

## Привлечение трафика для компании, которая занимается монтажом оконных откосов в Киеве

**Otkosi.pro** – компания, которая занимается установкой внутренних и внешних откосов из гипсокартона для окон.

**Сайт:** <https://otkosi.pro/>

Сайт представляет собой классический одностраничный лендинг, где есть информация об оффере, проработанные УТП, фотогалерея и отзывы клиентов.

**Инстаграм:** <https://www.instagram.com/otkosi.pro/>

**Определение ЦА заказчиком:** женатые мужчины, одинокие женщины 30-50 лет со средним доходом

### Боли ЦА:

- затягивание сроков выполнения работы;
- страх некачественных работ;
- опыт работы с недобросовестными подрядчиками;
- подрядчики сливаются в процессе работы;
- перерасход бюджета;
- плохая термо-, звуко-, тепло-, влагоизоляция.

### Дополнительные проблемы, которые могут волновать:

- как не переплатить за установку откосов;
- нет желания платить до того момента, как ремонт будет окончен;
- после ремонта может потребоваться генеральная уборка – так как монтаж предполагает пыль/грязь.

**Оффер:** установим откосы на окна за два дня, вызов мастера для замеров бесплатно

### Аудитории, которые использовались в рекламе:

1. Семейные пары, проживающие *исключительно* в городе Киев. Возраст аудитории от 20 до 50 лет. Пример аудитории по данному сегменту ниже:

Потенциальная аудитория:


Потенциальный охват: 1 100 000 человек ⓘ

#### Аудитория:

- Местоположение (место проживания):
  - Украина: Киев Kyiv
- Возраст:
  - 20–50
- Язык:
  - Русский
- Критерии соответствия:
  - Интересы: Семья
- И еще:
  - Интересы: Дизайн интерьера, Обустройство дома или Ремонт
- Расширение детального таргетинга:
  - Выкл.

2. Жители Киева, которые планируют или которым необходимо выполнить ремонт. Аудитория была разделена на два сегмента: мужчин и женщин. Возраст аудитории от 20 до 50 лет. Пример аудитории по одному из сегментов ниже:

**Ремонт, женщины**

Место: Украина: Киев (+40 км) Kiev  
Возраст: 20 - 50  
Пол: Женщины  
Язык: Русский  
Критерии соответствия: Интересы: Дизайн интерьера, Обустройство дома или Ремонт  
И еще: Интересы: Дом или Недвижимость  
Расширение детального таргетинга:  Выкл.

3. Широкая аудитория, абсолютно без интересов. Возраст аудитории от 20 до 50 лет.

Рекламные кампании:

1. Реклама в ленте



*\*объявление показывалось в формате карусели: это было сделано для наглядной демонстрации выполняемых работ*

**Текст объявления:**

Все ещё думаете, что ремонт – это дорого? Бойтесь, что из-за переезда ремонт затянется на несколько недель, если не месяцев?

Мы предлагаем вам выгодно сэкономить время и деньги:

- лучшая цена - от 250 грн/п.м;
- замеры за 1 час;
- никакой грязи и пыли;

- монтаж на 2 день.

Хотите узнать больше подробностей? Переходите по ссылке и оставляйте заявку.

Аудитория, на которую была направлена реклама: **средняя стоимость клика 0,07\$.**

	Название объявления	Охват	Клики (все)	Плата за клик (все)	Отношение кликов к показам
<input type="checkbox"/>	 Семейные пары/лента — Копия	821	15	0,07 \$	1,80%
<input type="checkbox"/>	 Семейные пары/лента	9 098	188	0,07 \$	1,79%
<input type="checkbox"/>	 Ремонт/женщины/лента	2 112	35	0,10 \$	1,64%



Аудитория, на которую была направлена реклама: **средняя стоимость клика 0,1\$**

	Название объявления	Охват	Клики (все)	Плата за клик (все)	Отношение кликов к показам
<input type="checkbox"/>	 Семейные пары/лента — Копия	821	15	0,07 \$	1,80%
<input type="checkbox"/>	 Семейные пары/лента	9 098	188	0,07 \$	1,79%
<input type="checkbox"/>	 Ремонт/женщины/лента	2 112	35	0,10 \$	1,64%

2. Реклама в сториз: тут было принято решение уйти от стандартных креативов и добавить немного юмора. **Примеры:**



В результате выяснилось, что реклама в ленте прокручивалась лучше и клик был более дешевым. Спустя пару дней тестового периода было принято решение отключить рекламу в сториз.

#### Результаты рекламной кампании:

1. Удалось вызвать активность и интерес у аудитории. Это можно оценить, если дополнительно оценить вовлеченность пользователей. В общей сложности, рекламные объявления были сохранены 49 раз, а также 6 раз были отправлены в качестве личных сообщений. В будущем, подобного рода сохранения могут конвертироваться в уже прогретые лиды.
2. Рекламная кампания длилась 7 дней, так как заказчик предварительно хотел оценить активность аудитории и наличие спроса на услугу. **Важный момент:** тестовый период проводился в период карантина, но все равно реклама показала отличные результаты.

**Охват: 12376 пользователей**

**Результат (количество кликов по ссылке): 200**

**Цена за результат (стоимость за один клик): 0,08\$**

**Потраченная сумма (рекламный бюджет был ограничен): 20\$**

**CTR (кликабельность): 1,34%**

3. Цель рекламной кампании состояла в повышении трафика на сайт, но удалось дополнительно получить и лиды. Стоимость услуги по установке окон (базовый пакет) – 10\$. За тестовый период рекламы, который длился неделю удалось получить 6 заявок на установку окон по базовому тарифу и ещё 2 по расширенному (дополнительно устанавливались откосы на двери и выполнялась замена существующих окон, стоимость – 25\$). **Общая сумма: 110 долларов при потраченных 20\$ на рекламу.**

**В результате** заказчик доволен и планирует увеличение рекламного бюджета. В дальнейшем планируется запуск двух отдельных рекламных компаний по двум тарифам на сбор лидов.