

Кейс: Товари для дому з Китаю

- ✓ Період: квітень—червень 2025
- ✓ Мета: збільшити продажі в інтернет-магазині товарів для дому, масштабувати рекламні кампанії зі стабільною окупністю при високих обсягах бюджету
- ✓ Платформи: Meta Ads (Facebook, Instagram)

Завдання:

- Знайти найбільш конверсійні аудиторії для товарів різних категорій
- Знизити вартість покупки при масштабуванні
- Утримати ROI вище 2.0 на середньомісячному бюджеті понад \$5000
- Побудувати структуру кампаній з відстеженням результатів

Стратегія:

- Тестування гіпотез - понад 20 різних зв'язок (товар × аудиторія × креатив)
- Сегментація аудиторій:
 - окремі кампанії на популярні товари (кухонні гаджети, органайзери, світильники);
 - поділ за етапами воронки: холодна, тепла, ремаркетинг.
- A/B-тести креативів: відео з демонстрацією товарів проти статичних фото
- Оптимізація за конверсіями на сайт, а не за трафіком чи охопленнями
- Використання Lookalike-аудиторій на основі подій “Покупка”
- Системна аналітика: зв'язка Meta Pixel + Google Analytics 4 + Tag Manager.

Результати:

- Загальна витрата: \$16 009,88
- Охоплення: 1,65 млн користувачів
- Покази: 6,28 млн
- Середня ціна за покупку: \$3,37
- Окупність реклами (ROAS): 2,02
- Середня рентабельність інвестицій: +102%
- Найкраща кампанія: \$2,19 за покупку при ROI 2,06

уведіть пошуковий запит, щоб фільтрувати за назвою, ідентифікатором або метриками

Кампанії

Набори реклами

Реклама

1 кві 2025 р. – 30 чер 2025 р.

Створити

Дублювати

Редагувати

A/B-тестування

Більше

Стовпці: Користувацький

	Вимк. / Увімк....	Кампанія ↑↓	Результати ↓	Охопле... ↑↓	Покази ↑↓	Ціна за результат ↑↓	Витрачена сума ↑↓	Окупність витрат на...	Рентабельн... інвестицій ...
☐			1.630 Покупки на сайті	417 491	1 324 487	2,19 \$ За покупку	3 570,28 \$	2,06	2,06
☐			849 Покупки на сайті	560 032	1 834 002	5,34 \$ За покупку	4 534,69 \$	2,11	2,11
☐			493 Покупки на сайті	297 901	702 107	4,72 \$ За покупку	2 328,96 \$	1,94	1,94
☐			491 Покупки на сайті	444 168	856 437	3,09 \$ За покупку	1 519,62 \$	2,24	2,24
☐			176 Покупки на сайті	56 253	146 627	3,32 \$ За покупку	584,31 \$	2,10	2,10
☐			147 Покупки на сайті	161 437	494 973	7,94 \$ За покупку	1 167,76 \$	2,61	2,61
☐			86 Покупки на сайті	56 133	109 661	2,60 \$ За покупку	223,22 \$	1,60	1,60
☐			74 Покупки на сайті	35 179	71 800	2,39 \$ За покупку	176,69 \$	1,62	1,62
Результати з 185 кампа...			—	1 649 547 облікових зап...	6 286 253 Усього	—	16 009,88 \$ Загальні витрати	2,02 В середньому	2,02 В середньому

Досягнення:

- ✓ Утримання стабільного ROI >2 при масштабуванні бюджету до \$16 000
- ✓ Зниження ціни за результат у найефективнішій кампанії до \$2,19
- ✓ Побудована гнучка структура кампаній для різних типів товарів
- ✓ Підвищено CTR завдяки оптимізації креативів і чіткому позиціонуванню оферів
- ✓ Сформована база ремаркетингу для повторних продажів.

Висновок:

Системний підхід до структури, аналітики й тестування дозволив утримати стабільну окупність при значному обсязі трафіку та високих бюджетах. Кейс показав, що навіть при широкому асортименті товарів можна вибудувати ефективну рекламу, яка не “зливає” бюджет, а приносить прогнозований прибуток