

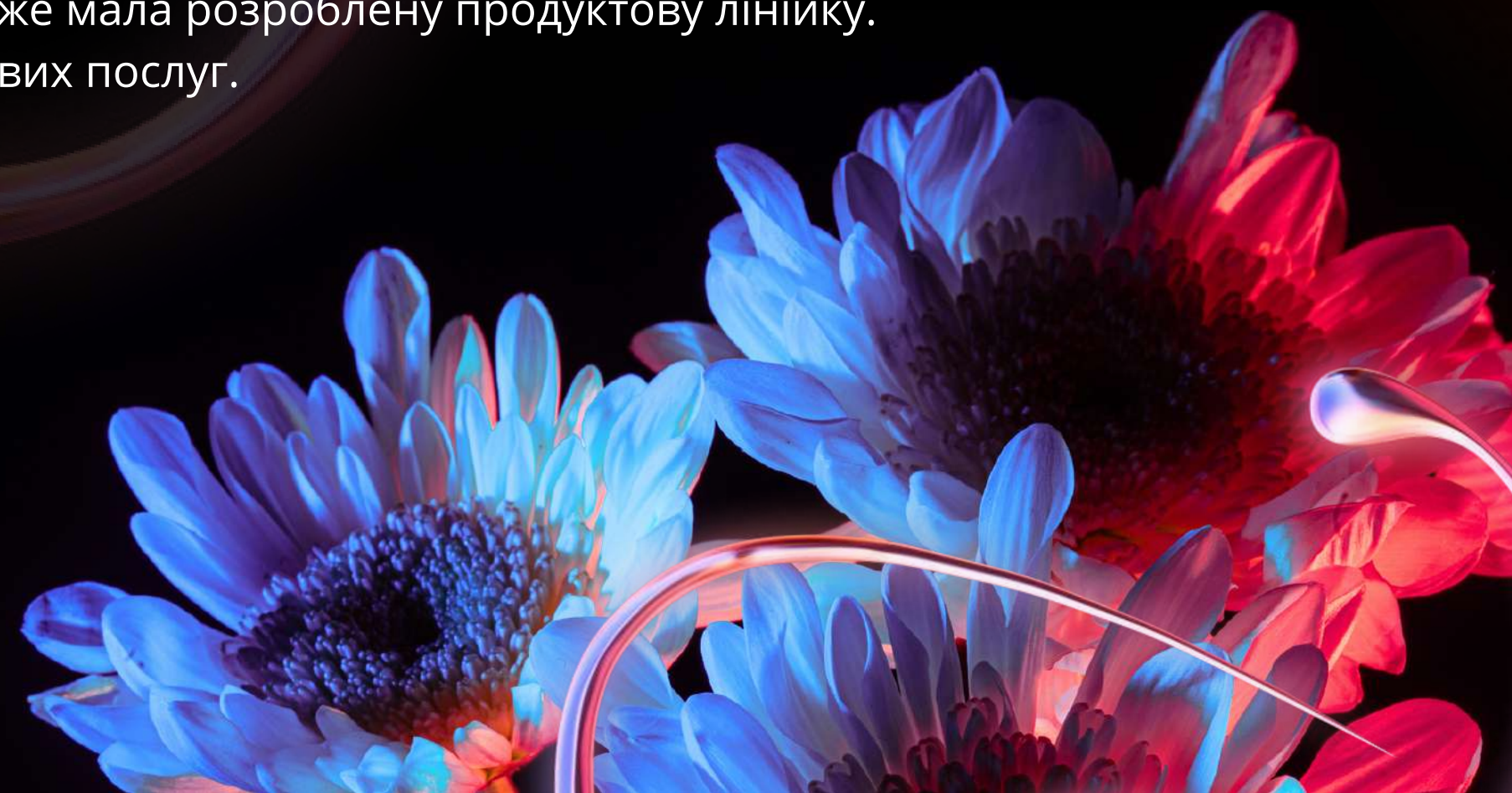
# Кейс: Збільшення потоку клієнтів для кабінету лазерної епіляції

## Початкова ситуація

Клієнт - дівчина, яка тримає свій кабінет лазерної епіляції. Вона вже мала розроблену продуктову лінійку. Акцент було зроблено на продажі саме абонементів замість разових послуг.

## Основна мета

Збільшення заявок на послуги лазерної епіляції.

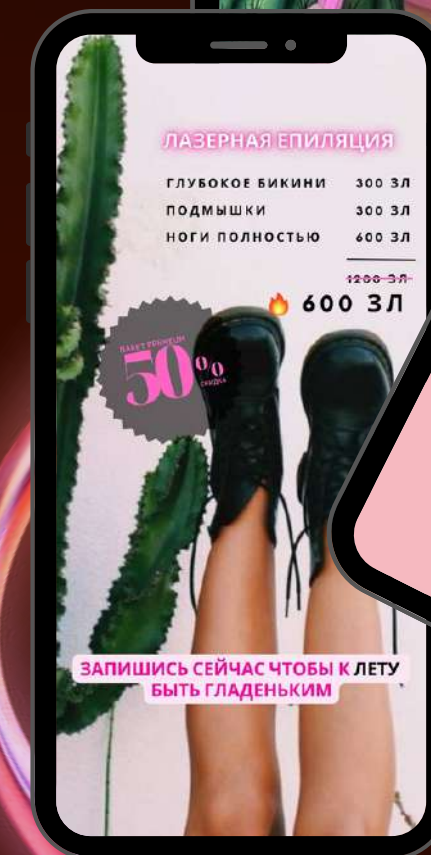
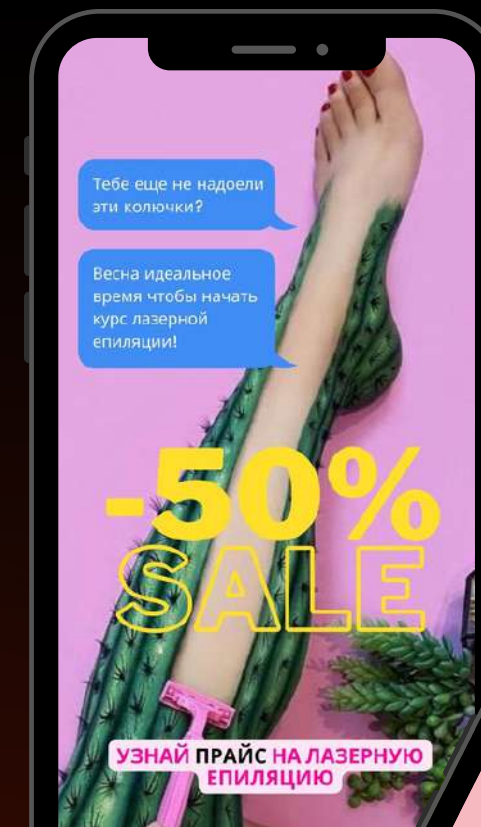


## Рішення та дії:

Налаштували таргетовану рекламну кампанію з метою залучення клієнтів безпосередньо в директ для подальшої комунікації щодо акцій і пропозицій.

Оскільки клієнтка не говорила польською, розроблені нами банери були російською мовою (довоєнний кейс).

Також ми розробили промо-акції з урахуванням цін конкуренції.



## Результати:

Розпочато переписок - 1309  
Вартість за початок листування - \$0.25  
Загальні витрати - \$307,14

• Действующая

 Банер 1

<b>397</b>	<b>0,29 \$</b>	<b>115,02 \$</b>
Начало переписки в приложении	Цена за Начало переписки в приложении	Затраты

• Действующая

 Банер 2

<b>912</b>	<b>0,21 \$</b>	<b>192,12 \$</b>
Начало переписки в приложении	Цена за Начало переписки в приложении	Затраты

Записи були на кілька місяців вперед. Було продано 18 абонементів. У загальній сумі ми окупили рекламу у 8 разів.

Головним інструментом була правильно розроблена цінова політика. Ми розуміли, що в Україні вартість цієї послуги в 2 рази дешевше. Тому знизили ціну за послугу за допомогою акцій, що зробило її поза конкуренцією.