

Кейсы SMM

# Содержание

Группа «Эталон»		3
Группа «ЦДС»		12
Росстройинвест ЖК «New Time»	23	
Юнит ЖК «Времена Года»	30	
Цирк в Автово		39
MOBY SPL		47
Спектакль «Триумфальная арка»		59



MOBY

Группа «Эталон»

# Описание бренда

**Группа «Эталон»** – крупнейшая корпорация в сфере девелопмента и строительства в России. Компания фокусируется на строительстве жилья комфорт- и бизнес-класса в Санкт-Петербурге, Москве и Московской области.

## Бренд в социальных сетях:



[https://vk.com/gk\\_etalon](https://vk.com/gk_etalon)



<https://www.facebook.com/etalongk/>



[https://www.youtube.com/channel/UClyr4DSOJS7\\_HqSP-0ktpjg](https://www.youtube.com/channel/UClyr4DSOJS7_HqSP-0ktpjg)



# Описание проекта



**Цель:** увеличение качественных целевых обращений



**Гео:** региональная кампания (26 регионов)



**Целевая аудитория:** м/ж, 27-50 лет



**Канал продвижения:** Фейсбук, Инстаграм, Одноклассники



**Период проведения:** 30 дней

# Целевая аудитория

На этапе поиска целевой аудитории пользовались методом получения обратной связи: общением с покупателями. Однако провели опрос не самих клиентов, а тех, кто с ними работает, – менеджеров по продажам. По результатам экспертных интервью с риелторами был сформирован портрет типичного покупателя «столичной недвижимости» из регионов:

- Самая активная возрастная категория 35 – 50 лет.
- Пол – преимущественно женщины (соотношение женщин и мужчин – 70/30).
- Семейный человек, с детьми, средних лет.
- Типичные места работы: госслужба, работники бюджетной сферы, руководители предприятий, военнослужащие.
- Страхи целевого клиента: дом не будет достроен или будет не сдан в срок; некачественное строительство; рядом с домом будут отсутствовать социальные объекты первой необходимости; отсутствие транспортной локации.
- Цели покупки: для себя; для детей-студентов; для родителей-пенсионеров.

# Стратегия рекламной кампании

Выбор каналов кампании:

В период проведения рекламной кампании тестировались следующие каналы: Вконтакте, Фейсбук, Инстаграм, Одноклассники. Самым эффективным каналом оказались Инстаграм и Фейсбук, далее - Одноклассники. Самым неэффективным – Вконтакте. В последствии мы отказались от данного канала в работе над привлечением заявок.

Этапы работы:

1. Тестировали объявления по интересам, KPI – стоимость качественного лида. Самыми эффективными оказались интересы:
  - Ипотека
  - Недвижимость
  - Семья и отношения
  - Путешественники
2. Ретаргетинг. Самой эффективной оказалась настройка рекламных кампаний на «теплую» аудиторию, которая была собрана в процессе проведения охватной РК.
3. Look-a-like. Поиск «похожей» аудитории происходил на основе аудитории ретаргетинга.

# Стратегия работы над креативами

Разработка креативов делилась на несколько этапов:

1. Информационный креатив. С помощью такого креатива закрыли основные потребности ЦА из других городов, сняли основные опасения и сформировали доверие к бренду застройщика.
2. «Раздражающий» креатив. Кроме социальных сетей, он был задействован в медийных площадках (новостные сайты). Его цель – отвлечь человека от потока информации и привлечь внимание к себе.
3. В основной коммуникации сделали упор на визуальную часть:
  - девушка с коробками как символ переезда,
  - планировка однокомнатной квартиры, на которую действует акция,
  - семья, которая решила переехать в другой город.
4. Снимали страхи следующей коммуникацией:
  - Близость к метро, готовая отделка, акции и скидки.
5. Ситуативный маркетинг. Использование текущих интересных событий с привязкой к деятельности компании.




# Самые эффективные объявления: Инстаграм

Instagram

Группа «Эталон»  
Реклама

**ЗНАКОМЬТЕСЬ,  
ОДНУШКА В ПИТЕРЕ**




Получить предложение

Я переехала в Питер. А ты?  
Квартиры в Петербурге на крутых условиях:  
🔥 Рядом с метро... — читать дальше

Instagram

Группа «Эталон»  
Реклама



**14,30 М<sup>2</sup>  
КУХНЯ-ГОСТИНАЯ**

**10,9 М<sup>2</sup>  
СПАЛЬНЯ**

**ПЕРВЫЙ ВЗНОС  
ОТ 180 000 РУБ.**

Получить предложение

Я переехала в Питер. А ты?  
Квартиры в Петербурге на крутых условиях:  
🔥 Рядом с метро... — читать дальше

Instagram

Группа «Эталон»  
Реклама

**ПЕРЕЕЗЖАЙТЕ В ПЕТЕРБУРГ  
КВАРТИРА С ОТДЕЛКОЙ У МЕТРО**



**ПЕРВЫЙ ВЗНОС ОТ 180 000 РУБЛЕЙ**


Получить предложение

Я переехал в Питер. А ты?  
ЖК комфорт-класса "Дом на Блюхера" на крутых условиях:... — читать дальше

Instagram

Эталон ЛенСпецСМУ  
Реклама

**В ЛЮБОЙ НЕПОНЯТНОЙ  
СИТУАЦИИ –  
ЛЕТИ В МОСКВУ!**



Получить предложение

Квартиры в Москве по специальному предложению:  
- комфортное жилье с удобным расположением  
- рассрочка до 2023 года... — читать дальше

# Самые эффективные объявления: Фейсбук



\* Наведите на изображение, чтобы проиграть видео

**Эталон ЛенСпецСМУ**  
Реклама · 🌟

Квартиры в Санкт-Петербурге по специальному предложению:

- готовые квартиры от 57 000 за м2,
- рассрочка до 2023 года,
- билет в Петербург бесплатно,
- ипотека 7,4%. Жми на ссылку под фото, оставь заявку прямо сейчас и получи скидку до 20% на квартиру в любимом районе. И встречай новый год в Питере 🌲

КОГДА САНИ НЕ НУЖНЫ!  
КВАРТИРЫ В ПЕТЕРБУРГЕ РЯДОМ С МЕТРО!

Получить предложение

The advertisement is a Facebook post. It features a blue profile picture of 'Эталон ЛенСпецСМУ'. The main text describes a special offer for apartments in Saint-Petersburg. Below the text is a festive illustration of children, reindeer, and a Christmas tree. At the bottom, there is a button labeled 'Получить предложение'.

# Самые эффективные объявления: Одноклассники



\* Наведите на изображение, чтобы проиграть видео

Страница Эталон ЛенСпецСМУ — Александра Фалина  
15 марта  
208 участников

В Якутске с неба упало 9 тонн золота 🧡  
Если вы оказались недалеко от аэропорта, не будет лишним вспомнить, что квартиры в Петербурге от Группы "Эталон" ждут Вас!  
Только до конца марта первый взнос от 180 000 руб. А это всего 75 граммов золота. Рядом метро, школы, сады, торговые комплексы. Паркинг, собственная авто мойка.



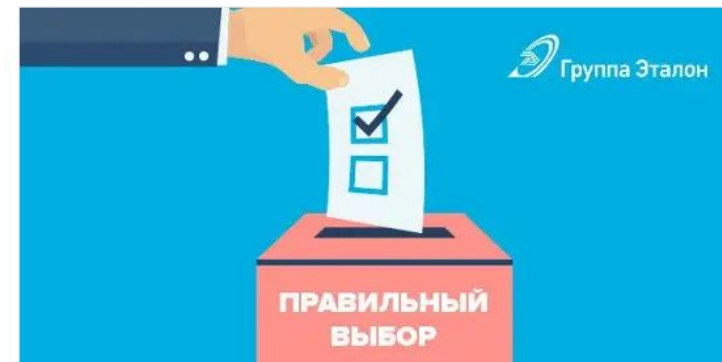
Оставьте заявку прямо сейчас.

[ok.ru](#)

[Подробнее](#)

Страница Эталон ЛенСпецСМУ — Александра Фалина  
2 марта  
208 участников

Только до 31.03 квартиры в Петербурге по специальным сниженным ценам:  
👉 Стоимость квадратного метра 78 000 руб., ипотека 6%.  
👉 Рядом метро, сады, школы, магазины.  
👉 Осталось всего 121 квартира.  
Торопитесь. Оставьте заявку прямо сейчас! И переезжайте в Питер уже завтра.



Укажите заголовок ссылки

[ok.ru](#)

[Подробнее](#)

## Использование ситуативного маркетинга в рекламной кампании.

# Итоги кампании:

По итогам проведения рекламной кампании в сети Инстаграм и Фейсбук за один месяц получились следующие результаты:

**Количество лидов: 986**

**Стоимость одного лида: 784 руб.**

Название группы объявлений	Статус показа	Результаты	Охват	Частота	Цена за результат
<input checked="" type="checkbox"/> Ленспецсму, планировка, СПб	● Нет показов Кампания отключена	30 Лиды (Форма)	29 064	1,35	1 145,72 р. За лид (Форма)
<input checked="" type="checkbox"/> Ленспецсму, переезд, СПб	● Нет показов Кампания отключена	30 Лиды (Форма)	25 103	1,58	1 239,77 р. За лид (Форма)
<input checked="" type="checkbox"/> Ленспецсму, птица, СПб	● Нет показов Кампания отключена	296 Лиды (Форма)	513 262	1,55	396,24 р. За лид (Форма)
<input checked="" type="checkbox"/> Ленспецсму, Москва	● Нет показов Кампания отключена	256 Лиды (Форма)	460 787	1,74	459,71 р. За лид (Форма)
<input type="checkbox"/> Москва, недвижимость	● Неактивно	11 Лиды (Форма)	9 440	1,24	1 183,42 р. За лид (Форма)
<input type="checkbox"/> СПб, семья+недвижка	● Неактивно	9 Лиды (Форма)	11 975	1,18	1 729,40 р. За лид (Форма)
<input type="checkbox"/> Москва, лукэлайк	● Неактивно	13 Лиды (Форма)	75 885	1,22	2 285,36 р. За лид (Форма)
<input type="checkbox"/> Москва, недвижимость	● Неактивно	45 Лиды (Форма)	154 234	1,08	451,17 р. За лид (Форма)
<input type="checkbox"/> СПб, путешественники	● Неактивно	45 Лиды (Форма)	210 617	1,23	956,64 р. За лид (Форма)
<input type="checkbox"/> Москва, лукэлайк по новому эталону	● Неактивно	44 Лиды (Форма)	94 075	1,52	1 051,87 р. За лид (Форма)
<input type="checkbox"/> Новое слайд-шоу - NEW MCK	● Неактивно	27 Лиды (Форма)	115 961	1,31	1 235,01 р. За лид (Форма)
<input type="checkbox"/> Новое слайд-шоу - NEW СПб-семья-недвижка	● Неактивно	54 Лиды (Форма)	250 423	1,33	1 054,44 р. За лид (Форма)
<input type="checkbox"/> 24-55 Туризм, Москва	● Неактивно	37 Лиды (Форма)	22 559	1,63	1 166,30 р. За лид (Форма)
▶ Результаты, число групп объявлений: 121		986 Лиды (Форма)	1 150 169 Пользователи	2,97 За пользо...	784,88 р. За лид (Форма)

## Итоги кампании:

По итогам проведения рекламной кампании в Одноклассниках за один месяц получились следующие результаты:

**Количество лидов: 115**

**Стоимость одного лида: 984 руб.**

<u>Название кампании</u> ?	<u>Показы</u> ?	<u>Клики</u> ?	<u>Расход</u> ?	<u>Отправлено лидов</u> ?
<input type="checkbox"/> Итого:	5 502 294	19 535	113 190,76	115
<input type="checkbox"/> <u>Ленспецсму, лидогенерация</u>	5 502 294	19 535	113 190,76	115

Группа ЦДС

# Описание бренда


**ЦДС** – крупный петербургский девелопмент, занимающий 5 место среди застройщиков в России по объему вводимого жилья.

**ЦДС** СТРОИМ  
ДЛЯ ЖИЗНИ

## Бренд в социальных сетях:

 <https://vk.com/spbcds>

 <https://www.facebook.com/spbcds/>

 <https://ok.ru/spbcds>

 [https://www.instagram.com/cds\\_development/](https://www.instagram.com/cds_development/)



# Описание проекта



**Цель:** Ребрендинг, ведение групп в социальных сетях



**Гео:** Санкт-Петербург, Ленинградская область



**Целевая аудитория:** м/ж, от 25 до 55 лет



**Канал продвижения:** Вконтакте, Фейсбук, Инстаграм, Одноклассники



**Период проведения:** 6 месяцев



# Целевая аудитория и smm-стратегия

Целевая аудитория относится к сегменту эконом-класса в сфере недвижимости:

- Возраст: от 25 до 50 лет,
- Пол: преимущественно женщины,
- Семейное положение: молодые семьи и семейные пары с детьми.

Выбранные каналы: Вконтакте, Инстаграм, Фейсбук, Одноклассники.

Этапы работы:

1. Ребрендинг. Разработка собственного фирменного стиля.
2. Разработка контент-плана. Была разработана система рубрик, которая включала в себя: объекты, планировки, лайфхаки, новости, цифра недели, жизнь города, истории жильцов, вид сверху (съемка с квадрокоптера). Каждая рубрика была оформлена в новом фирменном стиле.
3. Введение новых категорий: «Товары», «Вакансии».
4. Подключение приложений к сообществу для оперативной связи пользователя с менеджером компании.

# Контент: что было ДО

ЦДС  
СТРОИМ  
ДЛЯ ЖИЗНИ  
Группа ЦДС  
15 июня 2015

## Жилый квартал «Новое Янино»

Проект комплексного освоения территории возводится недалеко от Ржевского лесопарка в тихом, экологически чистом месте – Янино, рядом с Петербургом. На благоустроенной территории площадью 128 000 квадратных метров расположится всё необходимое для комфортной и спокойной жизни. Жилый комплекс включает в себя строительство шести небольших 12-этажных корпусов общей площадью около 160 000 кв. м. и детского дошкольного учреждения. Концепция строительства всех домов имеет единые стандарты технического оснащения, разработанные ГК "ЦДС" под брендом «БК Стандарт».



♡ 2 ↗

ЦДС  
СТРОИМ  
ДЛЯ ЖИЗНИ  
Группа ЦДС  
16 июня 2015

Друзья, в ГК "ЦДС" месяц эксклюзивных условий и предложений. Успеите воспользоваться!

**ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ  
УСЛОВИЯ**

**В ИЮНЕ**

**НА 300  
КВАРТИР  
В НОВЫХ ДОМАХ!**

### ОТДЕЛЫ РЕАЛИЗАЦИИ

Офис «Центральный»  
ст. м. «Спортивная»  
пр. Добролюбова, д.8А  
320-12-00

Офис «Южный»  
ст. м. «Международная»  
ул. Туруну, д.11, корп. 2  
320-12-01

Офис «Северный»  
ст. м. «Озерный»  
Выборгское ш. 5, корп. 1  
320-12-02

Офис «Приморский»  
ст. м. «Старая Деревня»  
Торфинная дорога, д. 7Ф  
320-12-22

Офис «Владимирский»  
ст. м. «Владимирская»  
Владимирский пр., д. 23  
320-12-33

**320-12-00**

♡ 16 ↗

ЦДС  
СТРОИМ  
ДЛЯ ЖИЗНИ  
Группа ЦДС  
23 июня 2015

ГРУППА КОМПАНИЙ  
**ЦДС**




ГК "ЦДС" ведет строительство объектов  
общей площадью

**1 200 000 м<sup>2</sup>**

[vk.com/spbcde](http://vk.com/spbcde)  
[facebook.com/spbcde](http://facebook.com/spbcde)  
[ok.ru/spbcde](http://ok.ru/spbcde)

Отсутствие рубрик, единого фирменного стиля, нет четкого позиционирования себя в качестве бренда.

# Обложка: что стало ПОСЛЕ



**ЦДС**  
СТРОИМ  
ДЛЯ ЖИЗНИ

Группа ЦДС  
@spbcds

Главная  
Информация  
Фото



**ЦДС** СТРОИМ  
ДЛЯ ЖИЗНИ

**320 12 00**  
www.cds.spb.ru

Фейсбук

Нравится Подписки

Вконтакте



**ЦДС** СТРОИМ  
ДЛЯ ЖИЗНИ

**320 12 00**  
www.cds.spb.ru

**ЦДС** Группа ЦДС  
официальная группа

Написать сообщение Вы участник

# Контент: что стало ПОСЛЕ

ЦДС  
СТРОИМ  
ДЛЯ ЖИЗНИ

Группа ЦДС  
28 мая в 19:25

#объекты\_цдс

Жилой квартал ЦДС "Северный", состоящий из 12 жилых домов переменной этажности (18-19 этажей) и собственной социально-бытовой инфраструктуры, расположен на территории площадью 22,17 Га в 20 минутах пешком от станции метро «Девяткино».

Подробнее: <https://www.cds.spb.ru/complex/severnnyy/buildings/1/>



ЦДС "Северный"  
710 просмотров

ЦДС  
СТРОИМ  
ДЛЯ ЖИЗНИ

Группа ЦДС  
27 мая в 17:15

#планировки\_цдс

Удобная квартира для себя любимого с просторной гостиной-спальней, куда уместится и рабочий стол, и двуспальный диван и большой шкаф. Компактная кухня и лоджия, где можно медитировать и наблюдать восходы и закаты :)

**ЦДС**

**1-КОМНАТНАЯ КВАРТИРА В ЦДС «НОВОЕ ЯНИНО», 5 А**

**34.44 М<sup>2</sup>**  
**ОТ 2 072 075 РУБ.**  
**ОТДЕЛКА В ПОДАРОК!**

**ВАННАЯ**

GIF

ЦДС  
СТРОИМ  
ДЛЯ ЖИЗНИ

Группа ЦДС  
25 мая в 18:25

#цифра\_недели\_цдс

**#ЦИФРАНЕДЕЛИ**

**6%**

**СТАВКА ПО «СЕМЕЙНОЙ ИПОТЕКЕ» НА ПОКУПКУ КВАРТИРЫ В ЦДС**

# Контент: что стало ПОСЛЕ

ЦДС СТРОИМ ДЛЯ ЖИЗНИ  
Группа ЦДС  
23 мая в 17:23

#вид\_сверху\_цдс

ЦДС «Принеvский» — оптимальный выбор для молодых энергичных людей: доступная цена, городская прописка и широкое разнообразие планировочных решений открывают новые возможности для успешной жизни в мегаполисе.

«Принеvский» — современный жилой квартал ЦДС в Невском районе Петербурга, рядом с Октябрьской набережной.

Подробнее: <https://www.cds.spb.ru/complex/prinevskiy/>



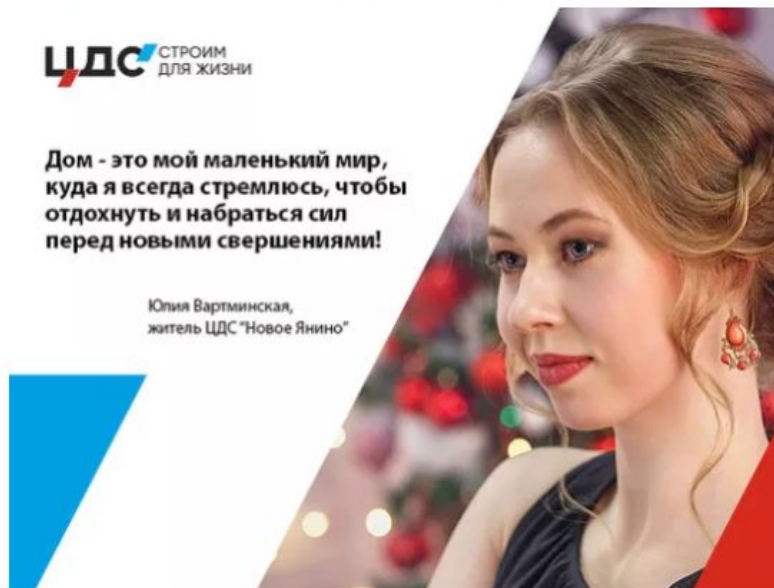
ЦДС "Принеvский"  
990 просмотров

ЦДС СТРОИМ ДЛЯ ЖИЗНИ  
Группа ЦДС  
10 июл

#истории\_жильцов\_цдс

Два года назад мы решились на покупку квартиры, выбрали во Всеволожском районе и сразу сошлись на том, что лучший вариант - в Янино.

Посмотрев всех застройщиков, не раздумывая, выбрали ЦДС за надёжность...

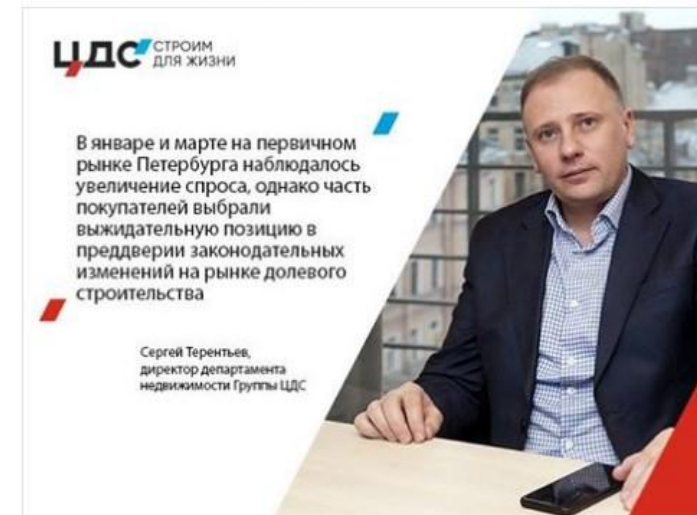


ЦДС СТРОИМ ДЛЯ ЖИЗНИ  
Группа ЦДС  
Опубликовано Alexandra Falina [?] · 2 апреля ·

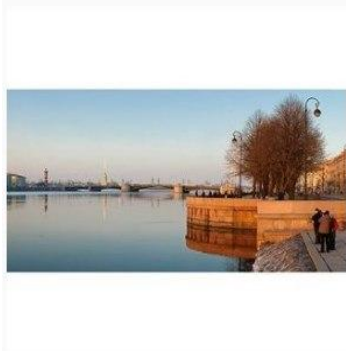
#статьи\_цдс

Стоимость жилья определяет покупатель

В январе и марте на первичном рынке Петербурга наблюдалось увеличение спроса, однако часть покупателей выбрали выжидательную позицию в преддверии законодательных изменений на рынке долевого строительства, рассказал БН директор департамента недвижимости Группы «ЦДС» Сергей Терентьев.... Ещё



# Инстаграм: до и после



Проекты жилых предус полное бл внутренн



Мой дом - это мой личный рай!

Наталья Александровна, жительница ЦДС "Новое Языно"



Дом должен быть таким, где ты в безопасности физической, моральной и психологической

Антон Гагаринский, житель ЦДС "Новый Ю"



## Итоги кампании:

Каждая социальная сеть получила свою роль и стала выполнять соответствующие задачи. Facebook приобрел характер делового канала для партнеров, Инстаграм стал визуальным транслятором существующей деятельности и строительных объектов, Вконтакте и Одноклассники увеличили информационно-развлекательную составляющую и двустороннюю коммуникацию с потребителем.

ЖК «New Time»



# Описание бренда

Группа Компаний «РосСтройИнвест» представлена на строительном рынке с 2002 года, реализует не только собственные инвестиционно-строительные проекты, но и работает по государственным контрактам.



## Бренд в социальных сетях:

 <https://vk.com/public168400060>

 <https://www.instagram.com/rsti.group/>



# Описание проекта



**Цель:** увеличение качественных заявок



**Гео:** Санкт-Петербург , Ленинградская область



**Целевая аудитория:** м/ж, от 25 до 50 лет



**Канал продвижения:** Фейсбук, Инстаграм, Вконтакте



**Период проведения:** 30 дней

# Целевая аудитория и стратегия

Целевая аудитория относится к сегменту эконом-класса в сфере недвижимости, занимает линейку возрастов от 25 до 50 лет. Это преимущественно молодые семьи и семейные пары с детьми, желающие приобрести свое жилье и улучшить условия проживания.

Выбранные каналы:

- Вконтакте
- Инстаграм
- Фейсбук

Тестировали объявления по интересам, KPI – стоимость качественного лида. Самыми эффективными оказались интересы:

- Недвижимость
- Покупка жилья

Look-a-like. Сбор “похожей” аудитории на основе проведения охватной РК.

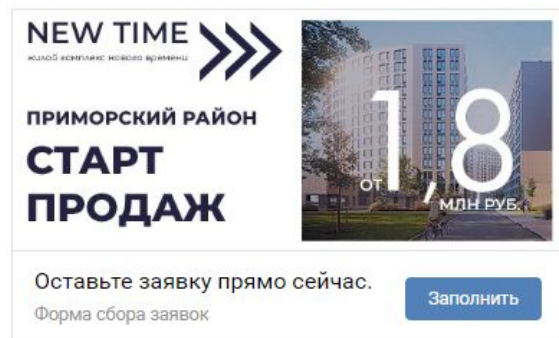
Парсинг. Эффективно отработал парсер, собранный по группам недвижимости.

# Самые эффективные объявления

РосСтройИнвест  
Рекламная запись

Старт продаж. Квартиры от 1,8 млн руб. 🔥

Росстройинвест представляет ЖК "NEW TIME" нового времени. Видовые квартиры рядом с парком. Детский сад во дворе, закрытый двор без машин, паркинг.



Редактировать

Копировать вместе с записью

Копировать только настройки

Оценка рекламной записи

за вчера

средний

8.4 / 10 🔥

Позитивная реакция

Средняя

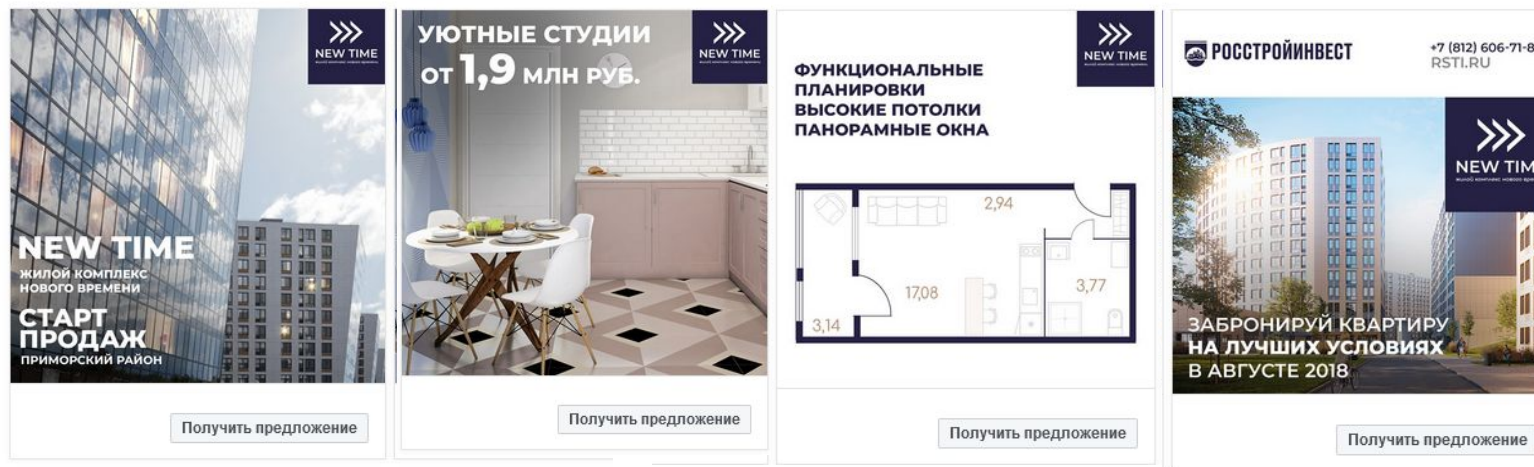
Негативная реакция

Средняя

Формат «Запись с кнопкой»

Росстройинвест  
Реклама (демонстрация)

ЖК "NEW TIME". Квартиры от 1,9 млн руб. Детский сад во дворе, паркинг, рядом большой парк 🔥



Формат «Карусель»

# Самые эффективные объявления

Instagram

Росстройинвест  
Реклама

NEW TIME

**СТУДИЯ**  
28,93 М<sup>2</sup>

от 1,9  
млн руб.

Получить предложение >

ЖК "NEW TIME" в Приморском районе. Квартиры от 1,9 млн руб. Акция: "Своя квартира за 20 000 руб. в месяц 🍷... — читать дальше

Instagram

Росстройинвест  
Реклама

NEW TIME

**1-К КВАРТИРА**  
36,67 М<sup>2</sup>

от 2,6  
млн руб.

Получить предложение >

ЖК "NEW TIME" в Приморском районе. Квартиры от 1,9 млн руб. Акция: "Своя квартира за 20 000 руб. в месяц 🍷... — читать дальше

Instagram

Росстройинвест  
Реклама

NEW TIME

**2-К КВАРТИРА**  
52,8 М<sup>2</sup>

от 4,8  
млн руб.

Получить предложение >

ЖК "NEW TIME" в Приморском районе. Квартиры от 1,9 млн руб. Акция: "Своя квартира за 20 000 руб. в месяц 🍷... — читать дальше

Instagram

Росстройинвест  
Реклама

NEW TIME

**3-К КВАРТИРА**  
75,82 М<sup>2</sup>

от 6,8  
млн руб.

Получить предложение >

ЖК "NEW TIME" в Приморском районе. Квартиры от 1,9 млн руб. Акция: "Своя квартира за 20 000 руб. в месяц 🍷... — читать дальше

Формат «Карусель»

# Итоги кампании:

По итогам проведения рекламной кампании за один месяц мы получили 225 лидов, из них качественных лидов было получено 149, что составило 66% от всех лидов.

**Количество качественных лидов: 149**

**Стоимость качественного лида: 1500 руб.**

<input type="checkbox"/>	Название	CPC (?)	Дн. лим.	Общ. лим. (?)	Потрачено	Показы	Переходы	CTR (?)	eCPC (?)
<input type="checkbox"/>	РосСтройИнвест, новая ца по серебро	20.00 Р	Не задан	Не задан	1 515 Р	14 020	91	0.649 %	16.64 Р
<input type="checkbox"/>	РосСтройИнвест, лукелайк по действию с рк	21.00 Р	Не задан	Не задан	1 162 Р	14 282	70	0.490 %	16.60 Р
<input type="checkbox"/>	РосСтройИнвест, семья-дети	20.00 Р	Не задан	Не задан	1 501 Р	38 858	92	0.237 %	16.31 Р
<input type="checkbox"/>	РосСтройИнвест, серебро	21.00 Р	Не задан	Не задан	3 091 Р	34 151	198	0.580 %	15.61 Р
<input type="checkbox"/>	РосСтройИнвест, ГЕО, кнопка	18.00 Р	Не задан	Не задан	6 469 Р	113 907	388	0.341 %	16.67 Р
<input type="checkbox"/>	РосСтройИнвест, кнопка, покупка жилья	22.00 Р	Не задан	Не задан	41 117 Р	525 126	2 559	0.487 %	16.06 Р
<input type="checkbox"/>	РосСтройИнвест, кнопка, покупка жилья, дом и ремонт	19.00 Р	Не задан	Не задан	1 850 Р	26 425	77	0.291 %	24.02 Р
Всего					56 705 Р	766 769	3 475	0.453 %	16.32 Р

Название группы объявлений	Статус показа	Результаты	Охват	Частота	Цена за результат
<input checked="" type="checkbox"/> РСТИ, интересы недвижимость	● Действующая 1 на рассмотрении, одоб	42 Лиды (Форма)	48 768	1,67	952,87 р. За лид (Форма)
<input checked="" type="checkbox"/> недвижка, фб+ инст	● Действующая Одобрено: 20	27 Лиды (Форма)	37 320	1,56	1 176,64 р. За лид (Форма)
<input checked="" type="checkbox"/> расширенные интересы, инст	● Действующая 2 на рассмотрении, одоб	104 Лиды (Форма)	116 448	2,07	904,40 р. За лид (Форма)
▶ Результаты, число групп объявлений: 6 ⓘ		176 Лиды (Форма)	166 880 Пользователи	2,39 За пользо...	984,24 р. За лид (Форма)

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

1 972 перехода по ссылке  
853 перехода в группу  
21 вступление в группу  
1 433 скртия  
47 жалоб  
449 скрытий всех записей

128К охват не подписчиков  
0 охват подписчиков  
138 бесплатный охват  
49 заявок (скачать) ⓘ

\*Качественный лид – это потенциальный клиент, заинтересовавшийся товаром и оставивший свои контактные данные для связи. Это реальный клиент, которому интересно данное предложение.

ЖК «Времена Года»

# Описание бренда

«Времена Года» - жилой комплекс бизнес-класса, построенный в центре Санкт-Петербурга. Отличие комплекса: закрытый благоустроенный двор площадью более 16000 кв.м. Близость метро: 2 мин. до м. «Фрунзенская».

## Бренд в социальных сетях:



<https://vk.com/vremenagodaspb>



[https://www.instagram.com/vremena\\_goda\\_spb/](https://www.instagram.com/vremena_goda_spb/)



<https://ok.ru/group/53296640950467>



<https://www.facebook.com/VremenaGodaSPb>





# Описание проекта



**Цель:** увеличение количества заявок



**Гео:** Санкт-Петербург, Ленинградская область



**Целевая аудитория:** м/ж, от 30 до 55 лет



**Канал продвижения:** Инстаграм, Фейсбук



**Период проведения:** 30 дней

# Целевая аудитория

На этапе поиска целевой аудитории мы пообщались с риелторами и руководителем отдела продаж и попросили их составить для нас портрет типичного покупателя по следующим характеристикам:

- социальное положение
- материальное положение
- семейное положение
- Возраст, пол
- цель покупки

На выходе мы получили полный портрет покупателя:

- Самая активная возрастная категория 35 – 44 лет.
- Социальное положение: средний класс и выше.
- Материальное положение: средний, выше среднего.
- Семейное положение – 60% семейных пар, 30% одиноких молодых мужчин и женщин, 10% остальных (инвестиции).
- Цели покупки: для себя; инвестиции в недвижимость.

# Стратегия рекламной кампании

Выбор каналов обусловлен целевой аудиторией:

- Фейсбук
- Инстаграм

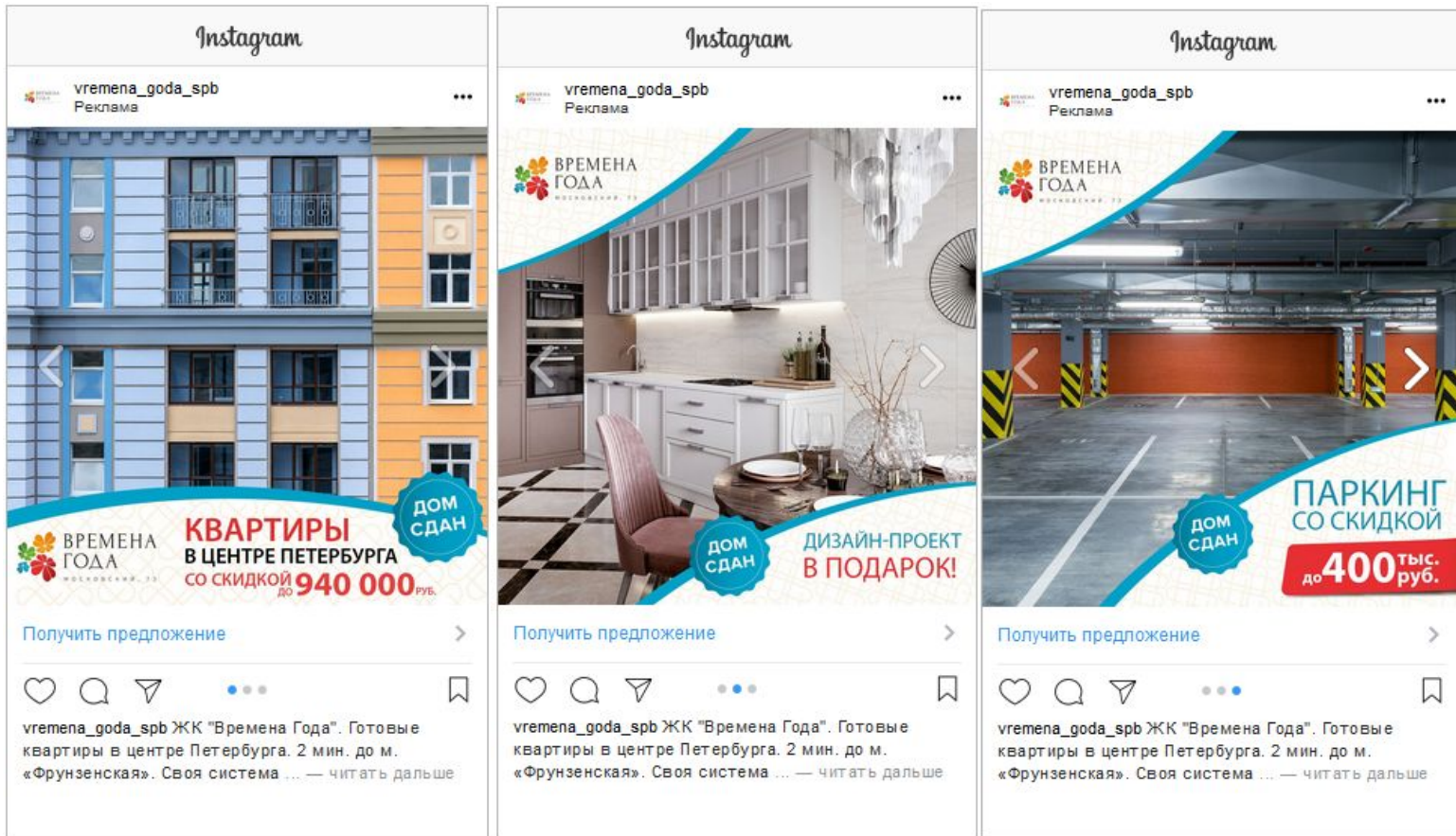
Тестировали объявления по интересам, КРІ – стоимость качественного лида. Самыми эффективными оказались интересы:

- Инвестиции в недвижимость
- Недвижимость
- Семья и отношения
- Путешественники

Ретаргетинг. Настройка рекламных кампаний на «теплую» аудиторию, которая была собрана в процессе проведения охватной РК.

Look-a-like. Поиск «похожей» аудитории происходил на основе аудитории ретаргетинга.

# Самые эффективные объявления




**Формат: «Карусель»**

# Самые эффективные объявления

Instagram

vremena\_goda\_spb  
Реклама



ВРЕМЕНА ГОДА

**СЧАСТЬЕ ДОМА!**


Получить предложение >

♥ 💬 📌

vremena\_goda\_spb ЖК «Времена Года» - дом для счастливых. 2 мин. до м. Фрунзенская. Готовые квартиры с выгодой до 940 ... — читать дальше

Instagram

vremena\_goda\_spb  
Реклама



ВРЕМЕНА ГОДА

**СЧАСТЬЕ ДОМА!**

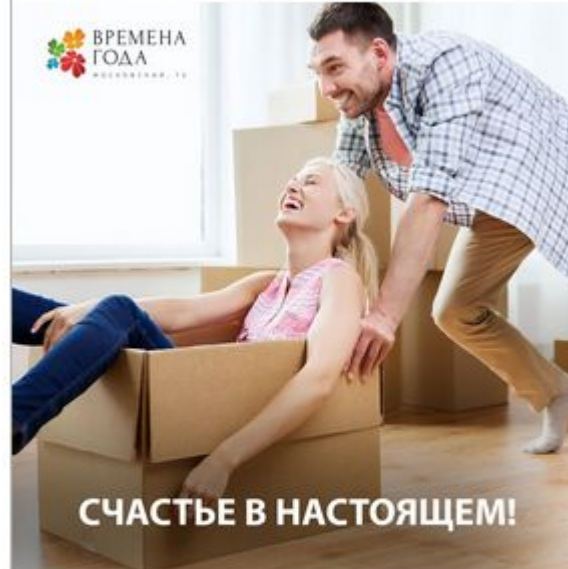
Получить предложение >

♥ 💬 📌

vremena\_goda\_spb ЖК «Времена Года». 2 мин. до м. Фрунзенская. Готовые квартиры от 119 тыс. за кв.м. Паркинг со скидками до... — читать дальше

Instagram

vremena\_goda\_spb  
Реклама



ВРЕМЕНА ГОДА

**СЧАСТЬЕ В НАСТОЯЩЕМ!**

Получить предложение >

♥ 💬 📌

vremena\_goda\_spb ЖК «Времена Года». 2 мин. до м. Фрунзенская. Готовые квартиры от 119 тыс. за кв.м. Паркинг со скидками до... — читать дальше

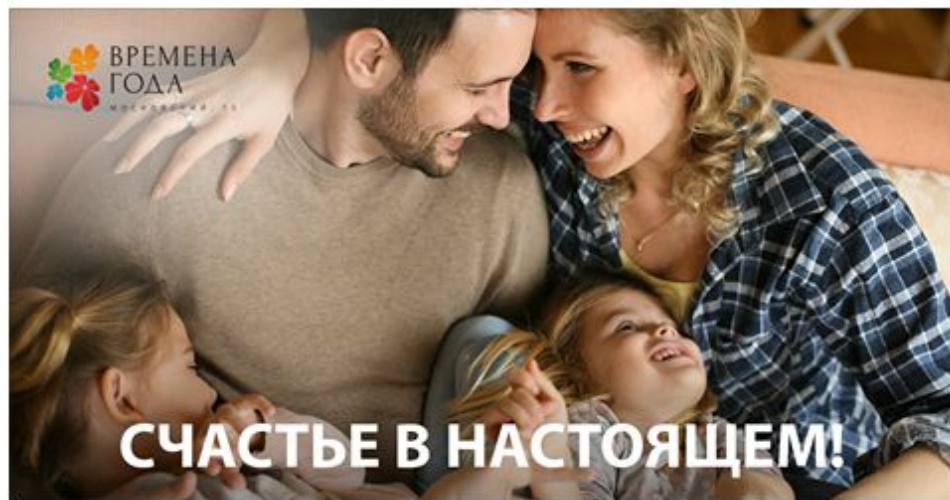
# Самые эффективные объявления



**ЖК "Времена Года"**

Реклама (демонстрация) · 🌐

ЖК «Времена Года» - дом для счастливых. 2 мин. до м. Фрунзенская. Готовые квартиры с выгодой до 940 тыс. руб. Увеличенные кухни, гардеробные, просторные лоджии. Детский сад во дворе. Закрытый двор. Паркинг со скидками до 400 000 р. Дизайн-проект – бесплатно. Оставьте заявку прямо сейчас!



✓ Получить предложение



**ЖК "Времена Года"**

Реклама (демонстрация) · 🌐

ЖК «Времена Года». Готовые квартиры в центре Петербурга со скидкой до 940 000 рублей. Скидки иногородним покупателям до 100 000 рублей + скидки на паркинг. Дизайн-проект - в подарок. Только до 30 апреля.



Оставить заявку и получить скидку.

Получить предложение

# Итоги кампании:

По итогам проведения рекламной кампании в сети Инстаграм и Фейсбук за один месяц получили:

**Количество лидов: 147**

**Стоимость одного лида: 1181 руб.**

	Название группы объявлений	▲	Статус показа	▲	Результаты	Охват	Частота	Цена за результат
<input checked="" type="checkbox"/>	Времена Года, инстаграм, инвестиции		● Нет показов Кампания отключена		35 Лиды (Форма)	104 672	1,56	854,02 р. За лид (Форма)
<input checked="" type="checkbox"/>	СЕМЬЯ, недвижка, инстаграм		● Нет показов Кампания отключена		36 Лиды (Форма)	82 288	1,62	855,64 р. За лид (Форма)
<input checked="" type="checkbox"/>	расширенные интересы, инст + фб		● Нет показов Кампания отключена		76 Лиды (Форма)	80 353	2,17	1 486,29 р. За лид (Форма)
▶	Результаты, число групп объявлений: 88 ⓘ				<b>147</b> Лиды (Форма)	<b>234 177</b> Пользователи	<b>2,01</b> За пользо...	<b>1 181,31 р.</b> За лид (Форма)

Цирк в Автово



# Описание бренда

Цирк в Автово. Продвижение циркового шоу «Империя львиц». Руководитель программы Виталий Смолянец - лауреат международной цирковой премии «Мастер», обладатель всех высших наград на всемирном фестивале «ИДОЛ».



**Бренд в социальных сетях:**



[https://vk.com/avtovo\\_circus](https://vk.com/avtovo_circus)

# Описание проекта



**Цель:** продажа билетов



**Гео:** Санкт-Петербург, Ленинградская область



**Целевая аудитория:** м/ж, от 25 до 55 лет



**Канал продвижения:** Инстаграм, ВКонтакте



**Период проведения:** 30 дней

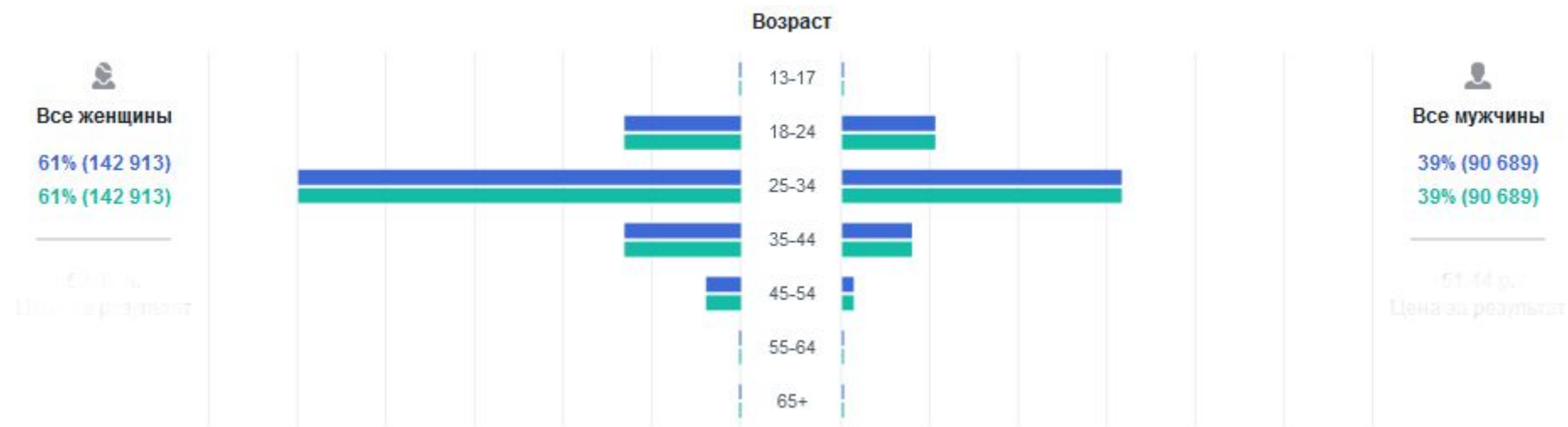
# Целевая аудитория

Целевую аудиторию цирка мы разделили на несколько сегментов:

- Родители с детьми, которые составляют ядро целевой аудитории.
- Молодые пары, влюбленные, новобрачные.

Демография:

- женщины: 61%,
- Мужчины: 39%.
  
- Возраст: 25 – 34 года.



# Стратегия рекламной кампании

Для продвижения были протестированы все каналы в социальных сетях. Самыми эффективными по кликабельности и заинтересованности каналами оказались социальные сети Инстаграм и Вконтакте.

Тестирование объявлений делилось на несколько этапов:

1. Таргетинг по интересам, самыми эффективными оказались интересы:

- Родители с детьми
- Семья и отношения
- Влюбленные

2. Таргетинг по геолокации. Настроили показ объявлений на людей, которые живут в радиусе 4-5 км от месторасположения цирка.

3. Ретаргетинг. Самым эффективным оказалась настройка рекламных кампаний на «теплую» аудиторию, которая была собрана в процессе проведения охватной РК. Объявления, настроенные на аудиторию ретаргетинга, отмечаются высокими показателями: CTR – 2,75% и стоимость клика – 9 рублей.

4. Look-a-like. Поиск «похожей» аудитории происходил на основе:

- Аудитории ретаргетинга,
- Аудитории, которые взаимодействовали с рекламной записью («просмотрели запись», «поделились записью», «подписались на сообщество» и т.д.).

# Самые эффективные объявления: Инстаграм

Instagram

Цирк в Автово  
Реклама



**ИМПЕРИЯ ЛЬВИЦ**  
САМОЕ ХИЩНОЕ ШОУ СТРАНЫ  
С 16 ИЮНЯ ПО 2 СЕНТЯБРЯ  
ЦИРК В АВТОВО

Забронировать >

Событие года в ЦИРКЕ В АВТОВО 🏆  
Самое хищное шоу страны «ИМПЕРИЯ ЛЬВИЦ» 🐾🐾  
Дрессировщик ВИТАЛИЙ ... — читать дальше

Instagram

Цирк в Автово  
Реклама

САМОЕ ХИЩНОЕ ШОУ СТРАНЫ С 16 ИЮНЯ  
«ИМПЕРИЯ ЛЬВИЦ» ПО 2 СЕНТЯБРЯ



**ЦИРК В АВТОВО**

Забронировать >

Цирк в Автово представляет самое хищное шоу страны «Империия львица» 🐾🐾🐾  
Дрессировщик Виталий ... — читать дальше

Instagram

Цирк в Автово  
Реклама



**ИМПЕРИЯ ЛЬВИЦ**  
САМОЕ ХИЩНОЕ ШОУ СТРАНЫ  
С 16 ИЮНЯ ПО 2 СЕНТЯБРЯ  
ЦИРК В АВТОВО

Забронировать >

Событие года в ЦИРКЕ В АВТОВО 🏆  
Самое хищное шоу страны «ИМПЕРИЯ ЛЬВИЦ» 🐾  
Дрессировщик ВИТАЛИЙ ... — читать дальше

Цирк в Автово  
Реклама



**ИМПЕРИЯ ЛЬВИЦ**  
САМОЕ ХИЩНОЕ ШОУ СТРАНЫ  
С 16 ИЮНЯ ПО 2 СЕНТЯБРЯ  
ЦИРК В АВТОВО

Забронировать



# Итоги кампании:

На сайт было привлечено 2253 пользователя, по которым было достигнуто 730 переходов в бронирование. Стоимость одного бронирования составила 118 руб., при средней стоимости билета в 1500 руб.

По итогам проведения рекламной кампании за один месяц мы получили:



**Показов: 603 306**



**Переходов на сайт: 2253**

**Количество бронирования билетов:**

**730**

**Стоимость одного бронирования: 118**

**руб.**

**Средняя стоимость билета: 1500 руб.**

Название группы объявлений	Статус показа	Показы	Клики на ссылку	CPC (цена за клик по ссылке)	(кликабел)	CPM (цена за 1 000 показов)
<input type="checkbox"/> Цирк в Автово, родители + влюбленные — сторис	● Неактивно	58 562	267	18,49 р.	0,46%	84,30 р.
<input checked="" type="checkbox"/> родители + влюбленные	● Действующая На изображении есть кам	58 120	198	28,89 р.	0,34%	98,43 р.
<input type="checkbox"/> влюбленные инст	● Неактивно	65 847	35	55,95 р.	0,05%	29,74 р.
<input checked="" type="checkbox"/> Родители - инст	● Действующая На изображении есть кам	58 361	35	55,91 р.	0,06%	33,53 р.
<input checked="" type="checkbox"/> супергео инст	● Действующая На изображении есть кам	50 468	33	59,37 р.	0,07%	38,82 р.
▶ Результаты, число групп объявлений: 9 ⓘ		291 358 Всего	568 Всего	29,11 р. За действие	0,19% За показы	56,74 р. За 1 000 показов

Клиент	ID клиента	Дата	Потрачено	CTR (%)	Переходы	Показы
Цирк Автово	██████████	2018-07	31 299.10 руб.	0.540	1 685	311 948
Всего			31 299.10 руб.	0.540	1 685	311 948

MOBY SPL



# Описание бренда

Компания MOBY SPL — международный паромный оператор в Санкт-Петербурге. Во флоте компании первоклассное судно Princess Anastasia. Паром готов разместить на борту более 2 000 пассажиров.

## Бренд в социальных сетях:



<https://vk.com/mobyspl>



<https://www.instagram.com/mobyspl/>



<https://www.facebook.com/mobysplrus/>



# Описание проекта



**Цель:** повышение узнаваемости бренда; увеличение количества заявок на бронирование билетов



**Гео:** Санкт-Петербург, Ленинградская область



**Целевая аудитория:** м/ж, от 25 до 44 лет



**Канал продвижения:** Инстаграм, Вконтакте



**Период проведения:** 30 дней

# Целевая аудитория

Целевая аудитория делится на несколько сегментов:

- Путешественники.
- Молодые пары, влюбленные.
- Родители с детьми.
- Компания друзей, которые планируют досуг на выходные.

Демография:

- женщины: 71%,
- Мужчины: 29%.
  
- Возраст: 25 – 34 года.



# Стратегия рекламной кампании: лидогенерация

Выбор канала:

- Инстаграм
- Вконтакте

Тестирование объявлений делилось на несколько этапов:

1. На первом этапе тестирование проводилось по интересам, самыми эффективными оказались следующие интересы:
  - Туризм и путешествия
  - Знакомство и общение
  - Семья и отношения
2. Ретаргетинг. Проведение охватной РК по ключевым параметрам, сбор «теплой» аудитории. Настройка объявлений на аудиторию ретаргетинга.
3. Look-a-like. Поиск «похожих» пользователей на основе аудитории, собранной пикселем на сайте.

# Стратегия рекламной кампании: посе́вы в сообществах

Для повышения узнаваемости бренда мы разработали комплексный подход в рекламной кампании с точки зрения натива: посев публикаций в тематических сообществах, работа с блогерами.

Был выбран пул тематических сообществ ВКонтакте для посева нативной рекламы:

- Это Питер, Детка
- Интересный Питер
- VK Travel: горящие туры
- Интересные события в Санкт-Петербурге
- Интересная планета: путешествия и туризм
- Санкт-Петербург Live
- KudaGo: Санкт-Петербург

# Стратегия рекламной кампании: блогеры

Работа с блогерами включала в себя размещение видео и постов в аккаунтах. Каждому блогеру присваивался уникальный промокод, по которому можно было получить дополнительную скидку на бронирование круиза.

Выбор блогеров осуществлялся по следующим характеристикам:

- Не менее 10 тыс. подписчиков.
- Вовлеченность постов (ERpost не менее 0,4%).
- Тематика: семья, путешественники.
- Основная аудитория блогера – Санкт-Петербург и Москва.

Форматы размещения:

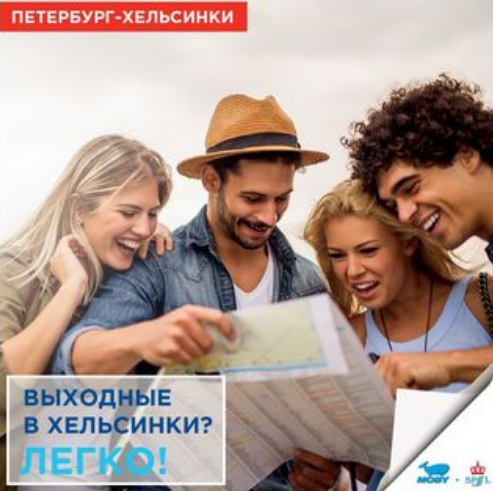
- публикация в ленте,
- видео в Stories.

# Самые эффективные объявления: Инстаграм

Instagram

MOBY SPL: паром «Принцесс...  
Реклама

**ПЕТЕРБУРГ-ХЕЛЬСИНКИ**



**ВЫХОДНЫЕ  
В ХЕЛЬСИНКИ?  
ЛЕГКО!**


Получить предложение >

Поставить привычные будни на паузу? Легко!  
Отправляйтесь в круиз из Петербурга в Хельсинки  
в субботу 21 июля. На борту ... — читать дальше

Instagram

MOBY SPL: паром «Принцесс...  
Реклама

**ТВОИ ЯРКИЕ СЕЛФИ  
В КРУИЗЕ MOBY SPL**




Получить предложение >

Собери компанию друзей и сделай яркие селфи в  
круизе из Петербурга в Хельсинки на пароме  
Princess Anastasia. Цены от 33 € ... — читать дальше

Instagram

MOBY SPL: паром «Принцесс...  
Реклама

**ПЕТЕРБУРГ-ТАЛЛИН-СТОКГОЛЬМ-ХЕЛЬСИНКИ-ПЕТЕРБУРГ**



**НЕБОЛЬШОЙ  
ОТПУСК В ЕВРОПЕ?  
ЛЕГКО!**


Получить предложение >

Небольшой отпуск в Европе? Легко! Бронируйте  
круиз на пароме Princess Anastasia по маршруту:  
Петербург – Таллин – Стокгольм ... — читать дальше

Instagram

MOBY SPL: паром «Принцесс...  
Реклама

**ПЕТЕРБУРГ-ТАЛЛИН-СТОКГОЛЬМ-ХЕЛЬСИНКИ-ПЕТЕРБУРГ**



**РАССКАЗАТЬ  
ЕМУ СКАЗКИ  
ТАЛЛИНА?  
ЛЕГКО!**

Получить предложение >

Рассказать ему сказки Таллина? Легко!  
Отправляйтесь в круиз по маршруту: Петербург –  
Таллин – Стокгольм – Хельсинки ... — читать дальше

# Примеры нативной рекламы



Санкт-Петербург Live  
вчера в 16:03

5 причин выбрать паром для путешествия по странам Скандинавии

Самый популярный тревел-маршрут для петербуржцев — это соседние страны Прибалтики и Скандинавии. Провести уикенд в Стокгольме или Таллине очень просто. При этом не нужно быть известной светской львицей или биткоин-миллионером. Мировые столицы стали доступны!

Один из самых выгодных способов посещения сразу нескольких стран — это путешествие на пароме прямо из Петербурга:

Показать полностью...



5 причин выбрать паром для путешествия по странам Скандинавии  
13 258 просмотров



KudaGo: Санкт-Петербург  
8 мая в 18:00

Паром «Принцесса Анастасия» приглашает петербуржцев 10, 12, 18 и 24 мая отправиться на весенние выходные в Финляндию. Пассажиров ждут уютные каюты с собственными ванными комнатами, развлекательные площадки для детей и сра. Не покидая борт, можно совершать покупки в Duty Free

<https://kudago.com/go/jyfng/>



«Принцесса Анастасия» приглашает на шопинг в Хельсинки  
kudago.com



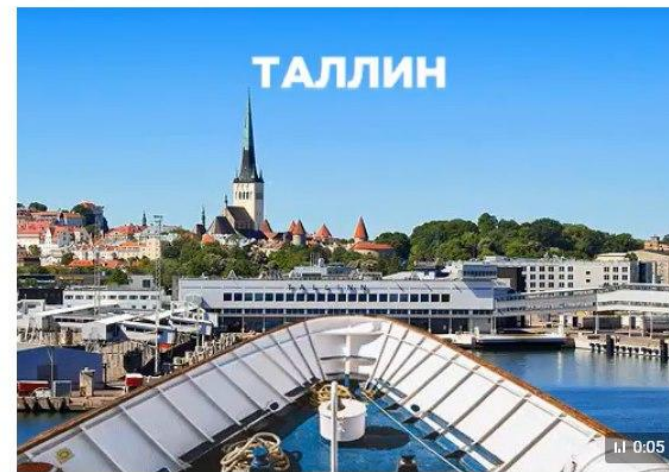
Это Питер, детка! [Типичный Питер]  
минуту назад

5 причин выбрать паром для путешествия по странам Скандинавии

Ближайшие отправления 28 апреля, 4 мая и 10 мая.

Самый популярный тревел-маршрут для петербуржцев — это соседние страны Прибалтики и Скандинавии. Провести уикенд в Стокгольме или Таллине очень просто. При этом не нужно быть известной светской львицей или биткоин-миллионером. Мировые столицы стали доступны!

Показать полностью...



527 просмотров



# Примеры рекламы у блогеров

helloyulik  
Saint Petersburg, Russia



Нравится: 3 654

helloyulik Привет, мои мечтатели 🥰

Как у вас дела с летним календарем путешествий? Запланировали уже себе маленькие летние мечты? .

Сегодня я написала в своём заветном мечтательном блокноте: «Путешествие на пароме Princess Anastasia» Загляните в их профиль и всё, вы пропали! @mobyspl ❤️

Маршрут: «Санкт-Петербург - Хельсинки - Санкт-Петербург» или «Санкт-Петербург – Хельсинки»  
Даты отправлений: 1, 7, 9, 15, 21, 23, 29 июня. .  
Представляете, как здорово: днём вы гуляете по городу, а вечером развлекаетесь и ночуете на пароме-отеле 🥰

Выписала все плюсы такого отдыха:

👉 На борту парома работают бары и рестораны на любой вкус и кошелёк. Не нужно беспокоиться о завтраке или ужине.

👉 Не нужно тратить время на стояние в пробках у границы. На пароме предусмотрено множество бесплатных развлечений: каждый вечер новое шоу, дискотеки, для детей — детская анимация и игровая комната.

👉 Если хочется побаловать себя заморской «запрещённой» (итальянские сыры, хамон, шоколад), то есть магазин Duty Free на пароме.

👉 Ну а открытая палуба — это самое романтичное место для свиданий 🥰❤️

👉 Не нужно тратить время на стояние в пробках у границы. На пароме предусмотрено множество бесплатных развлечений: каждый вечер новое шоу, дискотеки, для детей — детская анимация и игровая комната.

👉 Если хочется побаловать себя заморской «запрещённой» (итальянские сыры, хамон, шоколад), то есть магазин Duty Free на пароме.

👉 Ну а открытая палуба — это самое романтичное место для свиданий 🥰❤️

Заманчиво, правда? Пока я договорилась только на промокод для вас (HELLOYULIK) он дарит скидку 10% на все классы кают! (Но если мы с вами проявим активность у ребят в профиле, я думаю, ещё о чем-нибудь посерьёзнее смогу договориться 🥰👉) С этого шага активно начала приближать наше с вами морское путешествие 🥰👉

Хочу отправиться вместе с малышами. Как думаете, какие плюсы и минусы путешествия на пароме с детьми? Я пока ни разу не пробовала! Может быть из вас кто-то путешествовал по воде на таком красивом плавучем доме? #princessanastasia, #принцессаанаастасия

Посмотреть все комментарии (46)

07.115 Думаю не укачает вас 🥰👉👉

helloyulik @07.115 🥰👉

24 МАЯ

vladislavkarpyuk  
Saint Petersburg, Russia



Нравится: 6 528

vladislavkarpyuk Скоро стартует сезон отпусков, из города куда-то выбираться точно нужно, тем более такая жара стоит! 🥰

Можно, конечно, прокатиться по рекам и каналам, а что, если рвануть на катер побольше, а может целый паром? Это уже точно будет похоже на настоящий отпуск! 🥰

Команда @mobyspl постоянно ходит из Санкт-Петербурга в Прибалтику и Скандинавию! Это единственный оператор, который отправляется из самой северной столицы, не нужно пересекать границу самостоятельно! 🥰

Еще и отель бронировать не нужно, плюс на пароме шопинг можно устроить, есть детская комната и даже легальное казино. Я как-то уже рассказывал, что путешествовал с мамой на пароме, это был подарок на 8-е марта, попробуйте и вы сделать такой подарок себе и своим близким!:) Ну правда, это очень хороший вариант, тем более если вы устали просто так ездить откатать визу в Финку, воспользуйтесь такой уникальной историей и сделайте из обычной поездки крутой трип :) Также, для вас сделали специальный промокод «KARPYUK» со скидкой в 10%! 🥰

Даты отправлений, на которые действует скидка: 1, 7, 9, 15, 21, 23, 29 июня.

Маршруты круизов: полные СПб-Хельсинки-СПб ИЛИ в одну сторону СПб – Хельсинки :) Друзья, вспоминайте, когда в последний раз плавали на пароме 🥰

Посмотреть все комментарии (22)

gismeteo Классный маршрут!

# Итоги кампании

По итогам проведения рекламной кампании за один месяц мы получили:

## Лидогенерация в Фейсбуке, Инстаграме:

Количество лидов: 546

Стоимость одного лида: 68 рублей

## Нативная реклама (сообщества ВК, блогеры):

Показы: 358 222

Количество бронирования билетов: 101

Стоимость одного бронирования: 418 руб.

## Таргетированная реклама ВКонтакте:

Показы: 515 230

Количество бронирования билетов: 225

Стоимость одного бронирования: 305 руб.

**Минимальная стоимость круиза: от 5000 рублей.**

	Название группы объявлений	Статус показа	Результаты	Охват	Частота	Цена за результат		
<input checked="" type="checkbox"/>	МОБИ СПЛ, спб-инста — отдых, скандинавия	● Нет показов Кампания отключена	2 Лиды (Форма)	3 323	1,01	351,66 р. За лид (Форма)		
<input checked="" type="checkbox"/>	спб - лукзлайк — сториз	● Нет показов Кампания отключена	248 Лиды (Форма)	58 177	1,84	52,78 р. За лид (Форма)		
<input checked="" type="checkbox"/>	спб-инста	● Нет показов Кампания отключена	135 Лиды (Форма)	70 256	1,38	87,02 р. За лид (Форма)		
<input type="checkbox"/>	спб-фб — лукзлайк	● Неактивно	1 Лид (Форма)	345	1,03	201,06 р. За лид (Форма)		
<input type="checkbox"/>	спб-инста — лукзлайк	● Неактивно	71 Лиды (Форма)	45 320	1,23	83,32 р. За лид (Форма)		
<input type="checkbox"/>	спб-инста — отдых, скандинавия	● Неактивно	89 Лиды (Форма)	47 888	1,20	66,44 р. За лид (Форма)		
▶ Результаты, число групп объявлений: 12 ⓘ			546 Лиды (Форма)	169 281 Пользователи	1,90 За пользо...	68,81 р. За лид (Форма)		
<input type="checkbox"/>	МОБИ СПЛ, охват_мск	■ 700 Р	15 731 Р	15 731.00 Р	168 066	524	0.312 %	30.02 Р
<input type="checkbox"/>	МОБИ СПЛ, Охват_спб	■ Не задан	Не задан	42 548.39 Р	347 164	1 203	0.347 %	35.36 Р

Спектакль «Триумфальная арка»

## Описание бренда

Шедевр мировой литературы «Триумфальная арка» Э. М. Ремарка в постановке легендарного Л. И. Рахлина. В главных ролях блистательные актёры – Игорь Петренко и Марина Александрова – заслуженная артистка России.

### **Бренд в социальных сетях:**



<https://vk.com/public176534373>



# Описание проекта



**Цель:** продажа билетов



**Гео:** Санкт-Петербург, Ленинградская область



**Целевая аудитория:** м/ж, от 25 до 52 лет



**Канал продвижения:** Вконтакте, Инстаграм



**Период проведения:** 12 дней

# Целевая аудитория

Целевая аудитория делится на несколько сегментов:

- Люди, увлекающиеся театром, искусством.
- Молодые пары, родители, которые периодически ходят в театр.
- Поклонники главных героев.

Демография:

- женщины: 86%,
  - Мужчины: 14%.
- 
- Возраст: 25 – 34 года.



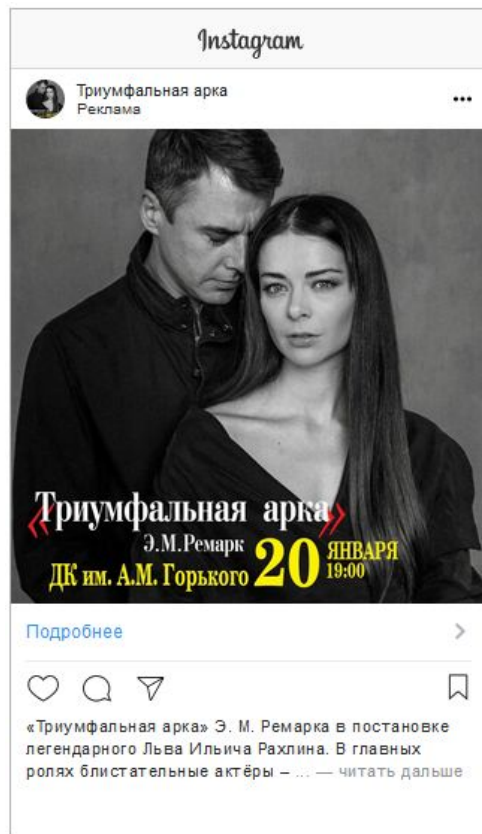
# Стратегия рекламной кампании

Для продвижения были выбраны социальные сети Инстаграм и Вконтакте.

Тестирование объявлений делилось на несколько этапов:

1. Таргетинг по интересам, самыми эффективными оказались интересы:
  - Культурный отдых, афиша, мероприятия (в ВК)
  - Театр, спектакль, концерты, актер (в Инстаграм)
2. Таргетинг на активную аудиторию сообществ, в которых состоят поклонники актеров.
3. Парсинг аудитории по фразе «театр» и вычленение активной аудитории из данной базы.
4. Ретаргетинг по действиям в рекламных записях. Сбор аудитории по позитивной реакции на рекламу: «просмотрели запись», «поделились записью», «подписались на сообщество» и т.д..
5. Look-a-like. Поиск «похожей» аудитории на основе аудитории ретаргетинга.

# Самые эффективные объявления: Инстаграм



Формат «Промопост»



Формат «Карусель»





# КАНАЛ ПРОДВИЖЕНИЯ: ВКОНТАКТЕ



ТРИУМФАЛЬНАЯ АРКА Э. М. Ремарк в ДК им. Горького  
Рекламная запись 6+

«Триумфальная арка» Э. М. Ремарка в постановке легендарного Льва Ильича Рахлина. В главных ролях: Игорь Петренко и Марина Александрова. Ждем вас в ДК им. Горького. 20 января в 19.00. Билеты от 1000 руб.



Марина Александрова

Купить билет



Игорь Петренко

Купить билет

Редактировать

Копировать только настройки

Оценка рекламной записи

за вчера

средний

8.7 / 10 🔥

Позитивная реакция

Высокая

Негативная реакция

Средняя

Советы по созданию рекламной записи >



ТРИУМФАЛЬНАЯ АРКА Э. М. Ремарк в ДК им. Горького  
Рекламная запись 6+

«Триумфальная арка» Э. М. Ремарка в постановке легендарного Льва Ильича Рахлина. В главных ролях: Игорь Петренко и Марина Александрова. Ждем вас в ДК им. Горького. 20 января в 19.00. Билеты от 1000 руб.



Купить билет на сайте -->

spb.kassir.ru


Купить билет

# Итоги кампании:

На сайт было привлечено 3342 пользователей, по которым было достигнуто 732 продажи билетов. Стоимость одной продажи составила 41 руб., при средней стоимости билета в 2000 руб.

По итогам проведения рекламной кампании за один месяц мы получили:

 **Показов:** 304 397

 **Переходов на сайт:** 3342

**Количество проданных билетов:** 732

**Стоимость одного бронирования:** 41 руб.

**Средняя стоимость билета:** 2000 руб.



# Итоги кампании:

## Вконтакте

Количество кликов: 1127



Стоимость одного клика: 8,4  
руб.

<input type="checkbox"/>	Название		Цена (?)	Дн. лим.	Общ. лим. (?)	Потрачено	Показы	Переходы	CTR (?)	eCPC (?)
<input type="checkbox"/>	др + интересы	■	9.00 ₺ за 1 переход	Не задан	Не задан	207.00 ₺	2 099	23	1.096 %	9.00 ₺
<input type="checkbox"/>	активная ца по группам театр	■	11.00 ₺ за 1 переход	Не задан	Не задан	2 292.00 ₺	9 952	240	2.412 %	9.55 ₺
<input type="checkbox"/>	ретаргет по вайт листу	■	11.00 ₺ за 1 переход	Не задан	Не задан	1 034.00 ₺	6 392	94	1.471 %	11.00 ₺
<input type="checkbox"/>	кнопка, клики	■	10.00 ₺ за 1 переход	Не задан	Не задан	0.00 ₺	0	0	0.000 %	0.00 ₺
<input type="checkbox"/>	кнопка, клики	■	8.00 ₺ за 1 переход	Не задан	Не задан	810.00 ₺	30 926	119	0.385 %	6.80 ₺
<input type="checkbox"/>	показы	■	63.00 ₺ за 1000 показов	Не задан	Не задан	1.07 ₺	17	0	0.000 %	0.00 ₺
<input type="checkbox"/>	клики	■	8.00 ₺ за 1 переход	Не задан	Не задан	5 119.00 ₺	115 618	651	0.563 %	7.86 ₺
Всего						9 463.07 ₺	165 004	1 127	0.683 %	8.40 ₺

## Инстаграм

Количество кликов: 2215

Стоимость одного клика: 3,93 руб.

	Название объявления	Показы	Клики на ссылку	CPC (цена за клик по ссылке)	(кликабель)
<input checked="" type="checkbox"/>	 промпост — Копия	115 517	1 871	3,96 р.	1,62%
<input checked="" type="checkbox"/>	 промпост	5 773	99	3,82 р.	1,71%
<input checked="" type="checkbox"/>	 Карусель 2	5 072	74	3,51 р.	1,46%
<input checked="" type="checkbox"/>	 Карусель	13 031	171	3,81 р.	1,31%
▶ Результаты, число объявлений: 4 ⓘ		139 393 Всего	2 215 Всего	3,93 р. За действие	1,59% За показы

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



**Татьяна Клыкова**  
**[vk.com/tatiana\\_klyk](https://vk.com/tatiana_klyk)**  
**+7 (952) 264 64 89**