

Кейс: 812 подписчиков в рассылку по 6 руб в товарах для рукоделия

Сегодня поведаю про тестовую рекламную кампанию для магазина товаров для рукоделия.

ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ



Была дана группа товаров для творчества и рукоделия с более 4000 подписчиками и низкой активностью. Магазин локально расположен в Челябинске.



ЦЕЛИ И БЮДЖЕТ

Цель: подписка в рассылку, для последующего прогрева и продажи товаров

ГЕО: Россия, Челябинск.

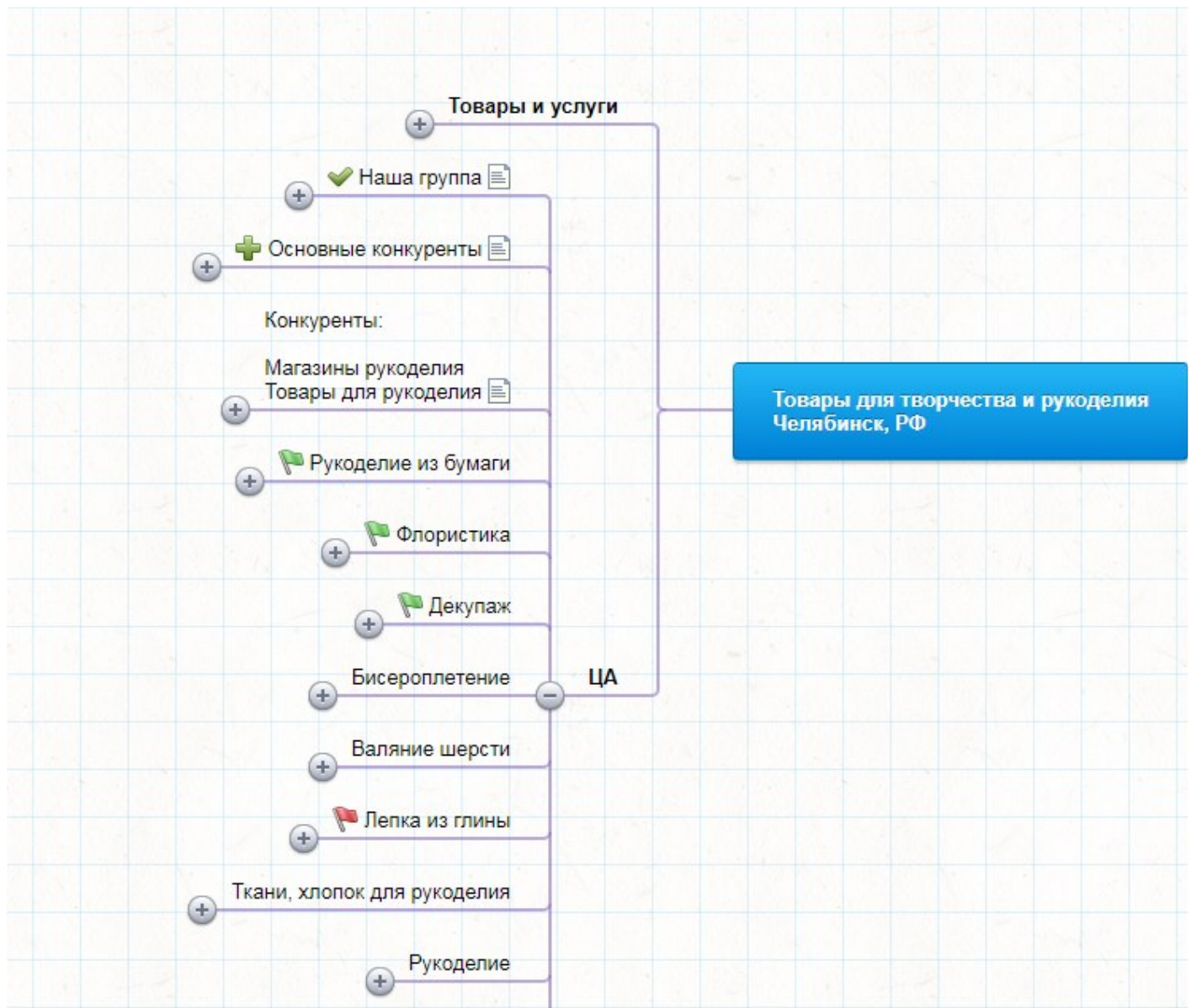
Бюджет: 5000 руб на тесты.

Период ведения: 10-21 мая 2018 года

АЛГОРИТМ РАБОТЫ



Конечно же я начал с майнд-карты, которую составлял исходя из товаров, которые присутствовали в магазине.



Но так как бюджет на тесты был всего 5 000 руб и всех людей вели на подписку в общую рассылку по рукоделию, то выделили 5 основных аудиторий:

1. Подписчики группы
2. Основные конкуренты по городу
3. Скрапбукинг
4. Флористика
5. Декупаж

Всех конкурентов по магазинам и товарам для рукоделия я сразу исключил из показов, чтобы сильно не шокировать.

Цепочку писем создавали в [Senler](#) — наиболее функциональном на данный момент сервисе по рассылке сообщений. Так как в нем присутствует не только персонализация по имени, городу, но и крутая аналитика по переходам и меткам. Все ссылки в объявлениях можно проставлять специальными метками и смотреть откуда выгоднее всего гнать трафик.

Закрытый клуб Hand-made

«Только для своих»

Мы рады приветствовать вас, Кірыл из города Гомель 🌞

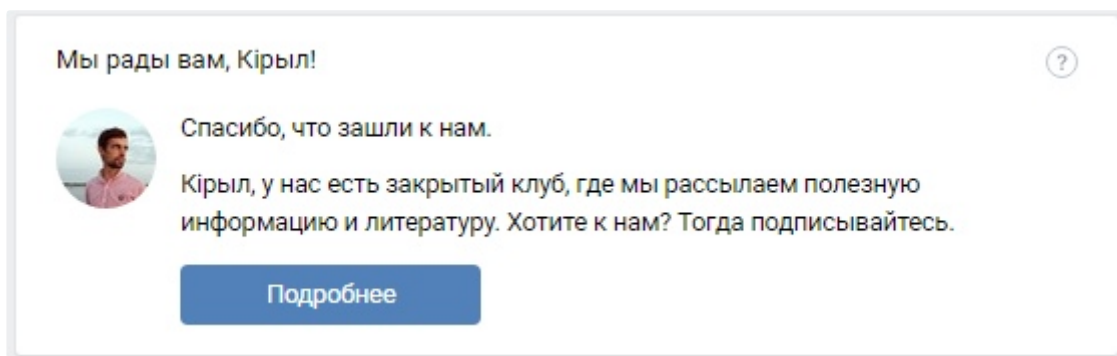
При подписке вам будут доступны уникальные предложения, доступ к эксклюзивным товарам, а также полезная литература по рукоделию и скрапбукингу.

Мы стараемся для вас! Будем рады подписке 😊

Подписаться

Пример посадочной

В группу установил виджет с призывом подписаться в рассылку за небольшой бонус. Ведь часть людей всё равно будет переходить не по ссылке в объявлениях, а прямо в группу.



Пример виджета в группе



РЕЗУЛЬТАТЫ

Подписчики группы

Статистика записи ?

 **1 229**  **1**  **0**  **0**

Охват записи, количество «Нравится», репостов и комментариев.

40 переходов по ссылке	1 охват не подписчиков
6 переходов в группу	1 226 охват подписчиков
0 вступлений в группу	2 бесплатный охват
2 скрытия	0.00 % CR общий
0 жалоб	0.00 % CR от перех. в группу
1 скрытие всех записей	15.33 ПкН

Статистика по подписчикам группы

Потрачено, руб: 181

Кликов (всего/по ссылке): 46/40

Цена клика, руб: 3,9/4,5

Подписок в рассылку: 25

Цена подписки, руб: 7,2

Конверсия клика в подписку: 63%

Основные конкуренты по городу

Статистика по основным конкурентам города

Потрачено, руб: 432

Кликов (всего/по ссылке): 129/104

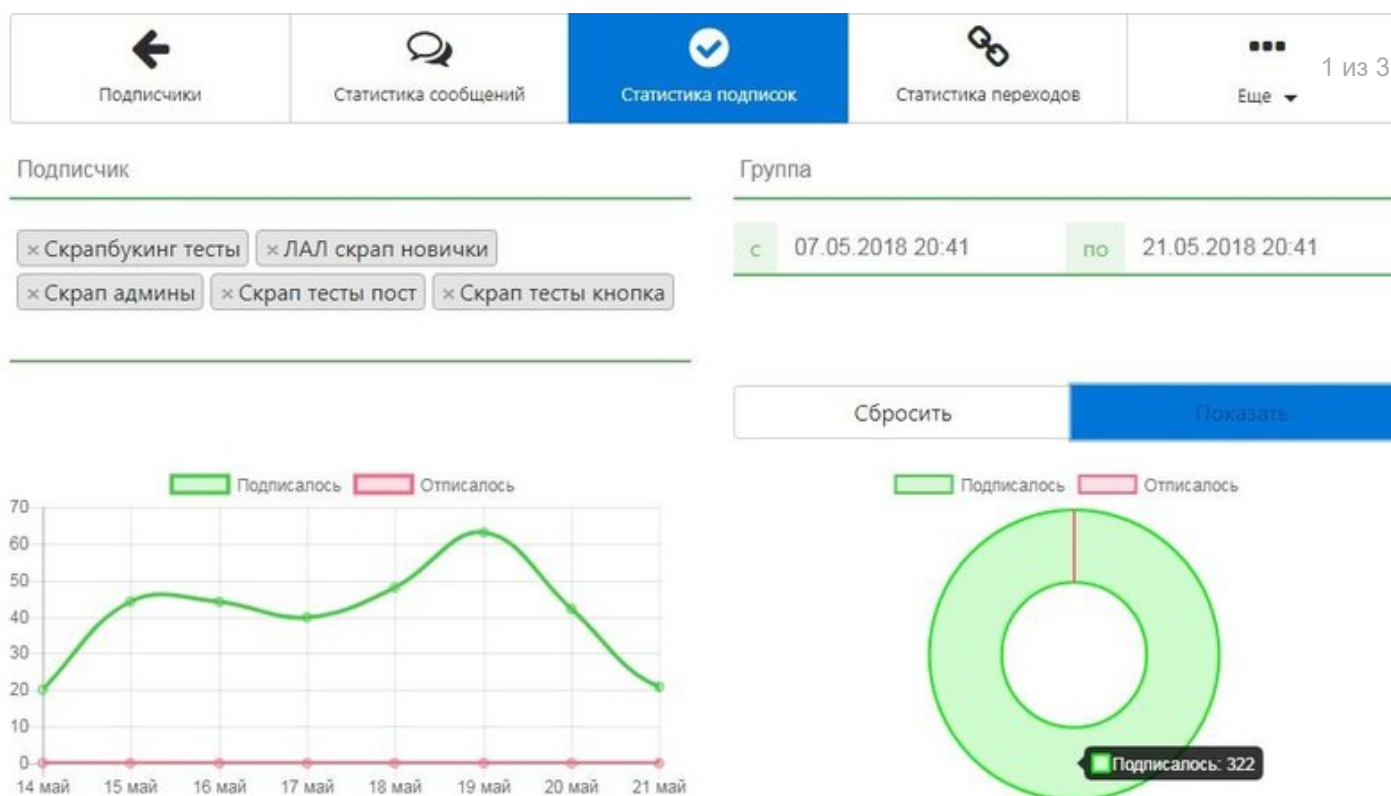
Цена клика, руб: 3,3/4,2

Подписок в рассылку: 55

Цена подписки, руб: 7,9

Конверсия клика в подписку: 53%

Скрапбукинг



Скрапбукинг — Подписчики рассылки

Потрачено, руб: 2083

Кликов (всего/по ссылке): 851/615

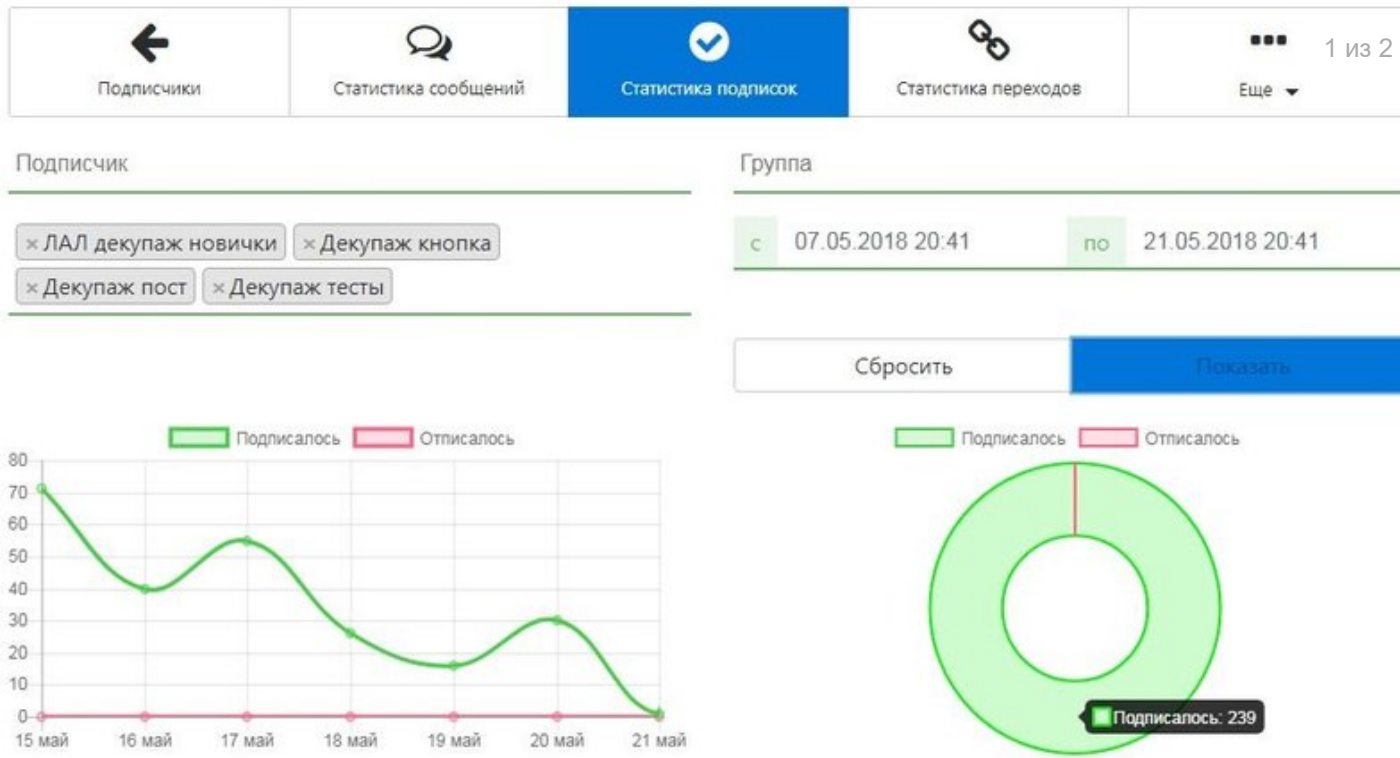
Цена клика, руб: 2,5/3,4

Подписок в рассылку: 322

Цена подписки, руб: 6,5

Конверсия клика в подписку: 52%

Декупаж



Декупаж — Подписчики рассылки

Потрачено, руб: 1191

Кликов (всего/по ссылке): 875/607

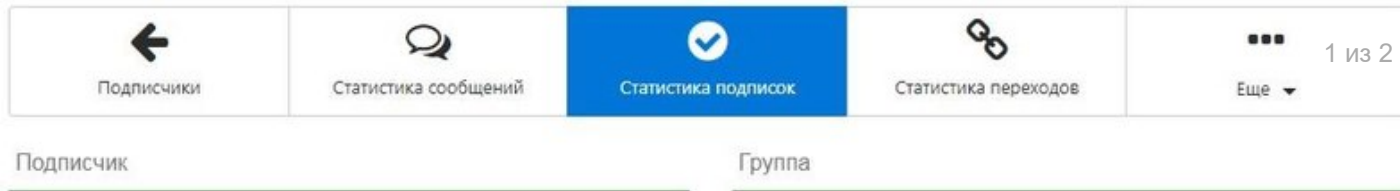
Цена клика, руб: 1,4/2,0

Подписок в рассылку: 239

Цена подписки, руб: 5,0

Конверсия клика в подписку: 39%

Флористика



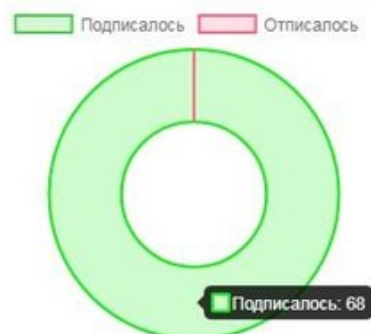
× ЛАЛ флор новички × Флористика пост
× Флористика кнопка × Флористика тесты

с 07.05.2018 20:41

по 21.05.2018 20:41

Сбросить

Показать



Флористика — Подписчики рассылки

Потрачено, руб: 727

Кликов (всего/по ссылке): 331/180

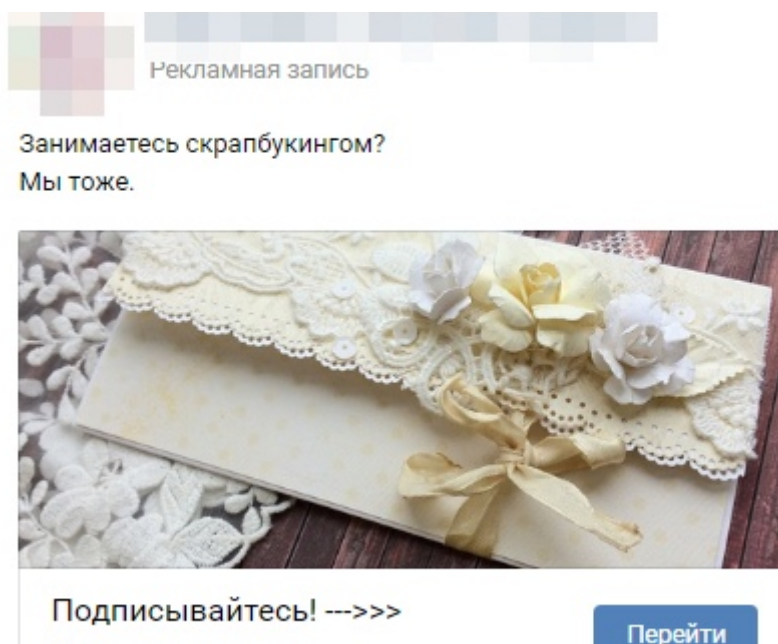
Цена клика, руб: 2,2/4,0

Подписок в рассылку: 68

Цена подписки, руб: 10,7

Конверсия клика в подписку: 38%

Примеры промо постов



1 из 3

Итого по тестам

☐	Название	Статус	Дн. лимит (?)	Общ. лимит (?)	Потрачено	Показы	Переходы	CTR (?)	1 из 5
☐	{Рукоделие} Тест аудиторий	▶	Не задан	Не задан	984.49 Р	8 220	308	3.747 %	3.19 Р
☐	{Флористика} Тест аудиторий	▶	Не задан	Не задан	382.09 Р	4 245	200	4.711 %	1.91 Р
☐	{Флористика} Тест форматов	■	Не задан	Не задан	68.80 Р	483	22	4.555 %	3.12 Р
☐	{Флористика} Тест фото	■	Не задан	Не задан	276.00 Р	1 807	84	4.649 %	3.28 Р
☐	{Декупаж} Тест аудиторий	▶	Не задан	Не задан	621.95 Р	5 477	507	9.257 %	1.22 Р
☐	{Декупаж} Тест форматов	■	Не задан	Не задан	118.88 Р	752	66	8.777 %	1.80 Р
☐	{Декупаж} Тест фото	■	Не задан	Не задан	450.56 Р	2 927	226	7.721 %	1.99 Р
☐	{Скрапбукинг} Тест аудиторий	▶	Не задан	Не задан	1 456.60 Р	9 839	593	6.027 %	2.45 Р
☐	{Скрапбукинг} Тест форматов	■	Не задан	Не задан	213.04 Р	1 480	81	5.473 %	2.63 Р
☐	{Скрапбукинг} Тест фото	■	Не задан	Не задан	413.12 Р	2 707	100	3.694 %	4.13 Р
Всего					4 985.53 Р	37 937	2 187	5.765 %	2.28 Р

Общие данные по тестам

Потрачено, руб: 4986

Кликов (всего/по ссылке): 2390/1662

Цена клика, руб: 2,1/3,0

Подписок в рассылку: 812

Цена подписки, руб: 6,1

Конверсия клика в подписку: 49%

| *Бонусом 319 подписчиков в группу*



Выводы:

1. Любители рукоделия очень хорошо переходят по промо постам и подписываются в рассылку, при выявлении цепляющей картинки.
2. Используя [Senler](#) в качестве сервиса рассылок, можно легко определить с какого объявления и аудитории пришёл человек, а также делать целевую рассылку по

определённым группам людей.

3. Посадочная страница в рассылке была адаптирована под рукоделие и скрапбукинг, по этой причине конверсия в подписку по скрапбугингу 52%, в сравнении с декупажем и флористикой — 39% и 38%. Поэтому, чтобы повысить конверсию в подписку, нужно разделять подписчиков по разным группам с соответствующей посадочной страницей рассылки и продумывать цепочку сообщений под каждый вид рукоделия. Тогда результаты будут существенно лучше.
4. На данный момент заказчик работает с полученной подписной базой и рассылает им различные полезные штуки и акционные предложения, поэтому об эффективности рекламы ничего сказать пока нельзя. Однако как в группе, так и в сообщениях заметно поднялась активность. Так что думаю в будущем продажи не заставят себя ждать, ведь открываемость сообщений в рассылке около 80%.