

Реклама для интернет-магазина Vimbo-paradiso



Рекламные макеты

Задача:

Запуск рекламы в Instagram, FB с целью увеличения продаж. КРІ - количество заказов в месяц больше 35

Исходные данные

Клиент пытался запускать рекламу самостоятельно, но желаемого эффекта и продаж не получил.

Что сделали?

- Настройка рекламного кабинета FB, установка пикселя;
- Разработка рекламной стратегии;
- Работа с аудиториями;
- Запуск;
- Оптимизация;
- Отчет.

Рекламная стратегия

Перед запуском рекламы мы понимали, что есть теплая и холодная аудитория.

Решили работать с обеими, но больше нас интересовала холодная, т.к. целью рекламной кампании было не только увеличить продажи, но и повысить узнаваемость бренда.

Гео - Италия.

Плейсменты - лента и истории в Instagram.

Канал куда ведет рекламное объявление: на первых этапах это социальные сети, после подготовки сайта, вели туда.

Макеты: мы намеренно в качестве макетов использовали фотографии товара в хорошем качестве, чтобы клиент понимал, что ему предлагают

Цели рекламной кампании

Для холодной аудитории:

- вовлеченность - продвижение публикации наиболее распространённого товара
- рекламная кампания с целью сообщения, чтобы клиент сразу же мог уточнить все детали в чате социальных сетей;
- трафик на сайт.

Для теплой аудитории:

- вовлеченность - продвижение публикации новых товаров в каталоге
- рекламная кампания с целью сообщения, чтобы клиент сразу же мог уточнить все детали в чате социальных сетей;
- трафик на сайт.
- динамический ремаркетинг;

Воронка продаж №1:

- рекламное сообщение;
- переход на профиль соц сетей;
- директ;
- покупка.

Воронка продаж №2:

- рекламное сообщение;
- переход на сайт;
- каталог;
- оформление заказа;
- покупка.

Работа с аудиториями:

В процессе работы определили наиболее результативные аудитории:

Женщины 24-45 | Италия | без интересов;

Женщины 24-47 | Италия | с интересами: беременность, роды, младенец, уход за ребенком, ребенок;

Женщины 24-47 | Италия | с демографическими интересами: родители с младенцами от 0-12 месяцев;

Женщины 24-47 | Италия | с семейным положением: в браке, помолвлена, в отношениях;

look-a-like (похожая) аудитория созданной на базе пользователей, которые взаимодействовали с аккаунтом в течение 180 дней.

Результат:

Количество продаж

Стоимость продажи

55 дней — длительность рекламной кампании;

45 — количество продаж;

€300 — рекламный бюджет;

€95 — средняя стоимость продажи;

14.25 — ROAS.

45

€3,15