

Наши кейсы

Как компании с нами
стали немного богаче

Как получить конверсию
оптового сайта в **11%**

и получить потенциальных
заявок на **250 000\$**

Задачи

1. Получить заявки в оптовом направлении с помощью performance-маркетинга;
2. Заявка должна стоить не более 10\$ по РФ.

Решение

1. Упаковать посадочную страницу для трафика;
2. Запустить трафик из контекстной рекламы;
3. Настроить аналитику для получения корректных отчетов.

Процесс реализации проекта

Конкурентный анализ

Для проработки смыслового слоя посадочной страницы был проведен конкурентный анализ, в котором было собрано более 73 конкурентов и был проведен анализ каждой компании по 13 основным критериям. Конкурентный анализ позволяет отстроить позиционирование и выделить основные преимущества для формирования Уникального Торгового Предложения (УТП).



Дизайн

По нашему субъективному мнению, удалось добиться для нашего клиента одной из самых красивых посадочных страниц в данном сегменте. Дизайнерские акценты на смыслах, специально выделенные call to action, визуально красивый онлайн-каталог и это уже самый эффективный сайт в данном сегменте, продающие лид-формы и comebacker;

Технический слой

Мы адаптировали сайт под все виды устройств. На данный момент наибольшая часть пользователей заходят на сайты с мобильных устройств. Если сайт плохо отображается на мобильном устройстве, можно считать, что сайт отсутствует. Загрузка данного сайта составила менее 3 секунд. Если сайт загружается дольше – клиенты уходят так и не дождавись загрузки, а, следовательно, теряются и деньги. Кроссбраузерное отображение - одинаковое отображение сайта во всех типах браузеров;

Рекламная компания

Работа над рекламными кампаниями включала в себя:

- Анализ объявлений конкурентов для определения основных преимуществ;
- Сбор обширного семантического ядра (более 43 000 ключевых слов) в 2 системах;
- Написание объявлений и их А\Б тестирование;
- Базовая настройка рекламных кампаний;
- Подключение систем аналитики.

Результат

После первого запуска были
остановлены рекламные кампании
из-за пропускной способности
менеджеров. Менеджеры не могли
справиться с таким количеством заявок.

Мы видели счастливые глаза управляющего
отделом маркетинга :)

Также, благодаря нам, в компании была
внедрена CRM-система и прописаны
скрипты продаж менеджерам.

126

Заявок получено
за 12 дней

250 000\$

Заявок получено
за 12 дней

2,3\$

Стоимость заявки в РФ

Как привести **736** **заявок**
на тест-драйв

по цене **3,3\$** за заявку

и увеличить их
количество **в 20 раз**

Поговорим о крупных компаниях

Задачи

1. Закрыць часть front-end
и back-end разроботки сайта;
2. Закрыць KPI по заявкам
с помощью медийной рекламы.

Процесс реализации

Front-end

О front-end мы долго говорить не будем.
Мы просто переделали весь сайт заново
с нуля с одним программистом. Не экономьте
на них, приходится платить дважды;

Таргетинг

Настроили таргетинг в YouTube по видео
с тест-драйвами данных авто;



Рекламная компания

Настроили рекламные кампании на людей,
подходящих по описанию нашей ЦА.

Результат

736

Заявок на тест-драйв
получено за 2 месяца

3,3\$

Стоимость заявки

Как получать **203** **заявок** в месяц

по цене **0,50\$** за заявку

Задачи

1. Получить заявки с помощью performance-маркетинга;

2. Заявка должна стоить не более 7\$. ГЕО – Беларусь.

Процесс реализации

