

Как улучшить качество заявок и уменьшить их стоимость для компании - застройщика коттеджного городка: кейс «Happy Town»

Бюджет : до 300\$/мес. С учетом затрат на рекламу Facebook.

Сроки выполнения: ноябрь 2020 – май 2021.

Чтобы улучшить качество заявок и при этом уменьшить их стоимость, использовалась таргетированная реклама в сети Facebook. Тестирование рекламных целей: конверсии, трафик и лидогенерация; тестирование и коррекция целевых аудиторий, использование лид-магнитов в качестве подарка при подписании договора на строительство, привели к получению качественных целевых заявок с последующим подписанием договора на строительство. Средняя стоимость лида на финальном этапе кампании (CPL) \$ 1,50.

Цели:

- Поднять качество обращений от потенциальных покупателей;
- генерировать лиды (собирать контакты новых клиентов);
- повысить трафик на сайте и странице в Фейсбуке;
- сформировать уровень доверия к застройщику среди целевой аудитории - Киев и область.

При поиске вариантов для строительства собственного коттеджа люди изучают большое количество предложений в течение определенного времени, сравнивают их, проверяют надежность исполнителей прежде чем принять решение о подписании соглашения.

Чтобы привлечь новых заказчиков и напомнить о себе "теплым" потенциальным клиентам, запустили рекламную кампанию в Fb с использованием лид-магнита: цель - конверсии на сайт, после чего - генерацию лидов. Параллельно делались тематические публикации на странице в ФБ.

Получили результаты, немного откорректировали аудиторию и протестовали цель трафик на сайт с другим оффер, после чего - опять генерацию лидов.

Благодаря тестированию различных подходов и рекламных целей, удалось привлечь реально заинтересованную аудиторию и снизить стоимость заявки с 3,56 долларов до 1,36 доллара.

*** Настройка целевых аудиторий и особенностей показа рекламы по каждой из целей выполнялись по моей авторской методике, которая дает хороший результат. ***

Название кампании	Значение атрибуции	Результаты	Охват	Показы	Цена за результат
25.01.2021_Лиды_Лесной хуторок_ФБ	4,00 \$ ежедневно	43 Лиды на Facebook	7 927	14 741	1,36 \$ За лиды на Facebook
10.01.2021_Трафик_Лесной хуторок_ФБ	4,00 \$ ежедневно	3 731 Просмотры целевой...	39 403	88 985	0,02 \$ За просмотр целевой страницы
17.12.2020_Лиды_Лесной хуторок_ФБ	7,00 \$ ежедневно	23 Лиды на Facebook	8 054	16 545	3,56 \$ За лиды на Facebook
07.12.2020_Конверсии_Лесной хуторок_ФБ	5,00 \$ ежедневно	— Форма с контактными...	4 282	7 029	— За Форма с контактными данными
19.11.2020_Лиды_Лесной хуторок_ФБ	7,00 \$ ежедневно	42 Лиды на Facebook	16 548	31 932	2,92 \$ За лиды на Facebook
12.11.2020_Конверсии_Лесной хуторок_ФБ	4,00 \$ ежедневно	395 адаптированная ко...	14 475	20 853	0,07 \$ За адаптированная конверсия
КГ "Лесной хуторок" — Клики по ссылке	этого...	— Клик по ссылке	—	—	— За клик по ссылке
КГ "Лесной хуторок" — Клики по ссылке	этого...	790 Клики по ссылке	16 556	23 162	0,04 \$ За клик по ссылке
Дом Лаплас — Киевлянам	этого...	1 215	28 574	47 502	0,02 \$
Результаты, число кампаний: 23		Разные наст...	434 532 Пользователи	1 234 548 Всего	—

Результаты кампании с начала ноября 2020г. по конец мая 2021г.

Настройка релевантной аудитории, откорректированные по результатам тестов оффер и креативы, выбранная верная стратегия позволили:

- привлечь на сайт компании целевую аудиторию;
- снизить стоимость лида с 3,56 \$ до 1,36 \$;
- получить около 650 заявок на просмотр;
- завершить продажу коттеджного городка.

<https://topdom.ua/>

<https://www.facebook.com/LesnoyHutorok.Gorenka>