**Кейс:LOFT мебель**

**Проект** — Loft мебель

**Соц сеть** — Instagram

**Страница**— [https://www.instagram.com/kerkestrumbewood/](https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fwww.instagram.com%2Fkerkestrumbewood%2F)

**Средний чек** — 600 евро

**Бюджет на тест** — 150$

**Получено:**

**Кол-во запросов DIRECT**— 86 шт

**Кол-во запросов в комментариях** под фото – 69

Кол-во лидов через вайбер/ватсап – 0

Цена клика в Топах – 5 центов,

Цена клика в интересах loft – 7 центов

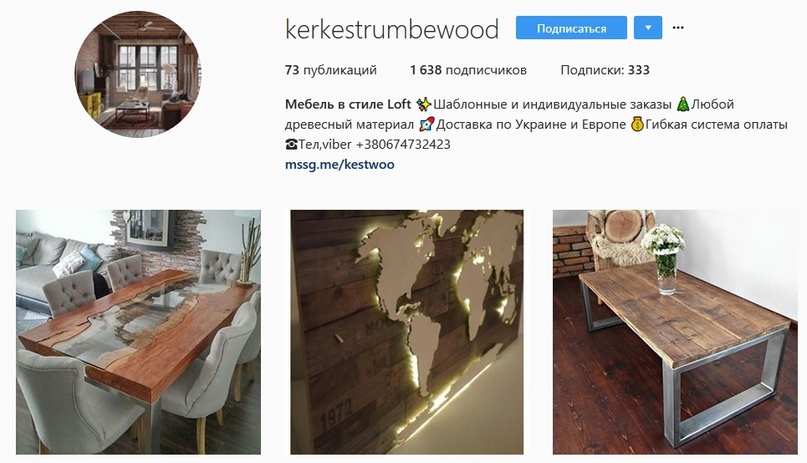
Цена клика в Интересах сториз – 3 цента,

Цена клика в сториз Топы – 12 центов

**Кол-во продаж** – 1 шт

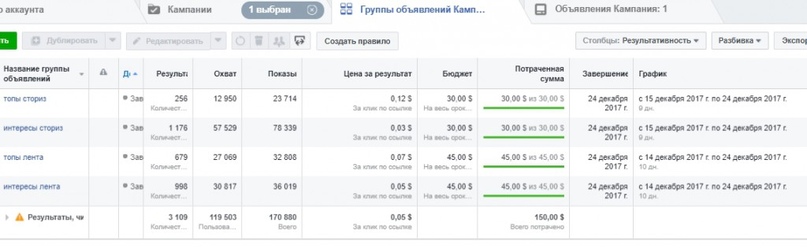
После обращения клиента, стояла задача протестировать и определить интерес аудитории в теме loft стиля в инстаграме.

Для этого был создан аккаунт инстаграм и стартово наполнен публикациями. После чего запущена реклама.



Реклама была запущена по 4м направлениям:

1. Лента инстаграм. На Директоров, топ менеджеров, учредителей и начальников отделов. Одним словом тех, кто имеет деньги
2. Аналогичная аудитория только в сториз инстаграм
3. Лента инстаграм. Прямые интересы. loft мебель, loft стиль
4. Аналогичная аудитория как в п.3 , только в сториз инстаграм

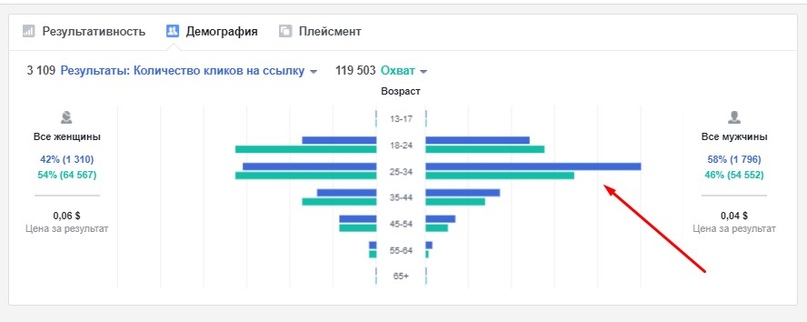


Среднее количество получаемых переходов с рекламы — 300 в сутки (скриншот ниже)

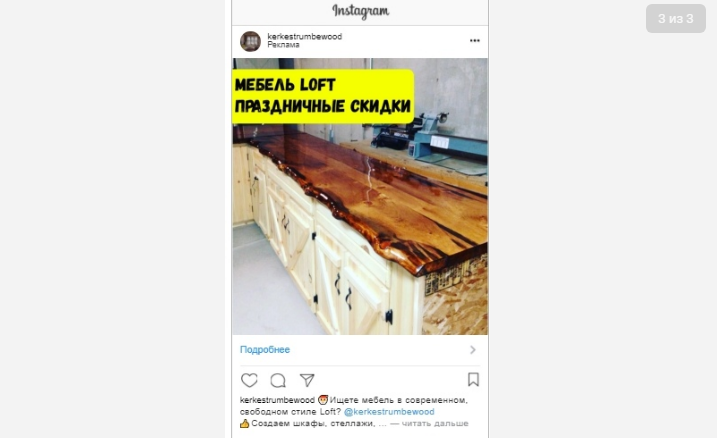
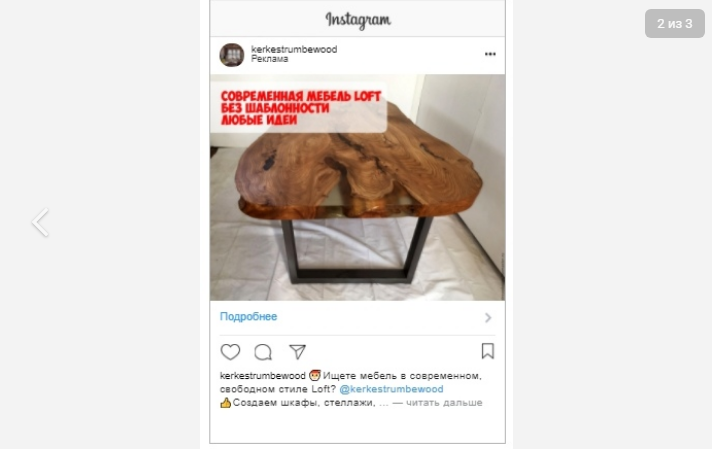
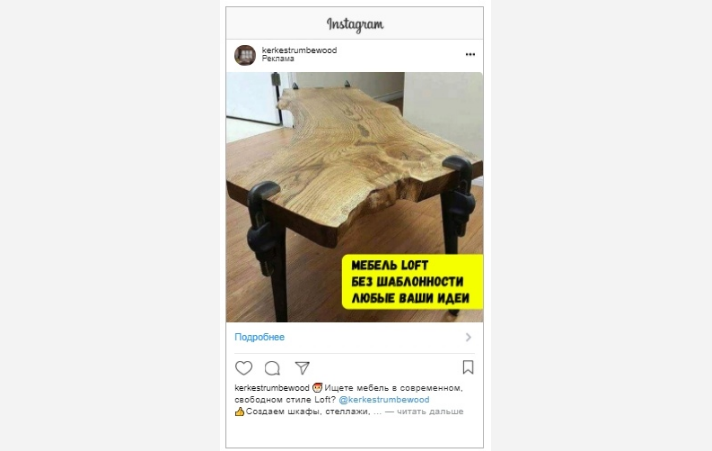


Вопреки убеждениям клиента в том, что темой должны интересоваться в подавляющем большинстве мужчины, определили, что разделение среди мужчин и женщин незначительное.

Ядро целевой аудитории — 18-34 года



Примеры креативов, которые сработали лучше всего.



Итог.

* тематика Loft мебели очень востребована и интересна для аудитории
* но цена кусается, поэтому после запросов люди зачастую «уходили думать»
* на вложенный рекламный тестовый бюджет мы получили 1 продажу стола за 600 евро
* ядро целевой аудитории — люди проявляющие прямые интересы loft стиля и мебели