



Новогодняя открытка 2019

Digital

Декабрь 2018-Январь 2019

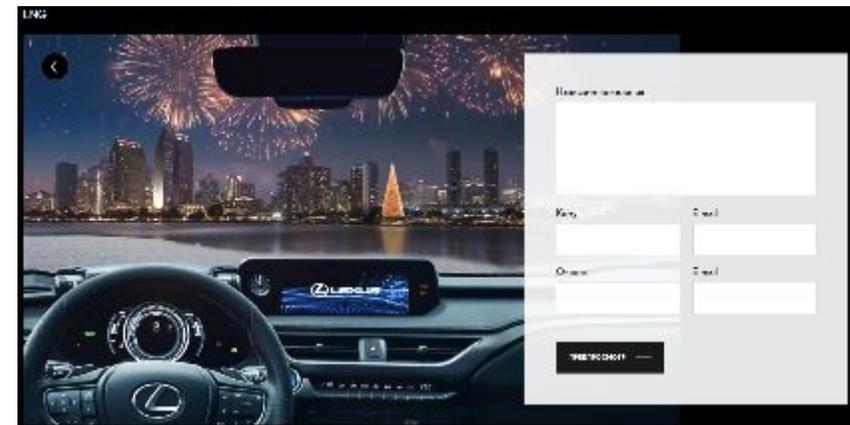
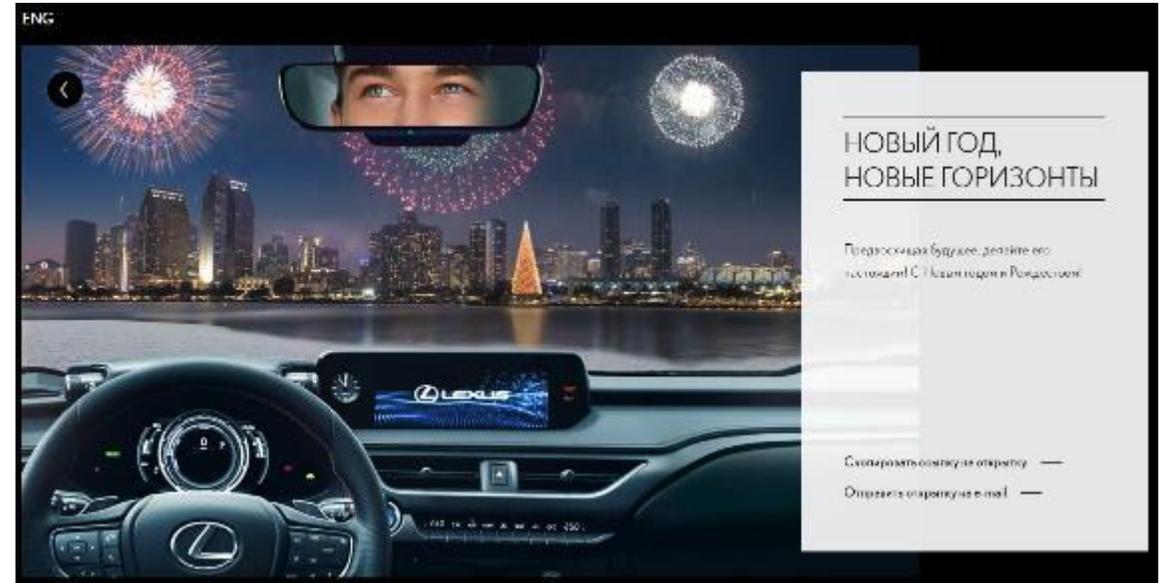
1. О ПРОЕКТЕ

Новогодняя открытка Lexus 2019, с поздравлением клиентов и с возможностью отправки своего поздравления друзьям и коллегам.

При персонализации своего поздравления можно поставить фото в зеркало заднего вида.

Открытка была опубликована:

на отдельном сайте ny2019.lexus.ru
на lexus.ru в виде попап
на дилерских сайтах в виде попап (по желанию дилеров)



2. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ОТКРЫТКОЙ НА

NY2019.LEXUS.RU

Данные о взаимодействии с открыткой за период 14.12 - 14.01.

	Пользовател и/события	%
Пользователи	3 055	
Взаимодействия с открыткой	2 234	73,13%
Загрузка фотографии	1 703	55,74%
Отправка/ копирование ссылки	195/735	30,44%



3. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ОТКРЫТКОЙ НА

WWW.LEXUS.RU

Данные о взаимодействии с открыткой за период 17.12 - 08.01

	Пользовател и/события	%
Все новые пользователи на сайте	218 772	
Видели* открытку	50 171	22,93%
Взаимодействия с открыткой	1 770	3,53%
Загрузка фотографии	427	0,85%
Отправка/ копирование ссылки	65/197	0,52%

* Открытка показывалась новым пользователям на сайте один раз при первом заходе на главную страницу сайта.



4. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ОТКРЫТКОЙ НА САЙТАХ ДИЛЕРОВ

Данные о взаимодействии с открыткой за период 17.12 - 14.01

	Пользовател и/события	%
Все новые пользователи на сайте	21 504	
Видели открытку	нет данных*	
Взаимодействия с открыткой	799	3,72%
Загрузка фотографии	174	0,81%
Отправка/ копирование ссылки	22/66	0,42%



- На сайтах дилерских центров открытка добавлялась в разные периоды времени, поэтому общее количество пользователей, у которых она появилась на экране, отследить затруднительно.
- Общее количество дилеров разместивших открытку у себя - 25

5. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ОТКРЫТКОЙ

Выводы

1. Самый активный отклик и максимальная конверсия, отмечались на сайте ny2019.lexus.ru. 40% посетителей, начавших взаимодействие с открыткой, заполнили ее до конца. Это связано с тем, что на сайт попадали пользователи, которые заранее понимали суть сервиса и хотели им воспользоваться. В отличие от сайта lexus.ru и дилерских, где для пользователя появление попапа - неожиданность.
2. Хороший показатель конверсии, по открытке на ny2019.lexus.ru, объясняется интересным оформлением открытки и расширенными возможностями персонализации поздравления. В дальнейшем рекомендуем использовать персонализацию при запуске подобных развлекательных проектов.
3. Попапы на дилерских сайтах и сайте lexus.ru, заинтересовали около 3,5% пользователей, увидевших открытку, остальные либо просто прочитали поздравление, либо проигнорировали и сразу закрыли попап. Несмотря на невысокий отклик, публикация подобных поздравлений от лица компаний на официальных сайтах в предновогодний период является традицией, поэтому большинство посетителей относятся к поздравлениям с пониманием.
4. Большая доля посетителей предпочитала отправлять ссылку на поздравление в мессенджеры, а не на почту друга. Это, а также показатель потерь людей на этапе заполнения формы с личными данными, говорит о необходимости в будущем сокращать форму для поздравления.

6. ИСТОЧНИКИ ПЕРЕХОДОВ НА NY2019.LEXUS.RU

Данные об источниках переходов за период 14.12 - 14.01

	Пользователи	Действия		
		Создание открытки	Копирование ссылки	Отправка по почте
E-mail*	1 526	1 472	478	161
Direct	1 137	617	199	27
Social	165	52	11	5
Referral	23	29	4	1
Organic Search	20	6	4	1
(Other)	213	58	39	-

* Данные по рассылке от 27.12 без учёта тестовых запусков

7. ИСТОЧНИКИ ПЕРЕХОДОВ НА WWW.LEXUS.RU

Данные об источниках переходов за период 17.12 - 08.01

	Пользователи, которые видели открытку	Действия		
		Создание открытки	Копирование ссылки	Отправка по почте
E-mail	52	2	1	-
Direct	12 756	661	90	39
Social	93	8	-	-
Referral	6 985	229	21	3
Organic Search	21 964	830	79	20
Display	256	16	-	-

8. ИСТОЧНИКИ ПЕРЕХОДОВ НА САЙТЕ ДИЛЕРОВ

Данные об источниках переходов за период 17.12 - 14.01

	Пользователи	Действия		
		Создание открытки	Копирование ссылки	Отправка по почте
Direct	5 319	186	35	13
Social	142	1		
Referral	7 366	158	9	2
Organic Search	9 854	335	16	9
Paid Search	1 310	25		
(Other)	32	1		

9. ИСТОЧНИКИ ПЕРЕХОДОВ

Выводы

1. Основной источник трафика на сайте новогодней открытки - рассылка по почте, причем эффект от рассылки был хорошим. Также, присутствуют прямые переходы на сайт, вероятно, источником являются шеринги ссылок с друзьями, а также QR-коды на сувенирной продукции дилеров.
2. Для дилерских сайтов и сайта lexus.ru - основной трафик ожидаемо, прямые заходы и органический трафик.

10. ПЕРЕХОДЫ ИЗ СОЦ СЕТЕЙ НА

NY2019 LEXUS.RU

Данные об источниках переходов из социальных сетей за период
14.12 - 14.01

	Пользователи	Действия		
		Создание открытки	Копирование ссылки	Отправка по почте
Vkontakte	150	51	11	5
Facebook	10	-	-	-
Instagram	5	1	-	-

11. ПЕРЕХОДЫ ИЗ СОЦ СЕТЕЙ НА

WWW.LEXUS.RU

Данные об источниках переходов из социальных сетей за период
17.12 - 08.01

	Пользователи	Действия		
		Создание открытки	Копирование ссылки	Отправка по почте
Vkontakte	50	4	-	-
Facebook	34	4	-	-
Instagram	4	-	-	-

12. ПЕРЕХОДЫ ИЗ СОЦ СЕТЕЙ НА САЙТЫ

ДИЛЕРОВ

Данные об источниках переходов из социальных сетей за период
17.12 - 14.01

	Пользователи	Действия		
		Создание открытки	Копирование ссылки	Отправка по почте
Vkontakte	55	1	-	-
Facebook	38	-	-	-
Instagram	46	-	-	-

13. ПЕРЕХОДЫ ИЗ СОЦ СЕТЕЙ

Выводы

1. Из социальных сетей были переходы, но немного, а целевые действия были только из соц. сети Vkontakte. В случае, если для разных соц. сетей был разный копирайт, это могло повлиять на конверсию. Если такового не было, то это может быть обусловлено более лояльной аудиторией в данной сети.

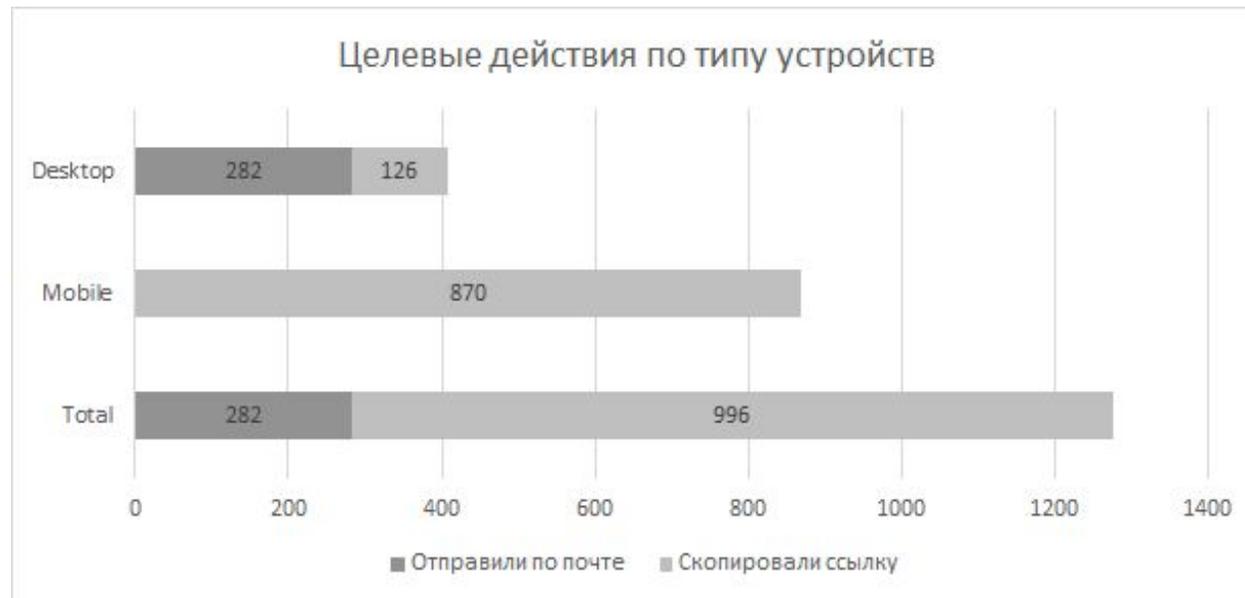
14. ОБЩИЕ ДАННЫЕ ПО ОТКРЫТКЕ

Сайт	Период	Отправил и по почте	Скопировал и ссылку
Сайты дилеров	17.12-14.01	22	66
Открытка	14.12-14.01	195	735
	17.12-08.01	65	197



15. ОБЩИЕ ДАННЫЕ ПО ОТКРЫТКЕ

	Отправили по почте	Скопировали ссылку
Desktop	282	126
Mobile	-*	870
Total	282	996



* Общее небольшое количество отправок по почте обусловлено в том числе тем, что в мобильной версии этой возможности не было.

16. РЕКОМЕНДАЦИИ

Выводы

1. На отдельном сайте открытка имела больший успех, чем на lexus.ru и дилерских сайтах. Это ожидаемая ситуация, потому что не все готовы уделить внимание темам, которые идут вразрез с их текущими интересами. Рекомендуем в будущем для получения более хорошей конверсии с основного и дилерских сайтов попробовать более мягкий способ поздравления. В частности в текущем оформлении lexus.ru визуал открытки можно поместить в качестве фонового видео на главной странице, а попап с созданием поздравления другу открывать по кнопке.
2. Большая доля пользователей предпочитала отправлять ссылку на поздравление в мессенджеры, а не на почту друга. Это, а также показатель потерь людей на этапе заполнения формы с личными данными, говорит о необходимости в будущем упрощать процедуру поздравления. Рекомендуем исключить необходимость заполнения контактных e-mail, убрать опцию отправки поздравления на почту. Так можно сократить количество шагов до финала и снять напряжение с людей, которые боятся оставлять свои контакты.
3. По трафику: рекомендуем задуматься над продвижением подобных проектов в социальных сетях, где находится максимально лояльная бренду аудитория. По итогу проекта получилось, что много посетителей пришло из рассылки, а из соц. сетей на открытку перешли единицы.

17. PDCA

PDCA Area	No	Responsible	Issue	Current Evaluation	Reasons	Quick solution	Next steps	DDL
Сайт	1	Lexus	После запуска заглушки на сайте https://ny2019.lexus.ru 19.11, она была обновлена до полноценной открытки только 14.12	Δ	Обновление заглушки, до полноценной открытки, планировалось вместе с публикацией попап 17.12, после внесения всех комментариев от Lexus. Ожидания по более раннему обновлению не были заранее получены от Lexus.	Опубликовали обновление https://ny2019.lexus.ru ASAP после получения команды от Lexus.	Четко обозначать ожидания и дедлайны по ключевым шагам проекта.	В следующем проекте.
Дилерские сайты	2	BSTD	Попап с открыткой на сайте запущен 17.12, а на дилерских сайтах 19.12	Δ	Возникли технические сложности с работой попап на дилерских сайтах из-за различий в платформе между lexus.ru и дилерскими сайтами.	Были привлечены дополнительные ресурсы для скорейшей модификации попап для дилерских сайтов.	Заранее тестировать подключение модулей на дилерские сайты, чтобы проблемы были известны как можно раньше.	В следующем проекте.
Сайт\попап	3	BSTD	Некорректная работа открытки: Иногда не появляются фото на превью открытки. Замечено 21.12, найдена причина и исправлено 24.12.	Δ	Временное хранилище файлов на сервере, где расположены проекты Лексус, переполнилось (такая проблема может возникать раз в несколько лет). Поиск причины занял некоторое время, так как сначала проблему не удавалось воспроизвести, а затем решение в первую очередь искали в открытке, а лишь после - глобально, на сервере.	Временное хранилище на сервере почищено.	Настраивается автоматическое оповещение технической команды, когда место во временном хранилище на сервере заканчивается.	Готово

18. PDCA

PDCA Area	No	Responsible	Issue	Current Evaluation	Reasons	Quick solution	Next steps	DDL
Сайт	4	BSTD	Некорректная работа открытки: в IE 11.0.9 не загружается фото в редактор.	Δ	Специфическая проблема с работой редактора фото в IE 11.0.9.	Кастомизирована работа редактора в IE 11.0.9.	Установить реальный браузер IE 11 на устройство для тестирования проектов (в эмуляторах не удается воспроизвести все, что происходит в реальном браузере на реальном устройстве).	Готово.
Сайт\по пап	5	BSTD	Некорректная работа открытки: на некоторых устройствах\браузерах появляется кнопка плей на фоне для проигрывания анимации.	○	Особенности воспроизведения видео на конкретных устройствах\браузерах.	Исправлялось по мере нахождения устройств с проблемами путем настроек под конкретные устройства.	Тестировать на большом количестве реальных устройств.	В следующем проекте.