

КЕЙС: Продажа Искусственных елок

Вид рекламы: Facebook + Instagram

Цели проекта: 100 заявок
стоимость заявки до 10\$

Автор кейса: Прокопенко Никита

Данные по рекламе

Цель	Всего заявок	Цена за заявку	Клики по ссылке	Цена за клик	Кликабельность	Охват	Всего потрачено
Конверсии	171	4,74\$	16 223	0,05 \$	2,13 %	4,74 \$	811,15 \$

☐		Название кампании	Результаты	Охват	Частота	Цена за результат	Бюджет	Потраченная сумма
☐	☒		2 Покупки	6 620	1,10	9,39 \$ За покупку	30,00 \$ На весь ср...	18,77 \$
☐	☒		— Просмотр ...	—	—	— За просмотр целевой страни...	10,00 \$ На весь ср...	0,00 \$
☐	☒		52 Потенциал...	149 856	1,29	4,07 \$ За лид	25,00 \$ Ежедневно	211,73 \$
☐	☒		113 Потенциал...	183 392	1,40	4,98 \$ За лид	75,00 \$ Ежедневно	563,15 \$
☐	☒		4 Потенциал...	695	5,54	4,38 \$ За лид	Использует...	17,50 \$
		> Результаты, число кампаний: 7 ⓘ	—	311 424 Пользователи	1,48 За польз...	—		811,15 \$ Всего потрачено

Вывод о работе кампаний:

За отчётный период работа велась с такими кампаниями:

1. Конверсии
2. Ремаркетинг

В работе использовались целевые интересы, Lookalike-аудитории, база контактов также тестировались интересы которые не связаны с искусственными елками, но включают в себя целевую группу людей.

За период работы самая эффективная аудитория принесла **23** заявки, по стоимости **3,27 \$** за заявку.

В результате поставленный KPI был выполнен, даже не смотря на то, что потрачено было практически на 200\$ меньше чем планировалось. При потраченных **811,15 \$** мы получили **171** заявку по стоимости **4,74 \$** (цель была 10\$ за заявку).

Примеры результативного объявления:

