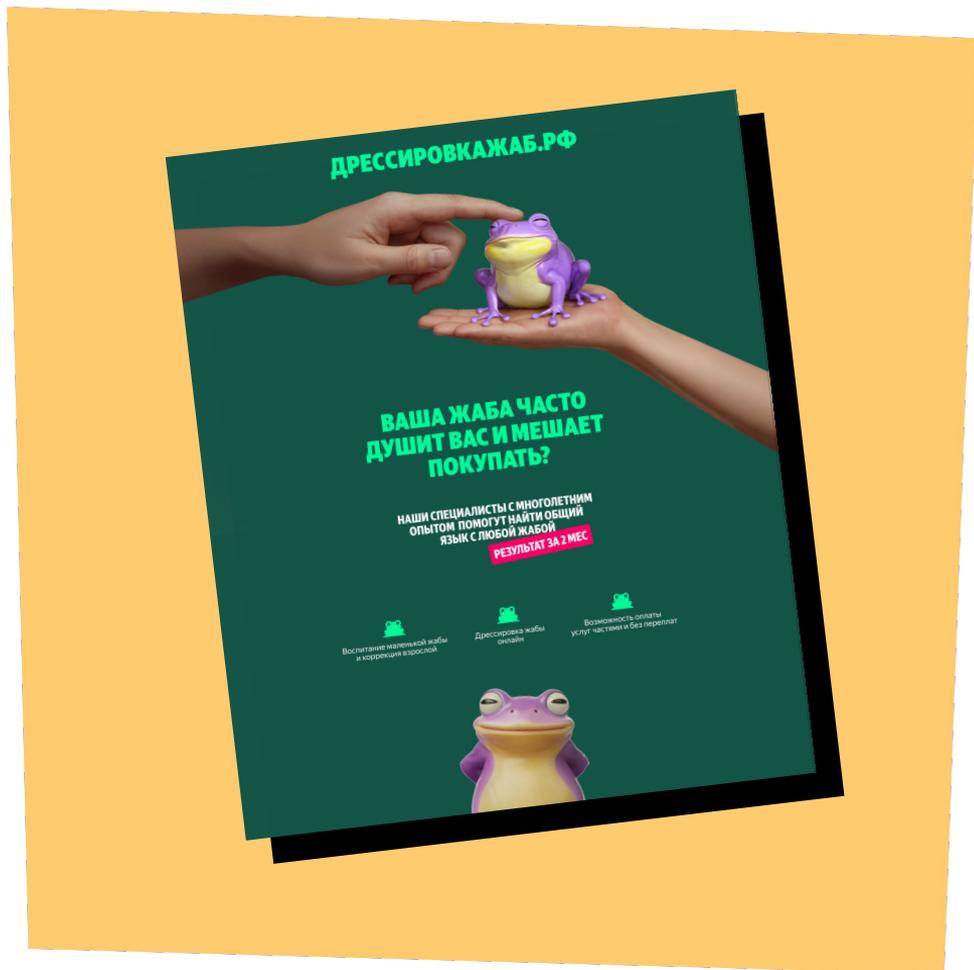
РАЗВОРАЧИВАЛОСЬ...

1 ФЕВРАЛЯ:

ЗАГАДОЧНЫЙ САЙТ

Для начала мы создали лендинг дрессировкажаб.рф, где пользователи могли найти общий язык со своими внутренними жабами.

Этот сайт стал центром кампании. На нем были услуги по корректировке поведения жаб, но не было никакой информации о клиенте или сервисе — только тонкие отсылки к его УТП.

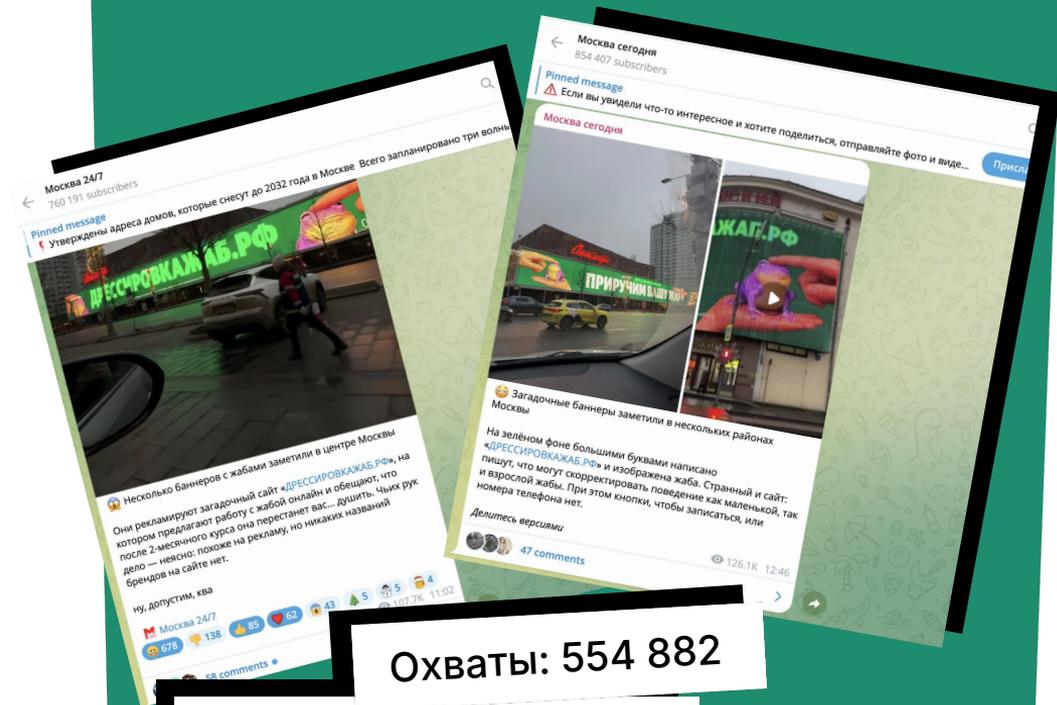


1–2 ФЕВРАЛЯ:

КРЕАТИВНЫЕ ПОСЕВЫ В TELEGRAM

На крупных медиафасадах Москвы появилась реклама сайта дрессировкажаб.рф, а городские каналы и паблики запостили это в соцсетях.

Мы продолжали растить интригу: никаких упоминаний Яндекс Сплит. Все внимание жабам.



Охваты: 554 882

Кол-во реакций: 3 096

Выполнение плана охвата: 122,18%

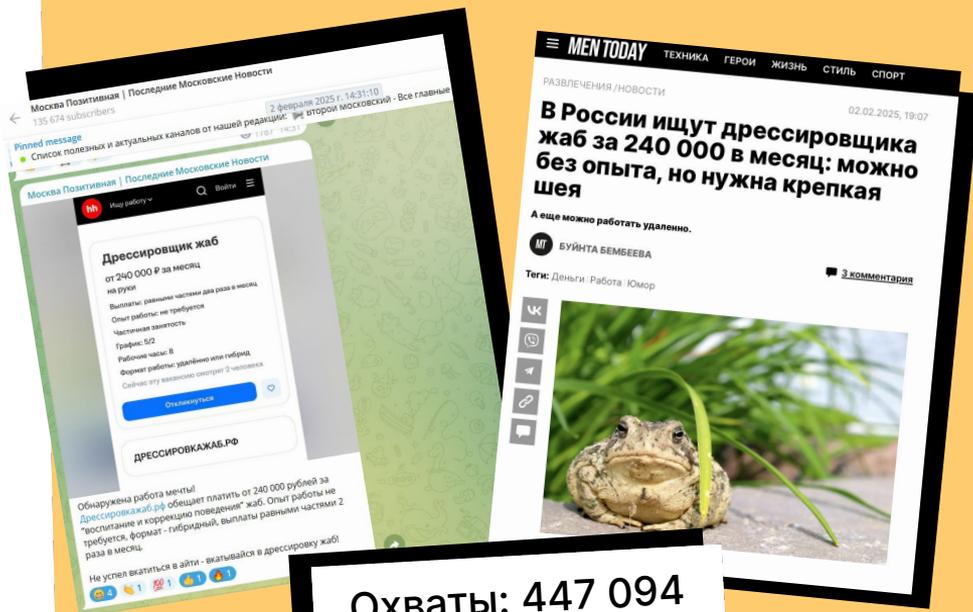
2 ФЕВРАЛЯ:

МОЩНЫЙ ИНФОПОВОД

Опубликовали фейковую вакансию дрессировщика жаб.

Люди с радостью откликались, а СМИ и крупные городские паблики написали об этом новости.

Это дало нам почти полмиллиона бесплатного органического охвата.



Охваты: 447 094

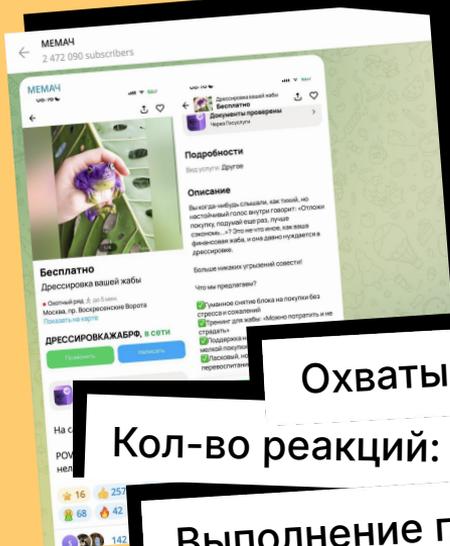
Кол-во реакций: 2 440

Выполнение плана охвата: 145,35%

3 ФЕВРАЛЯ: ЕЩЕ БОЛЬШЕ ПОСЕВОВ

Задействовали другие нестандартные методы, чтобы донести сообщение.

Объявление на Авито с услугой по дрессировке жаб

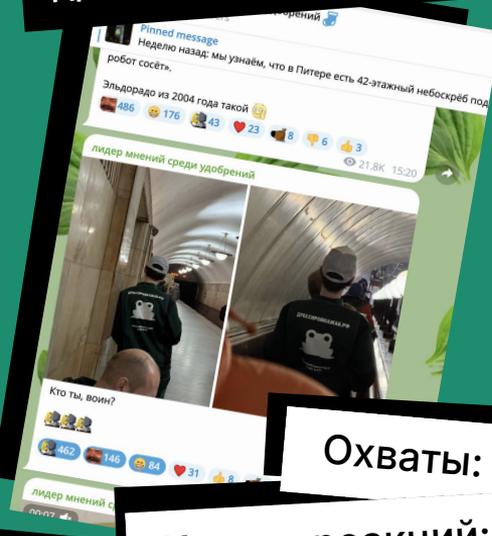


Охваты: 590 379

Кол-во реакций: 13 148

Выполнение плана охвата: 130,68%

Человек в спецодежде дрессировкажаб.рф



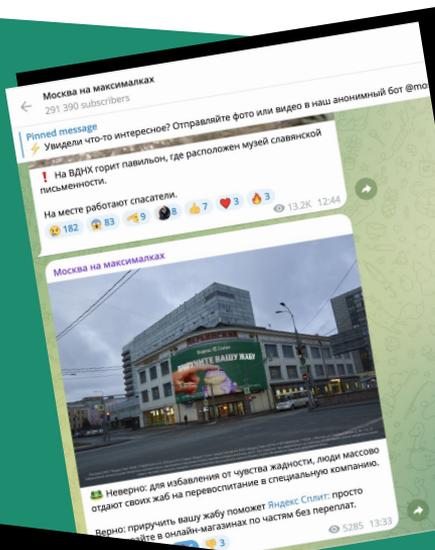
Охваты: 666 736

Кол-во реакций: 6 888

Выполнение плана охвата: 158,51%

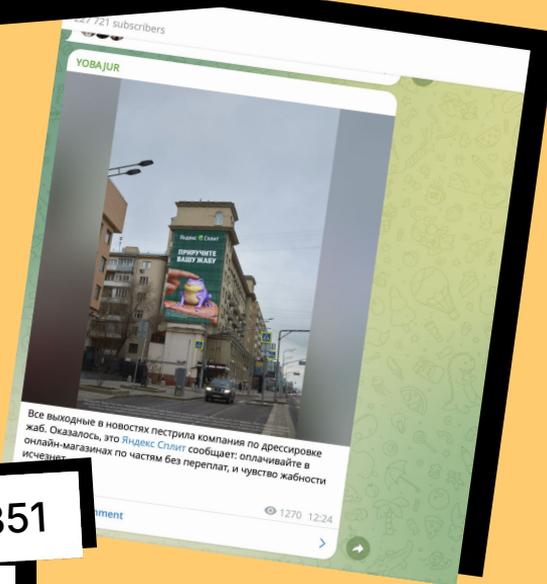
4 ФЕВРАЛЯ: РАСКРЫЛИ КАРТЫ

На четвертый день кампании рассказали, что за таинственной жабьей историей стоял Яндекс Сплит.



Рекламные посты с преимуществами сервиса

Посты с разбором кейса



Охваты: 1 779 351

Кол-во реакций: 9 087

Выполнение плана охвата: 164,69%

УСПЕХ КАМПАНИИ
ПРЕВЗОШЕЛ ВСЕ ОЖИДАНИЯ

И ЭТО ГОВОРИМ НЕ ТОЛЬКО МЫ,
НО И РЕАЛЬНЫЕ ЦИФРЫ

РЕЗУЛЬТАТЫ

Публикации

Вышли с прогревом/ревиллом/кейсам
в 36 каналах в Telegram

Органические упоминания

Охват – 776 297+
Количество – 181

Reach Fact и реакции

RF – 4 885 078
Количество реакций – 40 698

CPV

CPV по бюджету на размещения — 0,96 руб.
CPV по total бюджету — 1,5 руб.

Средний CPV по рынку

Маркетинговые каналы ~ 3,5-6,5 руб.
Городские (новостные каналы) ~ 1,3-2 руб.
Развлекательные каналы ~ 1-2,5 руб.

ВЫВОДЫ КАМПАНИИ

Перевыполнение охватов

Кампания достигла 4,1 млн OTS (Reach), что превысило изначальные планы. Наиболее эффективными оказались размещения на Авито (590 тыс. охвата) и с сотрудником в городе (667 тыс. охвата).

Оптимизация затрат

Средняя стоимость контакта (CPV) составила ~0,96 ₽, при этом наиболее выгодные размещения были в Telegram-каналах мемов (0,69 ₽). Самые дорогие — маркетинговые каналы (3,77 ₽).

Эффективность по вовлечённости

Самый высокий ER показали мемные каналы, особенно Female Memes (4,34%). Классические новостные каналы и медиафасады показали высокий охват, но с меньшей вовлечённостью.

И главный результат —

искреннее внимание людей к вопросу дрессировки жаб с помощью Яндекс Сплит

