

DIGITAL



Команда:

Руководитель отдела интернет-рекламы:
Носенко Вячеслав

Менеджер по онлайн-маркетингу:
Кулаков Никита

Менеджер по email-маркетингу:
Юркова Наталья

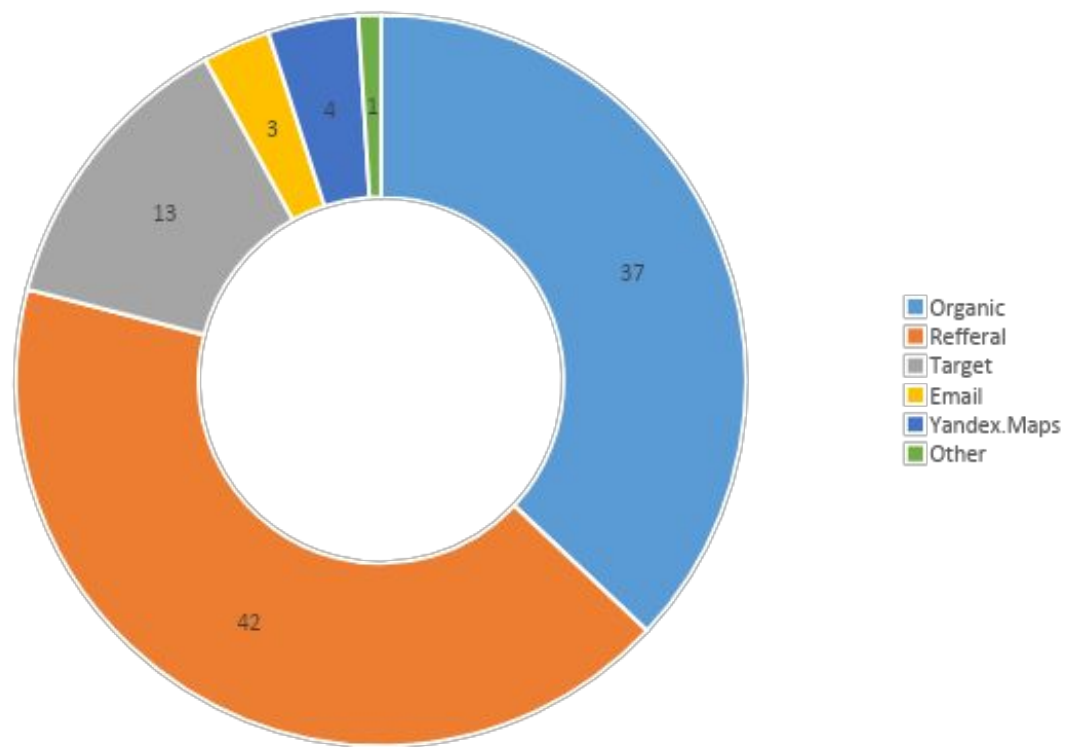
Агентство:
Real Web

Агентство:
RACURS

Агентство:
mailfit

Диаграмма распределения источников трафика на сайт tanuki.ru

В марте общий трафик на сайт вырос на 2,72% по отношению к февралю (кол-во новых пользователей увеличилось на 3,39%), а к марту прошлого года трафик увеличился на 7,19%.



ТАНУКИ РЕТЕНШЕН: статистика по мобильному продвижению

Источник	Бюджет с НДС и АК	Заказы по промокодам	CPO по промокодам	Заказы по АФ	Доход по АФ	Доход по промокодам	ДРР
CPI	р. 1 129 830	3 662	р. 346,55	2 000	р.3 791 216,36	р.7 142 171	16%

План по бюджету выполнен на **99,9%**

- План – р. 1 130 010,00
- Факт – р. 1 276 230,00

План по заказам выполнен на **102%**;

- План заказов по промокодам – 3 590
- Факт заказов по промокодам – 3 662

- Запустили РК 5 марта с оффером «Мексиканский ролл» в подарок.
- На выходных реализация бюджета по объемам была ниже оффера со скидкой и 12 марта согласовали пересплит 1 500 000 р. в сторону Тануки Новые.
- С 16 марта запустили оффер «Скидка 15%». Вели до конца месяца параллельно в РК.
- Рекламные кампании показывают хорошие результаты, план по бюджету был выполнен, а по заказам перевыполнен на 2%.

ТАНУКИ РЕТЕНШЕН: креативы



Максимально эффективный
креатив с т.з. конверсий

Ссылка на расширенный отчет по креативам:
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1zVL5MbMSTv5eolZiHj07IYTsgYmeogf5AehJgJJprkA/edit#gid=333294451>



ТАНУКИ НОВЫЕ КЛИЕНТЫ: Статистика по мобильному продвижению

Источник	Инсталлы	Бюджет с НДС и АК	Уникальные заказы по AF	Доход по AF	AOV по AF	CPI	CAC по AF
ASA - бренд	1 473	р.203 274,00	841	2 096 322,50 ₽	2 492,65 ₽	р.138,00	р.223,38
ASA - небренд	237	р.39 816,00,00	33	83 361,00 ₽	2 526,09 ₽	р.168,00	р.1 133,19
Google Ads	3 000	р.489 600,00	354	794 337,75 ₽	2 243,89 ₽	р.163,20	р.1 549,12
In-App	15 835	р.2 636 430,00	4 850	9 839 448,31 ₽	2 028,75 ₽	р.166,49	р.517,10
Итого	20 545	р.3 369 120,00	6 078	12 813 469,56 ₽	2 108,17 ₽	р.163,99	р.757,96

План по бюджету выполнен на **99,9%**

- План – р. 3 369 942,00
- Факт – р. 3 369 120, 00

Общий план по заказам выполнен на **143%**

- План заказов по AF – 4 227
- Факт заказов по AF – 6 078

- Рекламная кампания стартовала по всем источникам с 4го марта.
- Большая часть закупки была в источниках: ASA и Inn-App.
- С середины месяца для источника ASA-конкуренты начали использование широкого соответствия ключей и автоподбора, но трафик все равно получался дорогим. Остановили небрендовое продвижение и перенесли остаток бюджета на ASA бренд.
- В ходе РК подключали новые источники в тест на In-App. Во второй половине месяца увеличили объем закупки на канале для выполнения общего плана.
- Итоговый CAC составил 757,96 р.

ТАНУКИ Family//Статистика по ключам в ASA

Ключи	Доход по АФ	Заказы	Средний чек
tanuki	279 960,00 ₽	106	2 641,13 ₽
tanuki family	6 938,25 ₽	3	2 312,75 ₽
tanuki family доставка еды	62 258,00 ₽	33	1 886,61 ₽
танук	7 231,50 ₽	3	2 410,50 ₽
тануки	2 020 655,25 ₽	787	2 567,54 ₽
тануки доставка роллов суши	457 665,75 ₽	184	2 487,31 ₽

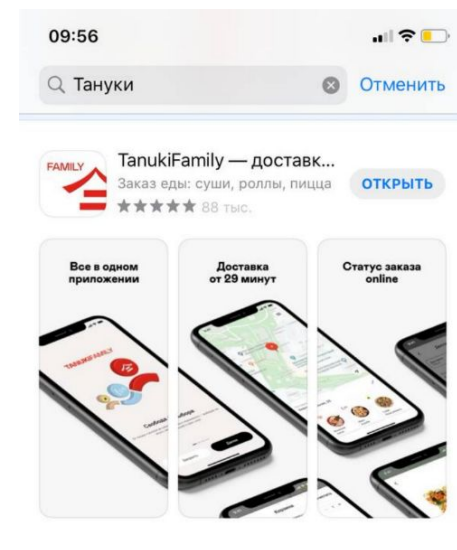
ASA Тануки

- В марте по брендовым запросам в лидерах оказался ключ "тануки". Средний чек по данному ключевому слову вырос до 2 567 руб. по сравнению с 2 539 руб. в феврале.
- Средний чек по брендовому запросу - 2 540 руб.
- CPO по брендовым запросам - 180,85 руб. до НДС
- В марте провели тест по небрендовым запросам, но средний CPO был 751,25 руб. и мы отключили их. В дальнейшем планируем масштабироваться в ASA, так как этот источник показывает отличный результат.

ASA Пицца Твоя

- В марте запускали только небрендовые ключи. Больше всего заказов было по ключу "Pizza sushi wok".
- Средний чек на том же уровне, что и в прошлом месяце.

Ключи	Доход по АФ	Заказы	Средний чек
delivery club	7 883,00 ₽	6	1 313,83 ₽
pizza sushi wok	990 912,54 ₽	436	2 272,74 ₽

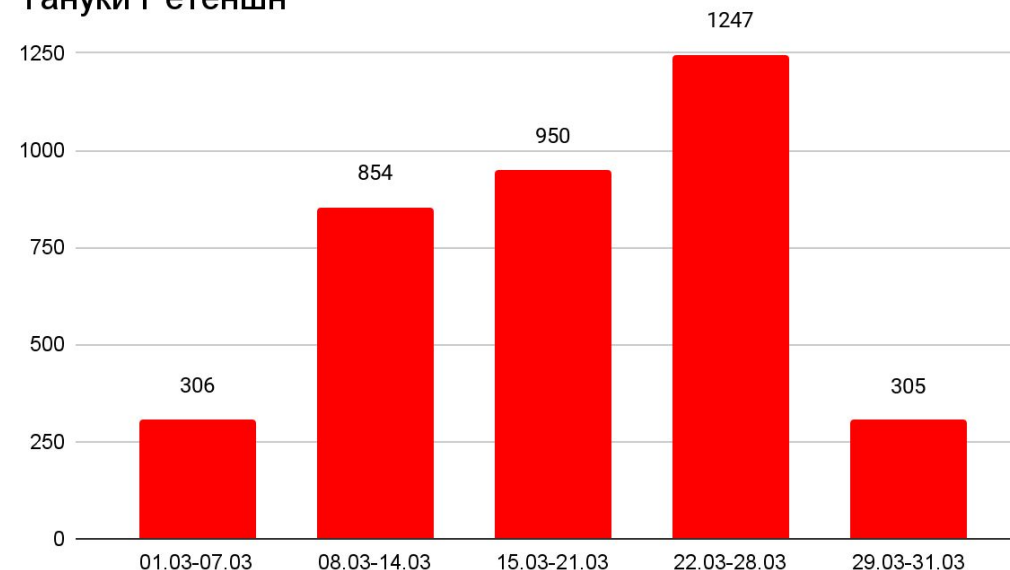


Мобильное приложение: динамика по неделя заказов/установок

Тануки Новые клиенты



Тануки Ретеншн



- В разрезе двух недель 8 по 21 февраля наблюдается падение в количестве заказов, как у новых клиентов, так и у ретеншен, что связано с остановкой РК в период с 11 по 14 февраля.
- После праздников ретеншен кампания стала показывать меньшую эффективность, поэтому 900 000 руб. были перераспределены на новых клиентов.
- Во второй половине месяца для новых клиентов увеличили показы по источникам с наиболее низким CPO - ASA, Google Ads, in-app.

ТАНУКИ НОВЫЕ КЛИЕНТЫ: статистика по креативам



CTR – 3,76%



CTR – 3,56%



CTR – 3,27%



Наиболее эффективные креативы с т.з. CTR

Ссылка на расширенный отчет по креативам:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1zVL5MbMSTv5eolZiHj07IYTsgYmeogf5AehJgJJprkA/edit#gid=333294451>

ТАНУКИ НОВЫЕ КЛИЕНТЫ: статистика по таргетированной рекламе

Система	Показы	Клики	CTR	Расход с НДС и АК	СРС	Заказы по промокодам	Доход	CR	СРО
Facebook	1352712	7673	1%	220 646,74 ₽	28,76 ₽	66	125 811,00 ₽	0,86%	3 343,13 ₽
ВКонтакте	825321	3431	0%	130 190,39 ₽	37,95 ₽	17	39 088,00 ₽	0,50%	7 658,26 ₽
Общий итог	2178033	11104	1%	350 837,13 ₽	31,60 ₽	83	164 899,00 ₽	0,75%	4 226,95 ₽

Комментарии:

- 1) 05.03 запустили РК в FB и ВК
- 2) 09.03 обновили базы
- 3) Запустили новые аудитории на основе результатов прошлых месяцев
- 4) Сузили ГЕО до тех, где доставка осуществляется до 45 минут.
- 5) 23.03 отключили ВК, т.к. показывал высокий результат
- 6) Ежедневно оптимизировали РК

Facebook: На старте РК включили оптимизацию бюджета кампании, чтобы система сама распределила деньги между аудиториями. Из-за этого есть отличия в реализованном бюджете между сегментами. Лучше всего себя показали следующие аудитории:

- int-student 6 заказов; CPO=p.1 470,93
- lal-crm pizza2 4 заказов; CPO=p.2 345,39
- int-beauty 13 заказов; CPO=p.2 603,51
- int-anime 8 заказов; CPO= p.2 652,15

Креативы: Разница в реализованном бюджете между креативами объясняется тем, что технически в системе нет возможно регулировать бюджет на уровне креативов и поэтому система сама выбирает креатив победитель и распределяет в его сторону больше бюджета. Оценить эффективность креативов в разрезе заказов нет возможности, т.к. промокоды не уникальны в разрезе креативов, но есть возможность оценить кликабельность. Креатив caviar стабильно второй месяц подряд показывает CTR выше."

План по конверсии выполнили на 59%

- План – 143 заказа
- Факт – 83 заказа

Статистика по таргетированной рекламе ТАЛУКИ РЕТЕНШЕН

Система	Показы	Клики	CTR	Расход с НДС и АК	СРС	Заказы по промокодам	Доход	CR	СРО
Facebook	2142918	3364	0,16%	367 382,48 ₽	109,21 ₽	554	1 006 345,00 ₽	16,47%	663,15 ₽
ВКонтакте	1910168	2332	0,12%	180 399,60 ₽	77,36 ₽	148	256 166,00 ₽	6,35%	1 218,92 ₽
Общий итог	4053086	5696	0,14%	547 782,08 ₽	96,17 ₽	702	1 262 511,00 ₽	12,32%	780,32 ₽

Комментарии:

- "1) 04.03 запустили РК в FB и ВК Акция ""Мексиканский ролл"" — FB промокоды: M576, M577— ВК промокоды: M578, M579"
- 2) 09.03 обновили базы
- 3) 25.03 включили акцию "скидка 15%«, отключили акцию "Мексиканский ролл«
- 4) 25.03 подключили РК с локал ГЕО на отдельные рестораны
- 5) На еженедельной основе оптимизируем РК, корректируем дневные бюджеты

План по конверсии выполнили на 44%

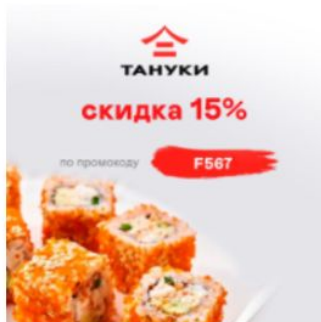
- План – 1 580 заказа
- Факт – 702 заказа

Статистика Тануки по креативам в Таргете

Система	Аудитория	Креатив	Показы	Клики	CTR	Расход с НДС и АК	СРС	Заказы по промокодам	Доход	CR	СРО
Facebook	New	caviar	441472	2761	0,63%	79 832,46 ₽	28,91 ₽	4	10 248,00 ₽	0,14%	19 958,12 ₽
		hot	911240	4912	0,54%	140 814,28 ₽	28,67 ₽	62	115 563,00 ₽	1,26%	2 271,20 ₽
	New Итог		1352712	7673	0,57%	220 646,74 ₽	28,76 ₽	66	125 811,00 ₽	0,86%	3 343,13 ₽
	Retention	kapelnitsa	232559	378	0,16%	59 675,59 ₽	157,87 ₽	61	121 767,00 ₽	16,14%	978,29 ₽
		M576	947260	1024	0,11%	151 436,94 ₽	147,89 ₽	130	221 300,00 ₽	12,70%	1 164,90 ₽
		M577	575546	1175	0,20%	78 153,37 ₽	66,51 ₽	251	433 300,00 ₽	21,36%	311,37 ₽
		mouth	387553	787	0,20%	78 116,58 ₽	99,26 ₽	112	229 978,00 ₽	14,23%	697,47 ₽
	Retention Итог		2142918	3364	0,16%	367 382,48 ₽	109,21 ₽	554	1 006 345,00 ₽	16,47%	663,15 ₽
Facebook Итог			3495630	11037	0,32%	588 029,22 ₽	53,28 ₽	620	1 132 156,00 ₽	5,62%	948,43 ₽
ВКонтакте	New	caviar	409558	1699	0,41%	64 846,38 ₽	38,17 ₽	7	14 716,00 ₽	0,41%	9 263,77 ₽
		hot	415763	1732	0,42%	65 344,01 ₽	37,73 ₽	10	24 372,00 ₽	0,58%	6 534,40 ₽
	New Итог		825321	3431	0,42%	130 190,39 ₽	37,95 ₽	17	39 088,00 ₽	0,50%	7 658,26 ₽
	Retention	kapelnitsa	197199	230	0,12%	19 584,82 ₽	85,15 ₽	18	27 864,00 ₽	7,83%	1 088,05 ₽
		M578	205961	504	0,24%	42 010,42 ₽	83,35 ₽	35	68 918,00 ₽	6,94%	1 200,30 ₽
		M579	1311013	1366	0,10%	99 250,11 ₽	72,66 ₽	84	143 110,00 ₽	6,15%	1 181,55 ₽
		mouth	195995	232	0,12%	19 554,25 ₽	84,29 ₽	11	16 274,00 ₽	4,74%	1 777,66 ₽
	Retention Итог		1910168	2332	0,12%	180 399,60 ₽	77,36 ₽	148	256 166,00 ₽	6,35%	1 218,92 ₽
ВКонтакте Итог			2735489	5763	0,21%	310 589,99 ₽	53,89 ₽	165	295 254,00 ₽	2,86%	1 882,36 ₽
Общий итог			6231119	16800	0,27%	898 619,21 ₽	53,49 ₽	785	1 427 410,00 ₽	4,67%	1 144,74 ₽

Креативы Тануки в Таргете

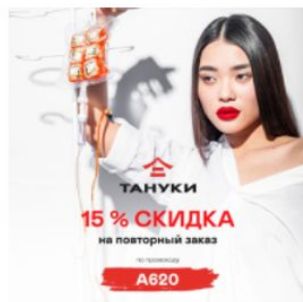
caviar



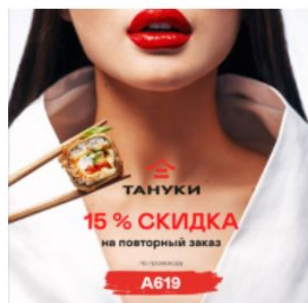
hot



kapelnitsa



mouth



M576

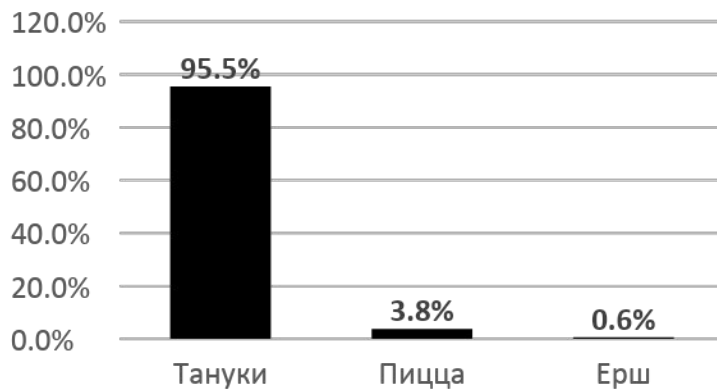
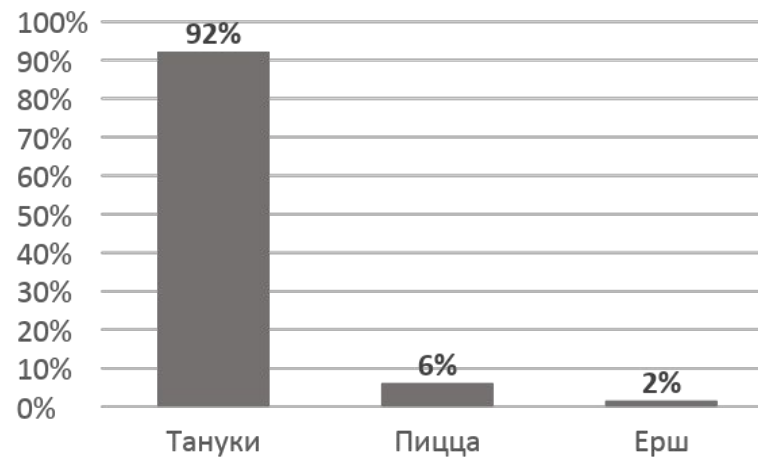


M577



- В направлении Тануки Новые, самым популярным с точки зрения кол-ва покупок оказался креатив hot.
- В направлении Тануки Ретеншен самым популярным с точки зрения кол-ва покупок оказался креатив M577.

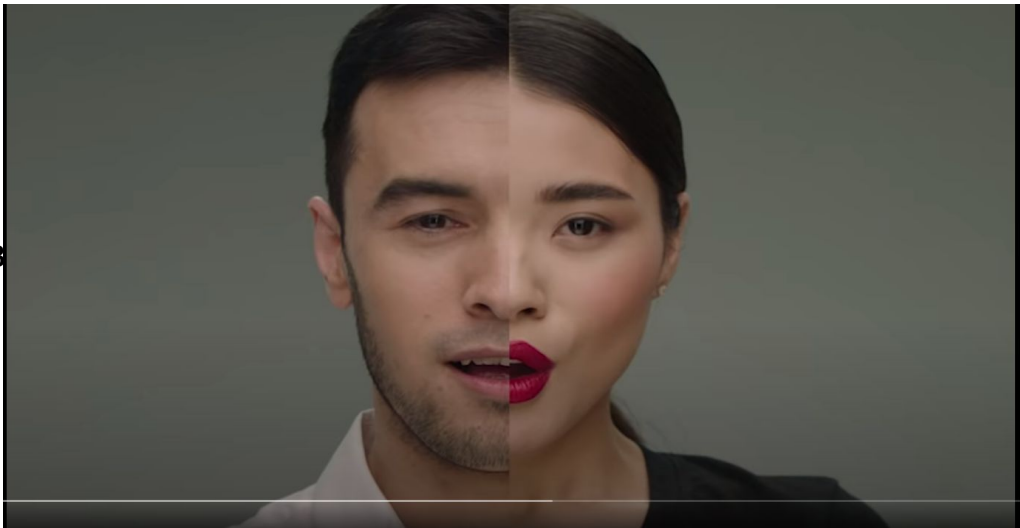
Тануки СРІ – Анализ перетекания аудитории по брендам



Национальный видеоролик // Флайт 21 марта

Вводные по старту РК:

- Бюджет - 355 800,00 р.
- Период - 21.03- 21.03
- Гео: Москва, Воронеж,Екатеринбург, Краснодар, Нижний Новгород, Алматы
- Каналы и форматы:
- DV360 - TrueView In-Stream



Название кампании	Бюджет с НДС и АК	Охват	Показы	Клики	CTR	VTR	CPC
Видео	355 800,00 р.	1 000 000	1 000 000	2 500	0,25%	45%	118,60р.

Статистика

Видео	Trueview instream
	Факт
Revenue	252 223,07 ₽
TrueView: Revenue eCPV	0,74 ₽
Показы	947 340
Просмотры	338 796
View Rate	36%
CTR	0,3%
Охват	941 572
CPU	0,27 ₽
Частота	1,01

- Охват почти выполнен: 941к за счет в первую очередь VTR , досматриваемость была ниже прогнозной.
- Бюджет инвестирован не весь ввиду сложности запуска одним днем, также отложенный старт ролика на канале в 11 часов повлиял на плановую реализацию бюджета, в связи с тем что ролик был закрыт до 11 часов ,также возникли проблемы с модерацией.
- План по охвату выполнен при меньших затратах по бюджету.

	Trueview instream		
Интересы	VTR	CTR	CPV
Affinity	41,510%	0,229%	0,58 ₽
CAF	43,487%	0,374%	0,63 ₽
Categories	28,084%	0,281%	0,60 ₽
CINT	31,268%	0,737%	0,64 ₽

Perfluence, Gettbloggers (Тануки)

В марте продлили рекламную кампанию через платформы блоггеров Perfluence и Gettbloggers.

Оффер: роллы «Такеши» и «Теплый Краб» общей стоимостью 770 рублей при заказе от 1490 рублей.

Результат:

15234 заказа с общим оборотом 32 616 203 рубля.

Средний чек составил 2137 рублей.

Динамика:

+38% к февралю

ROAS = 1111%

ROI = 1011%

ТАНУКИ

АРИГАТО РОЛЛ
+ ОРАНДЖ КРАБ
В ПОДАРОК

при заказе от **1490 РУБ.**

Только
в мобильном
приложении



по промокоду

Едадил (Тануки)

В марте на данном ресурсе было размещено 4 оффера:

- «-10% в зале от 1000₽»
- «Филадельфия нисуаз в подарок от 990₽»
- «Мексиканский в подарок от 990₽»
- «Калифорния дрим в подарок от 990₽»

Результат:

2475 заказов с общим оборотом 4 830 221 рублей.
Средний чек составил 1 679 рублей.

Динамика:

+16% к февралю

ROAS = 1 667%

ROI = 1 567%



ТАНУКИ



Филадельфия Нисуаз ролл в подарок

При заказе от 990 ₽

Открыть

Яндекс. Карты (Тануки)

В марте на данном ресурсе было размещен оффер со скидкой 10% при заказе от 1000₽ в зале

Результат:

1272 заказа с общим оборотом 4 645 955 рублей.

Средний чек составил 3 653 рубля.

Динамика:

+113% к февралю

ROAS = 1 540%

ROI = 1 440%

Отображение на Яндекс.Картах



Скидка 10% в ресторанах Тануки при заказе от 1000₽



Подробности акции:

Реклама

TANUKIFAMILY



Кодовое слово "Яндекс.Карты" дает скидку 10% на заказ от 1000₽ в ресторанах Тануки. Акция действует на заказ в ресторане с 1 по 31 декабря 2020, не суммируется с другими акциями и спецпредложениями.

2ГИС (Тануки)

В марте на данном ресурсе было размещен оффер со скидкой 10% при заказе от 1000₽ в зале и на доставке «Калифорния дрим в подарок»

Результат:

882 заказа с общим оборотом 2 937 229 рубля.

Средний чек составил 3 276 рублей.

Динамика:

+31% к февралю

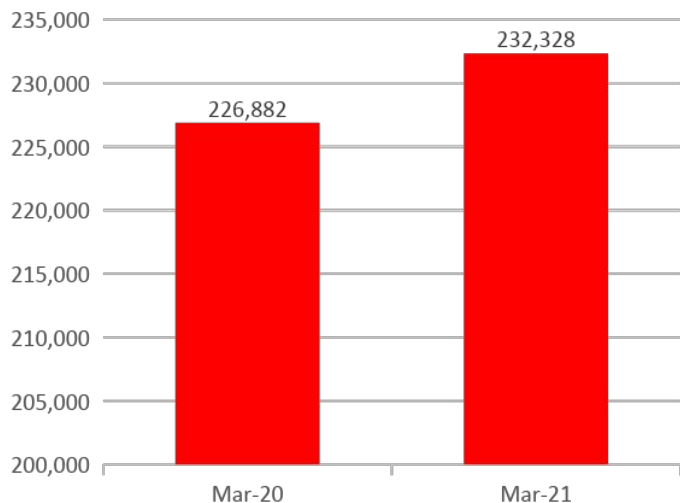
ROAS = 1 732%

ROI = 1 632%

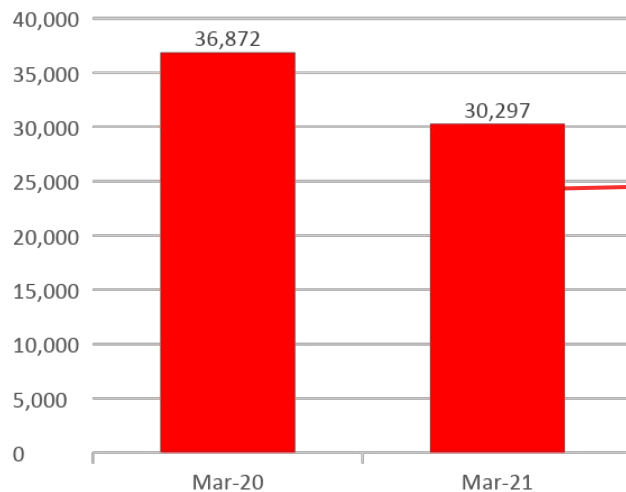
The screenshot displays the 2GIS mobile application interface. At the top, there is a search bar with the text 'Поиск в 2ГИС'. Below it, a filter icon and the word 'ФИЛЬТРЫ' are visible, along with a location indicator 'Места 9064'. The main content area shows a list of restaurants. The first entry is 'DOSTAEVSKIIY' (ДОСТАЕВСКИЙ), a food delivery service, with a promotional offer: 'Дарим пиццу «Карбонара» (24 см) по коду «2ГИСМСК» при заказе от 800 р. — реклама'. It has a 4.5-star rating and a 'Заказать в приложении' button. The second entry is 'IL Патио' (ИЛ ПАТИО), an Italian restaurant, with a promotional offer: 'Пицца на тонком тесте с хрустящей корочкой, свежая паста ручной работы — реклама'. It has a 4.5-star rating and a 'Посмотреть меню' button. The third entry is 'Rock`n`Raw', a food delivery service, with a promotional offer: 'Доставка здорового питания по Москве и МКАД. Живая еда для жизни! — реклама'. It has a 4.5-star rating and a 'Заказать доставку' button. On the right side, there is a detailed view of the 'Тануки' (Tanuki) restaurant. It shows a 2.8-star rating, the text 'сеть японских ресторанов', and a promotional offer: '«Калифорния дрим ролл» в подарок при заказе от 990 р. Промокод «2GIS» — реклама'. There is a 'Заказать доставку' button. Below this, there are tabs for 'Контакты', 'Инфо', and 'Отзывы' (6 reviews). A blue button with a plus icon and the text 'Добавьте сюда фотографий!' is also present. At the bottom, there is a text block about the Tanuki brand: 'Бренд японских ресторанов «Тануки» — это удобная служба доставки и более 70 ресторанов в России и за рубежом. За 16-летнюю историю бренда миллионы гостей уже оценили высокий уровень сервиса, а также обширное авторское меню, которое насчитывает более 200 позиций и регулярно обновляется. Особое внимание в «Тануки» уделяется качеству ингредиентов и уникальным рецептурам. Все рестораны бренда выделяются запоминающимся интерьером, который выполнен с элементами традиционного японского стиля в современной интерпретации. Кроме того, «Тануки» — это'.

SEO, органический трафик

Трафик



Заказы

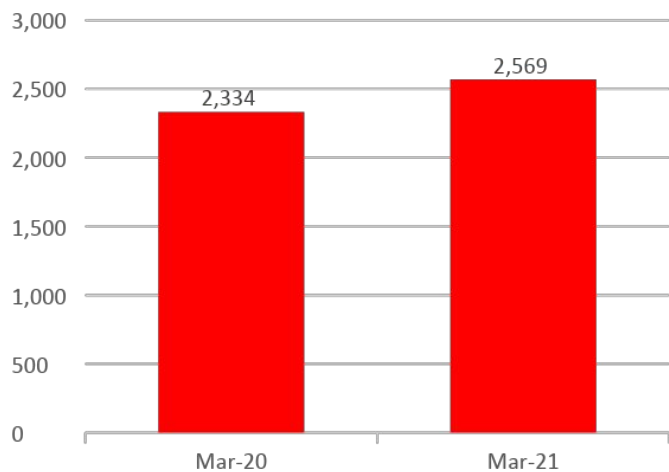


30,2

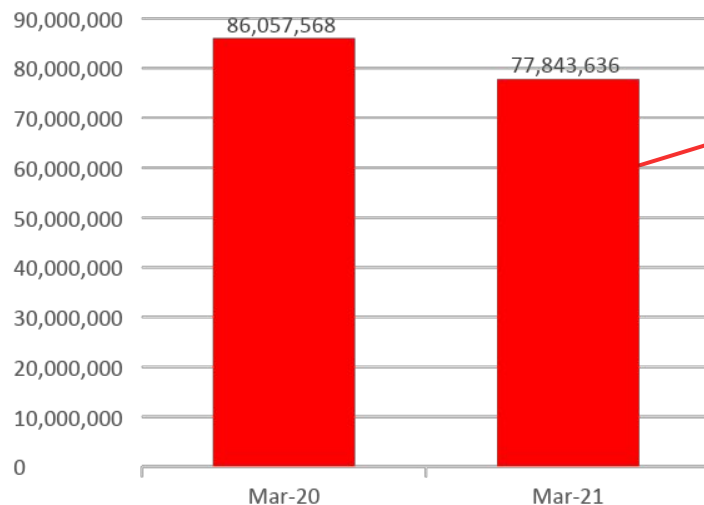
ТЫСЯЧИ ЗАКАЗОВ

-4% YOY
-18% MoM

Средний чек



Доход



77,8 М
рублей

-10% YOY
+3% MoM

Инвестиции: 97 000 руб.
Оборот: 77 843 636 руб.

Управление репутацией в сети



Дата

01.03.2021

31.03.2021

Тон

Негативный

Нейтральный

Позитивный

Всего упоминаний

1774

Количество позитивных упоминаний

308

Количество нейтральных упоминаний

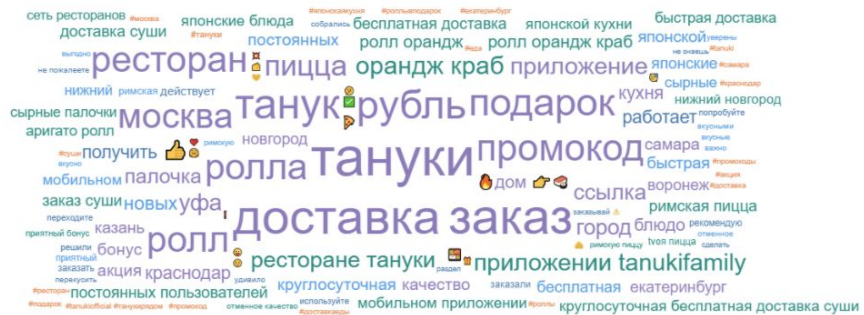
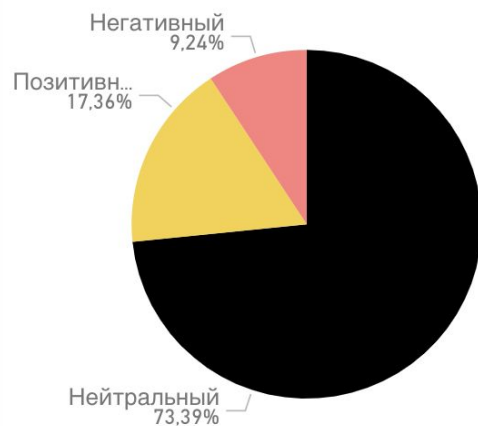
1302

Количество негативных упоминаний

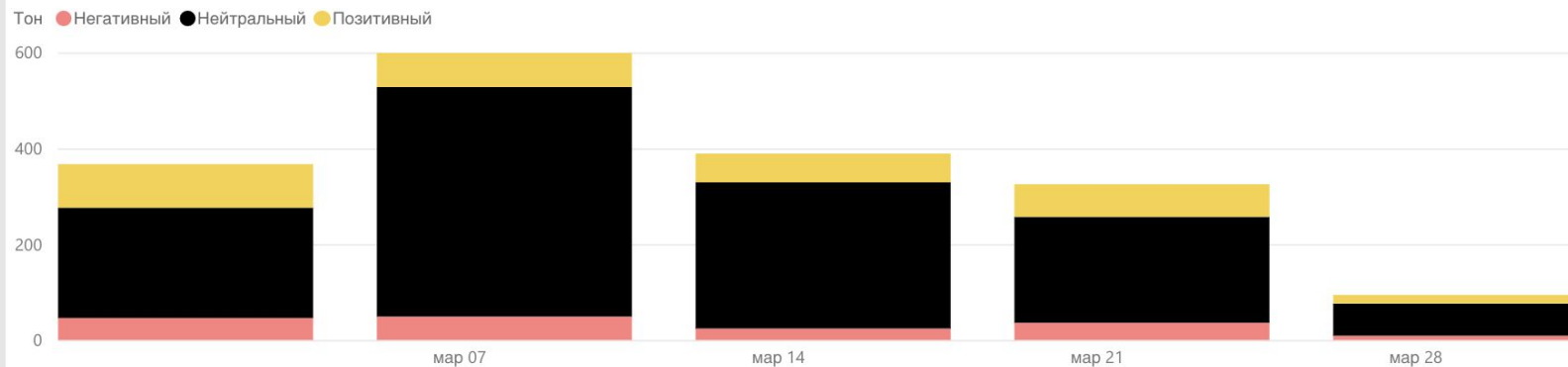
164

Тон упоминаний и популярные слова

Доля упоминаний по тону



Количество упоминаний по тону публикации



ASO

Распределение отзывов о приложении в марте 2021:



Основные жалобы пользователей после обновления приложения в Google Play:

1. Не определяет местоположение
2. Картинки блюд не отображаются
3. Промокод не работает
4. Не приходит код для авторизации в приложении
5. При оплате картой онлайн поле ввода CVV кода не замаскировано
6. Нет кнопки обратной связи, доставка медленная
7. Приложение ужасно лагает

3,3
★★★★☆
Всего: 16 691



App Store



37 негативных отзыва за март

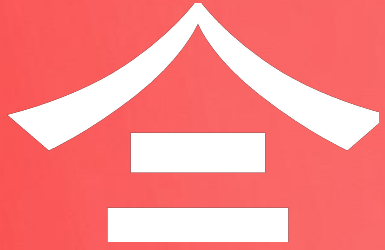
Основные жалобы пользователей после обновления приложения в App Store:

1. Плохо работает приложение
2. Невозможно изменить количество продукта в корзине
3. Не работают + и - кнопки
4. Нельзя отследить заказ в приложении
5. При каждом входе в приложение просит указать город
6. Не даны сведения по минимальной стоимости заказа

4,8 из 5

Оценок: 87,7 тыс.

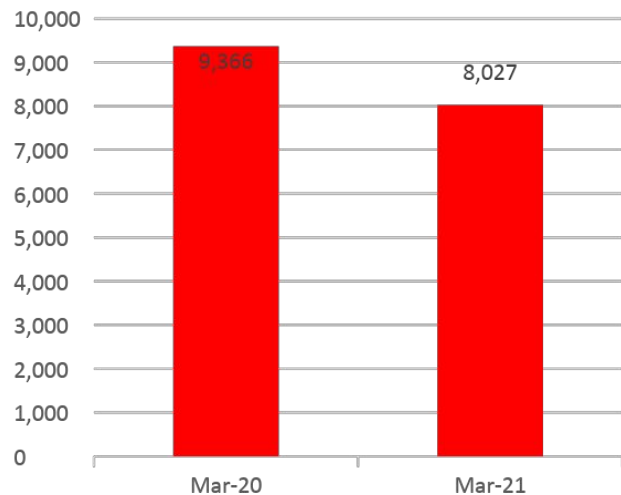




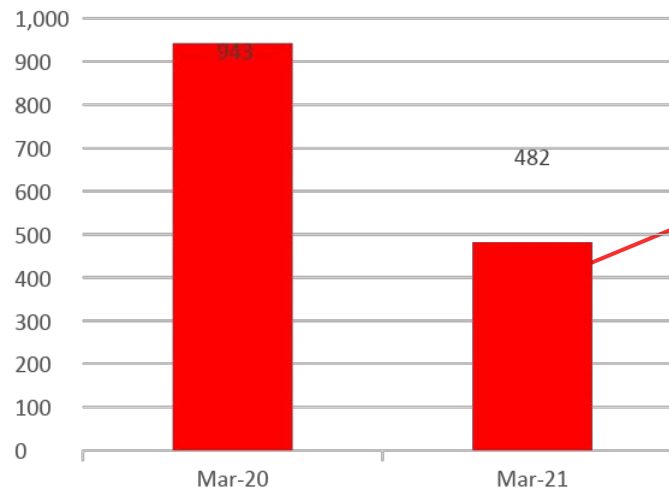
Украина

SEO, органический трафик

Трафик



Заказы

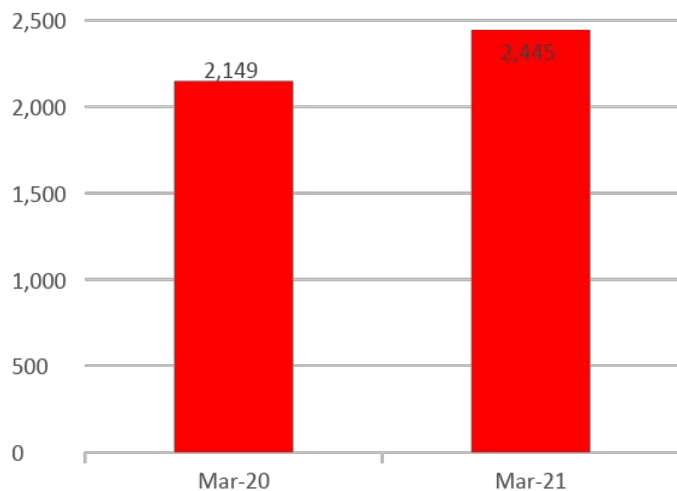


482

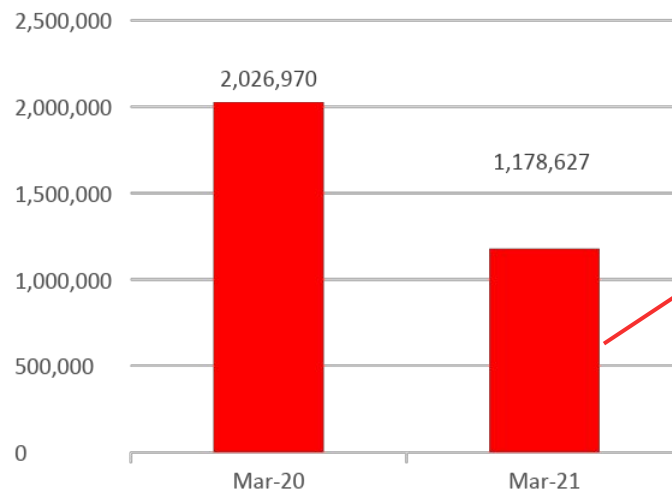
заказа

-49% ЮУ
+1% ММ

Средний чек



Доход

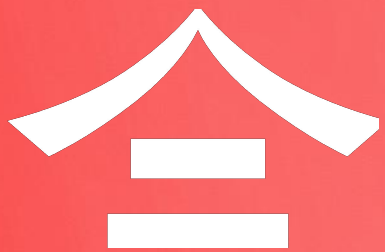


1,1 МЛН

рублей

-42% ЮУ
+7% ММ

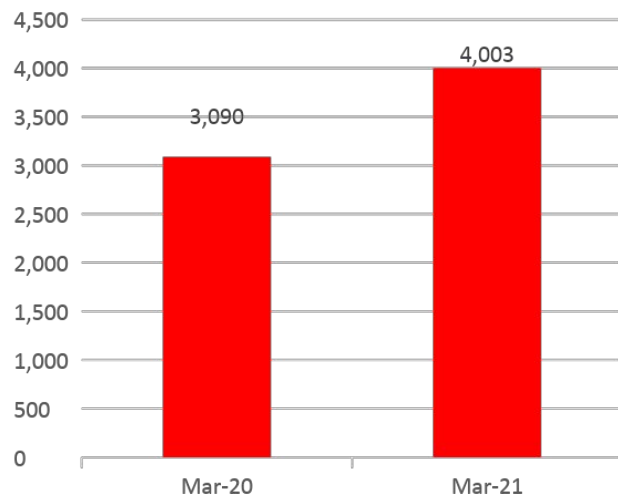
Инвестиции: 20 000 руб.
Оборот: 1 178 627 руб.



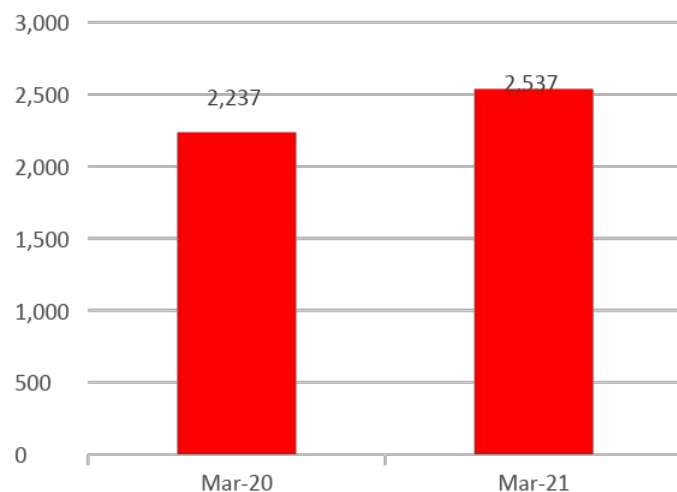
Казахстан

SEO, органический трафик

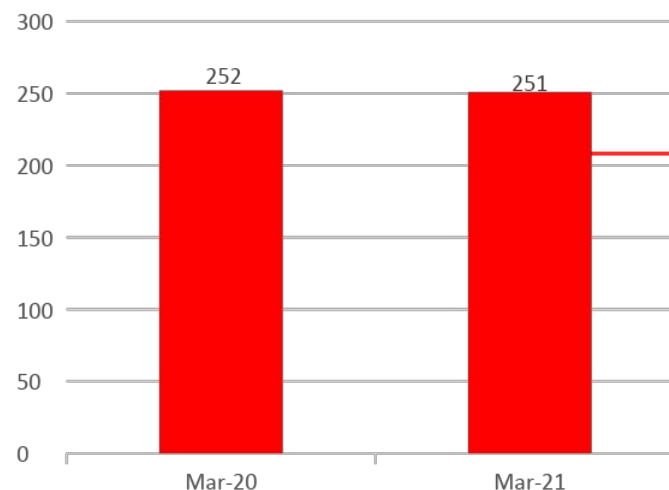
Трафик



Средний чек



Заказы

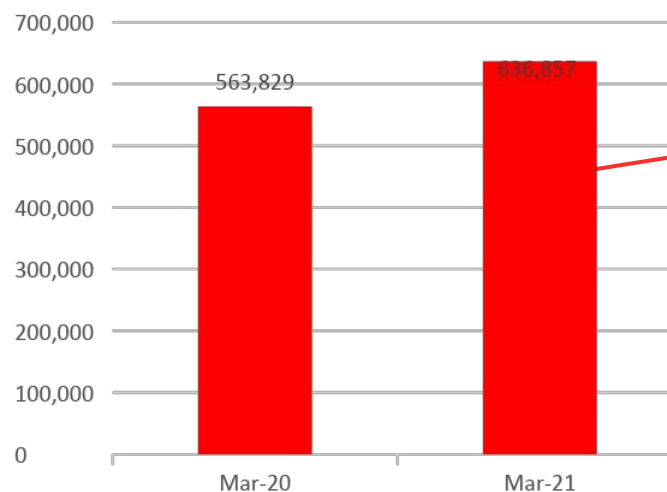


251

заказ

0% YOY
+26% MoM

Доход



636
тысяч рублей

+13% YOY
+35% MoM

Инвестиции: 35 000 руб.
Оборот: 636 857 руб.



Бренд Ёрш

в марте



Общая статистика CPI Ерш

Канал	Инсталлы	Заказы по AF	Бюджет с НДС	Заказы по промокодам	Показы	Клики	CTR	CPI	CPO про AF
Google	1627	265	р.214 764,00	0	386049	7263	1,88%	р.132,00	р.810,43
In-app	2210	721	р.385 200,00	0	0	0	-	174,30	р.534,26
Итого	3837	986	р.599 964,00	0	386 049	7 263	1,88%	156,36	р.608,48

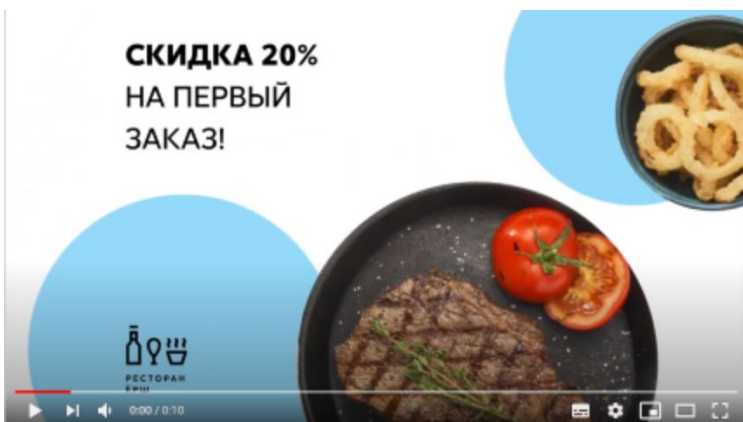
План по установкам выполнен на 100%

- План – 3 837
- Факт – 3 837

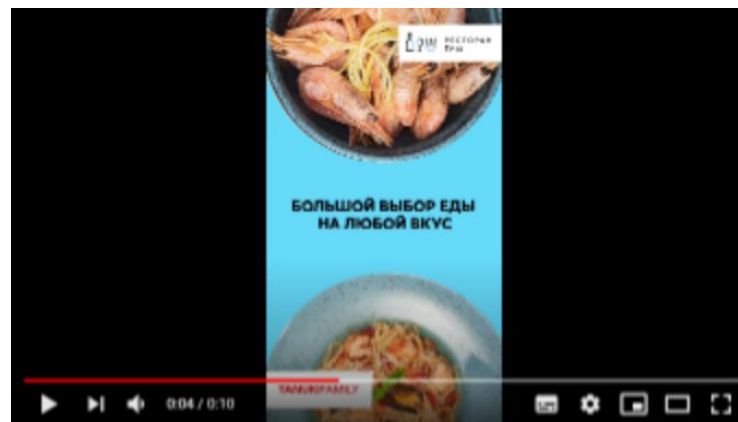
План по бюджету выполнен на 100%

- План – р.599 964,00
- Факт – р..599 964,00

Статистика по креативам в СРІ



Показы - 5
Клики - 0



Показы - 87
Клики - 1
CTR – 1.15%



Показы - 56
Клики - 0

Общая статистика за март в разрезе каналов

Канал		Бюджет с АК и НДС	Показы	Клики	СРС	Заказы в GA	СРО
Яндекс. Директ	Постное меню	11 471,26 р.	16 706	283	40,50 р.	0	-
	Бренд	90 532,51 р.	438 653	5 005	25,83 р.	167	494,18 р.
Google Ads	Постное меню	10 602,54 р.	4679	131	80,93. р.	0	-
	Бренд	31 900,39 р.	5731	1641	19,40 р.	91	350,55 р.
Вконтакте	Постное меню	33 573,01 р.	346 798	472	71,13 р.	-	-
	Рестораны	р.36 426,40	195 782	1 058	р.34,43	-	-
Facebook	Постное меню	р.78 268,96	786 960	950	р.82,39	-	-
	Рестораны	р.51 731,05	575 263	772	р.67,01	-	-
Итого		344 506,13 р.	2 370 572	10 312	33,41 р.	258	1335,3 р.

- С 24 марта в контексте была запущены РК на постное меню;
- 18 марта в таргете были запущены РК на постное меню и на усиление ресторанов;

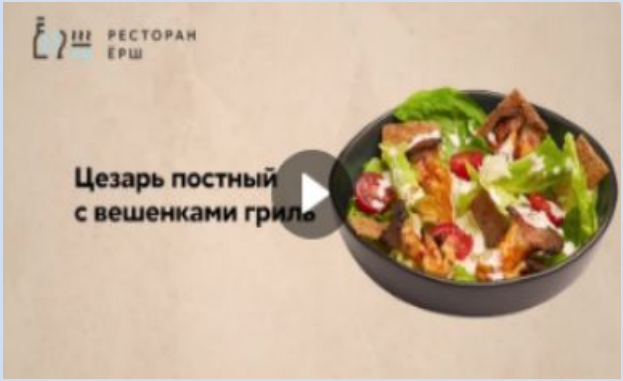
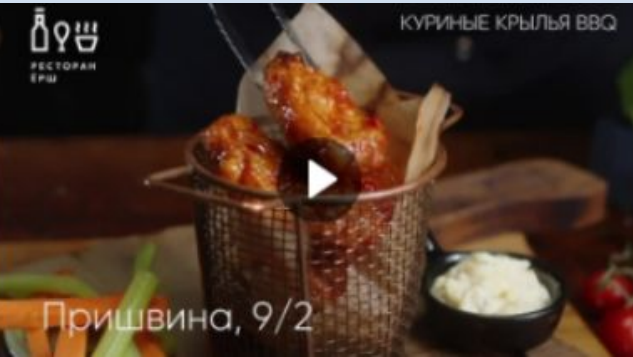
Активные кампании в контексте:

- РК Бренд Поиск и Сети;
- РК на постное меню.

Активные кампании в таргете:

- РК на охват под постное меню;
- РК на охват под усиление отдельно каждого ресторана;
- РК на отдельные рестораны.

Статистика по креативам в таргетированной рекламе

Креатив	Канал	Показы	Клики	CTR	Расход с НДС и АК	CPC
	VK	346 798	472	0,14%	33 573,01 р.	71,13 р.
	FB	786 960	950	0,12%	р.78 268,96	р.82,39
	VK	195 782	1 058	0,54%	р.36 426,40	р.34,43
	FB	575 263	772	0,13%	р.51 731,05	р.67,01

- Вконтакте:
Низкий CPC у ресторанов
Космонавтов - CPC=р.15,55
Пришвина - CPC=р.19,43
- Facebook:
Низкий CPC у ресторанов:
Пришвина - CPC=р.57,44
Перервы - CPC=р.60,25

Проделанные работы по бренду ЁРШ

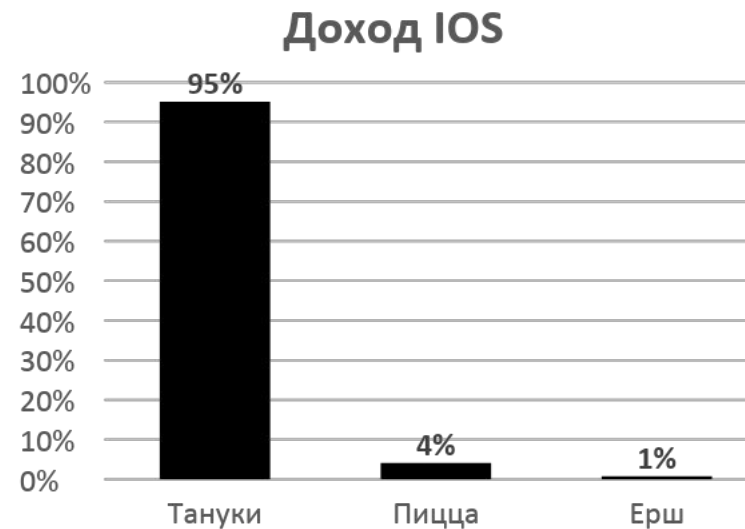
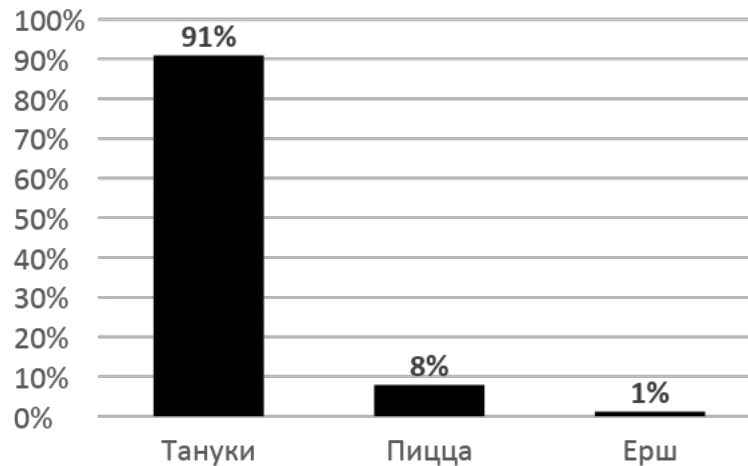
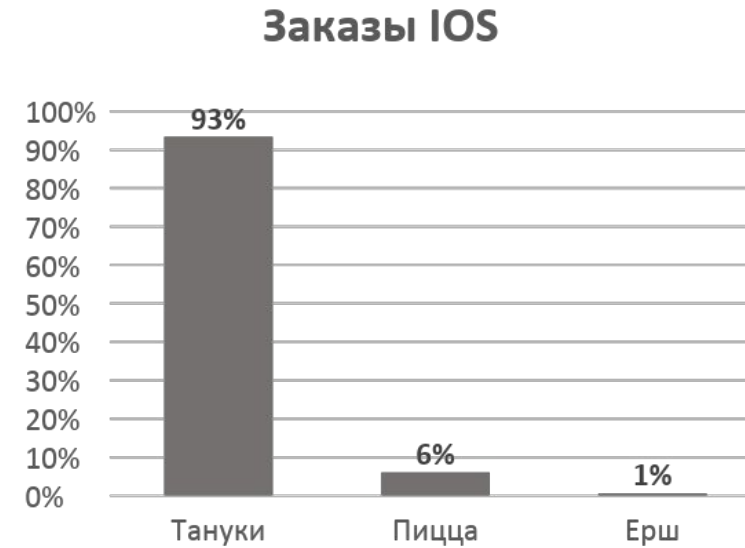
Контекстная реклама:

1. Запуск новых направлений (доставка пиццы и постное меню);
2. Корректировка бюджета;
3. Обновление текстов по текущим размещениям;
4. Корректировки ставки на ключи;
5. Чистка поисковых запросов.

Таргетированная реклама:

1. Запуск РК "постное меню" и усиление ресторанов;
2. Корректировка бюджета в соответствии с результатами по СРС.

Ерш СРІ – Анализ перетекания аудитории по брендам



Едадил (Ёрш)

В марте на данном ресурсе было размещено 3 оффера:

- «-20% на первый заказ»
- «Салат Цезарь в подарок от 990₽»
- «Карбонара от 990₽»

Результат:

23 заказа с общим оборотом 38 534 рубля.

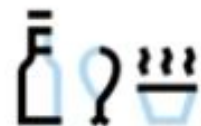
Средний чек составил 1 618 рубля.

Динамика:

+5% к февралю

ROAS = 1 667%

ROI = 1 567%



РЕСТОРАН ЁРШ



Сырные палочки в подарок

При заказе от 990 ₽

Открыть

2ГИС (Ерш)

В марте на данном ресурсе было размещен оффер «Старт сет в подарок» при заказе от 1500₽ и на доставке «Куриные крылышки BBQ в подарок»

Результат:

13 заказов с общим оборотом 120 924 рубля.

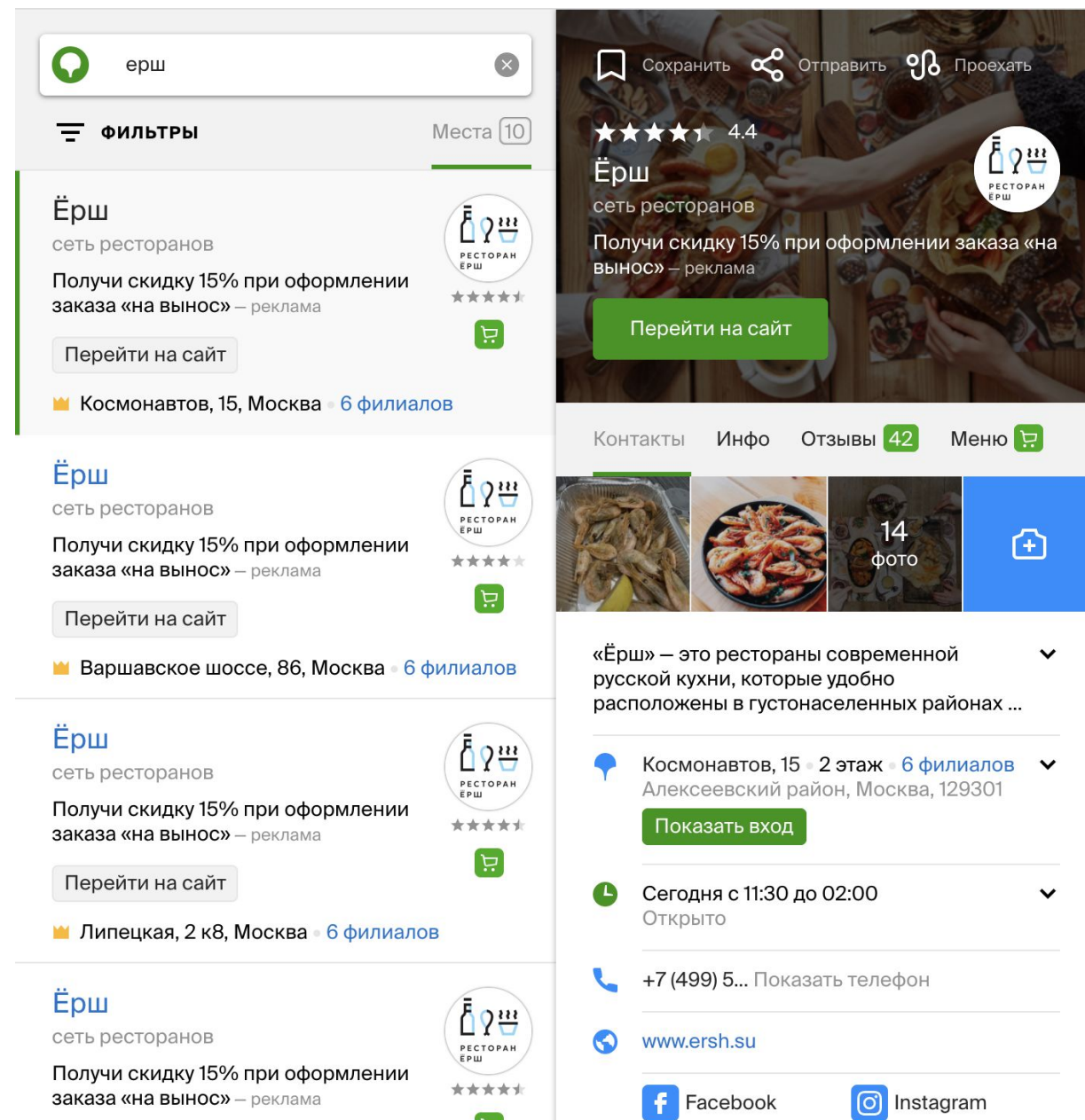
Средний чек составил 9 301 рублей.

Динамика:

-53% к февралю (оффер на скидку в зале не был согласован)

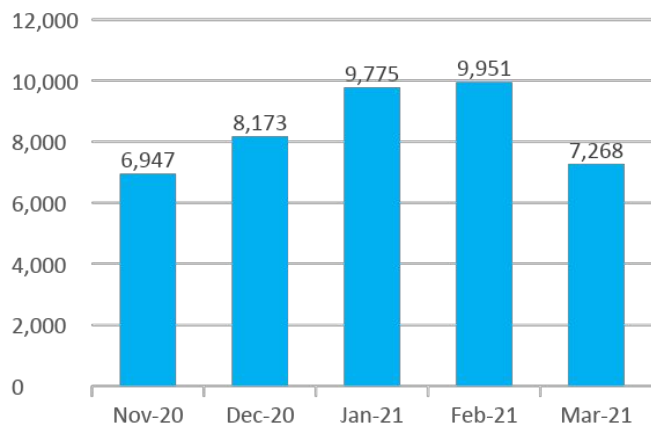
ROAS = 1191%

ROI = 1091%

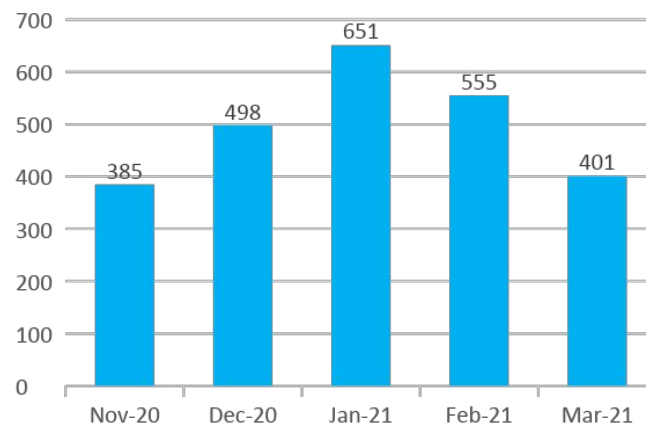


SEO, органический трафик

Трафик



Заказы

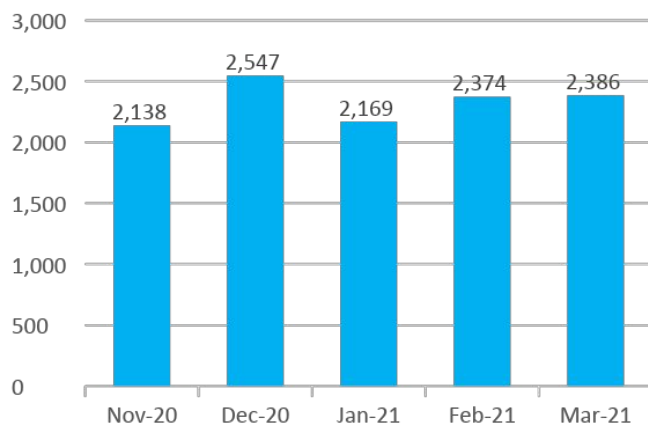


401

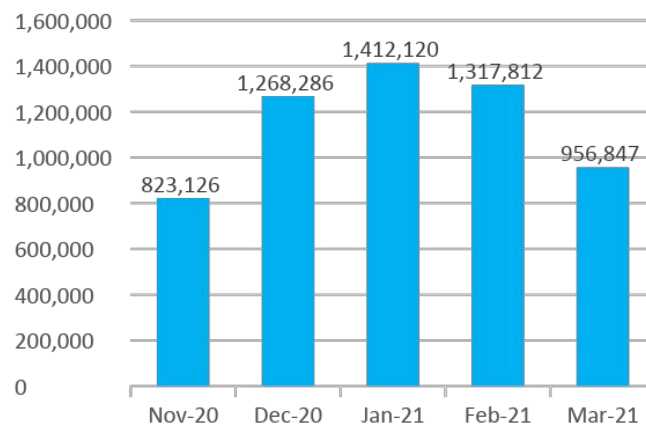
заказ

-28% топ

Средний чек



Доход



956 К

рублей

-27% топ

Инвестиции: 80 000 руб.

Оборот: 956 847 руб.

ИТОГИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ ПО БРЕНДУ ТВОЯ ПИЦЦА В МАРТЕ



**счастье
не купишь,
а пиццу да!**

CPI Твоя Пицца /Статистика по каналам

Канал	Источник	Бюджет с НДС и АК	Инсталлы	Уникальные заказы по AF	Доход по AF	CPI	CAC по AF
CPI новые	Yandex	р.7 044,00	52	14	38 286,00 ₹	р.135,46	р.411,56
	ASA (конкуренты)	р. 121 296	722	321	767 143,80 ₹	р. 168	р. 293,95
	Google Ads	р.153 014,40	924	133	286 393,00 ₹	р.165,60	р.1 022,58
	TikTok	р. 6 912,00	48	0	0,00 ₹	р. 144	0
	In-App	р.3 065 286	18 816	5 019	10 790 850,24 ₹	р.162,90	р.545,42
CPI Ретеншен	Facebook	р.146 400,00	0	244	456 378,00 ₹		р.600
Итого		р.3 353 552,4	20 562	6 813	12 339 051,04 ₹	р.152,9	р.582,14

Твоя пицца // Новые:

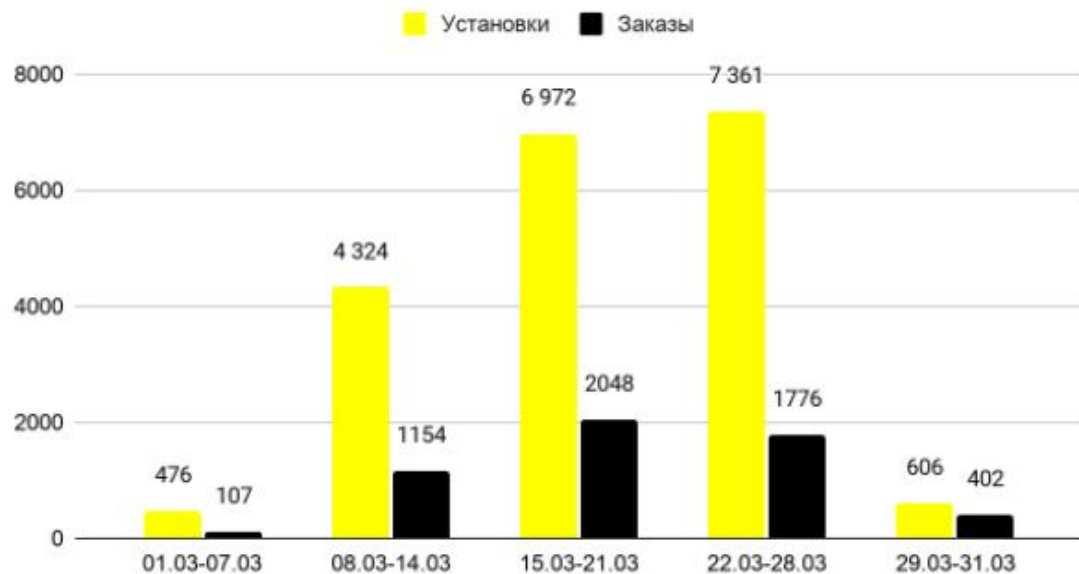
- Запустили каналы с самым низким CPO (ASA, In-app), а также запустили в тест Яндекс и Тикток. По результатам РК из новых источников наилучший результат у Яндекса – средний CAC 411,56 р. и ASA конкуренты CAC 294 р. Рекомендуем в будущих РК использовать данные источники.
- В этом месяце источник Google Ads показал самый низкий конверт, это связано с тем что 3 РК пицца/тануки/ерш сильно конкурируют между собой на аукционе.

Твоя пицца // Ретеншен:

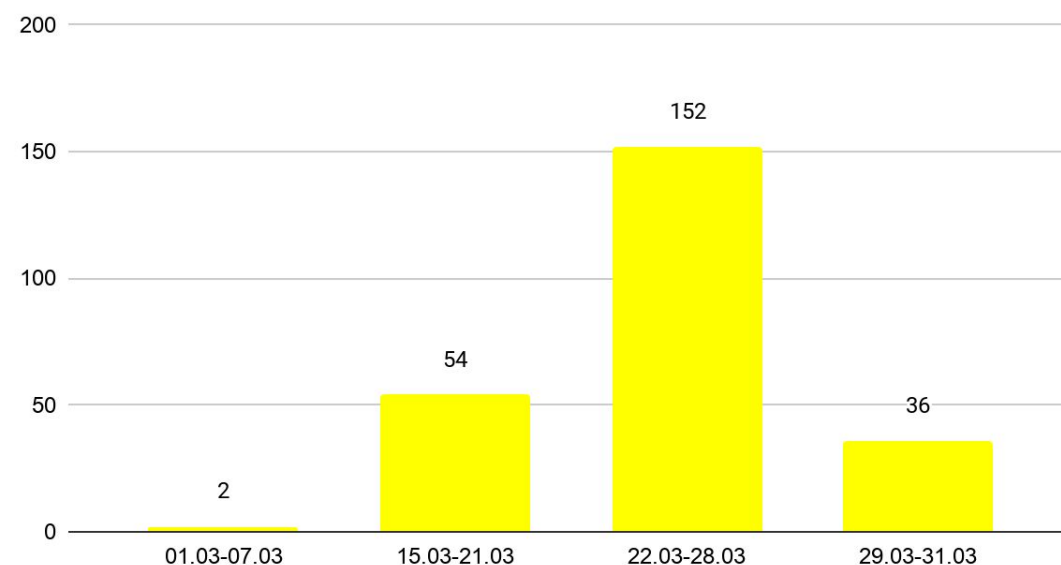
- Для запуска использовали уже хорошо показавший себя канал – Facebook.
- Бренд пиццы становится более узнаваемым.
- Наибольшее количество заказов приведено с 22 по 31.03 – 188.

Мобильное приложение: динамика по неделям

Твоя пицца // Новые клиенты



Твоя пицца // Ретеншен



План по бюджету выполнен **96%**

- План – р.3 499 962
- Факт – р. 3 362 766

План по установкам выполнен на **100%**

- План – 20 547
- Факт – 19 562

Мобильное приложение: статистика по креативам

Наиболее эффективные
креативы (по установкам):



Неудачный
подход



Результаты по таргетированной рекламе Твоя Пицца

Канал	Бюджет с НДС и АК	Клики	Цель "установить приложение"	Заказы по промокодам	Доход по промокодам	CR	CPC	CPA
Таргет ВК	р.266 608,33	10 961	109	10	р.13 208,00	0,99%	р.24,32	р.2 445,95
Таргет FB	р.728 997,67	17 157	1 298	53	р.78 742,00	7,57%	р.42,49	р.561,63
Итого	р.995 606,00	28 118	1 407	63	р.91 950,00	5,00%	р.35,41	р.707,61

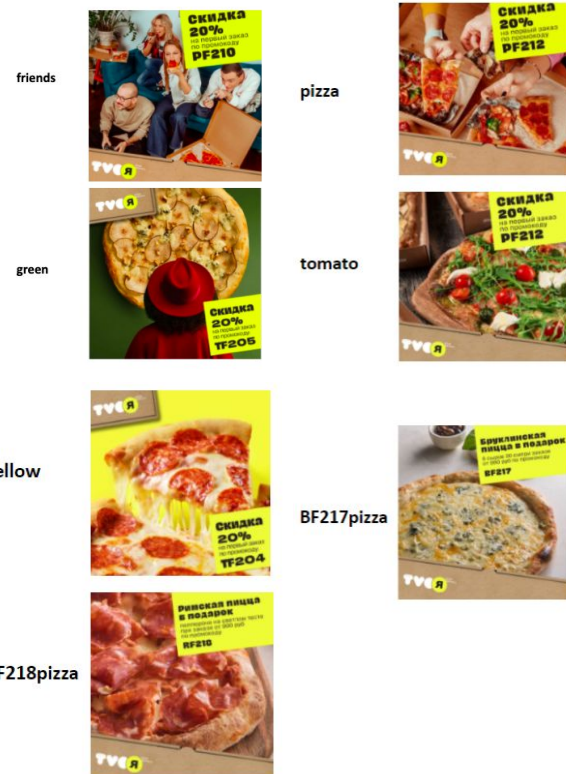
Комментарии:

Facebook:

- Лучше всего себя показывают базы ретаргетинга: CPA=р.417,30
- Основной объем конверсий (635 из 1298) принесла РК с широкими интересами: CPA=р.620,60
- Самые конверсионные интересы: Int-pizzalocalmsk 245 конверсий; CPA=р.523,29 Int-familylocalmsk 101 конверсия; CPA=р.483,83 .
- Креативы: Основные креативы friends, пиесе, pizza (реализовали основную часть бюджета). Выше CTR показывает креатив friends 0,71% и ниже CPA. Креатив pizza тоже показывает высокую конверсию. В его пользу система направила в 1,5 раза больше бюджета, относительно креатива friends.
- Тестово запустили РК по Краснодару. Из общего числа получили 49 конверсий по кнопке на сайте.
- ВК после оптимизации в 1 половине месяца отключили в связи с высоким CPA.

Статистика в разрезе креативов в Таргете

Система	Креатив	Показы	Клики	CTR	Бюджет с НДС и АК	CPC	CR	CPA
Вконтакте	friends	1 015 806	3 680	0,36%	p.89 562,01	p.24,34	0,84%	p.2 889,10
	green	0	0	-	p.0,00	-	-	-
	piece	1 025 083	3 664	0,36%	p.87 378,42	p.23,85	1,04%	p.2 299,43
	pizza	976 817	3 617	0,37%	p.89 667,90	p.24,79	1,08%	p.2 299,18
	yellow	0	0	-	p.0,00	-	-	p.0,00
Всего		3 017 706	10 961	0,36%	p.266 608,33	p.24,32	0,99%	p.2 445,95
Facebook	BF217pizza	7 497	69	0,92%	p.3 007,45	p.43,59	2,90%	p.1 503,72
	friends	357 066	6 049	1,69%	p.191 292,51	p.31,62	7,67%	p.412,27
	green	4 151	24	0,58%	p.963,35	p.40,14	25,00%	p.160,56
	piece	761 888	4 737	0,62%	p.210 931,04	p.44,53	7,54%	p.590,84
	pizza	988 908	6 166	0,62%	p.315 085,04	p.51,10	7,44%	p.686,46
	RF218pizza	21 036	89	0,42%	p.6 765,60	p.76,02	8,99%	p.845,70
	tomato	383	6	1,57%	p.175,84	p.29,31	0,00%	-
	yellow	4 586	17	0,37%	p.776,84	p.45,70	11,76%	p.388,42
Всего		2 145 515	17 157	0,80%	p.728 997,67	p.42,49	7,57%	p.561,63
Итого		5 163 221	28 118	0,54%	p.995 606,00	p.35,41	5,00%	p.707,61



Статистика в разрезе креативов в Таргете

friends



green



tomato



yellow



RF218pizza



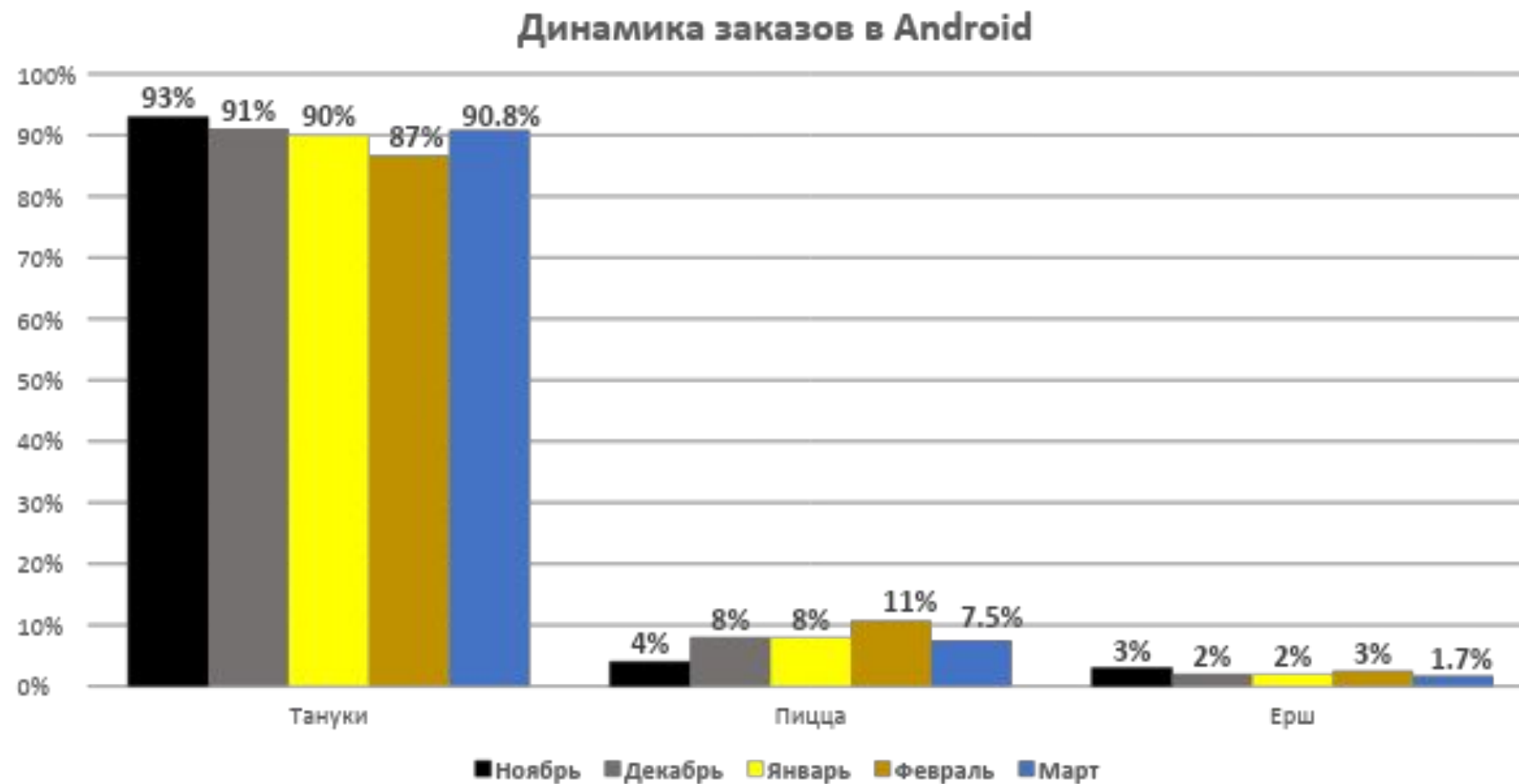
BF217pizza



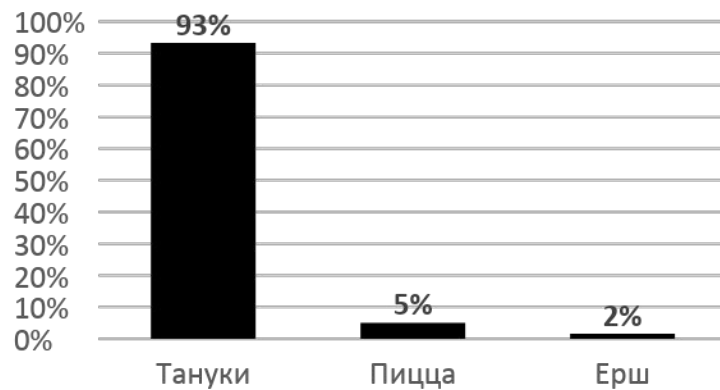
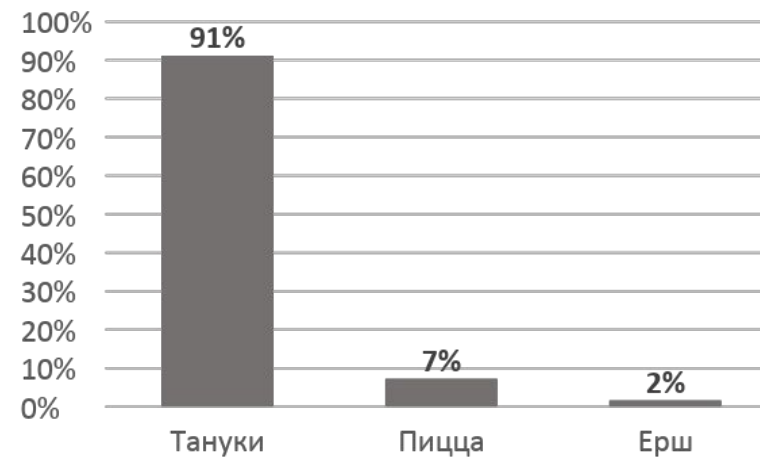
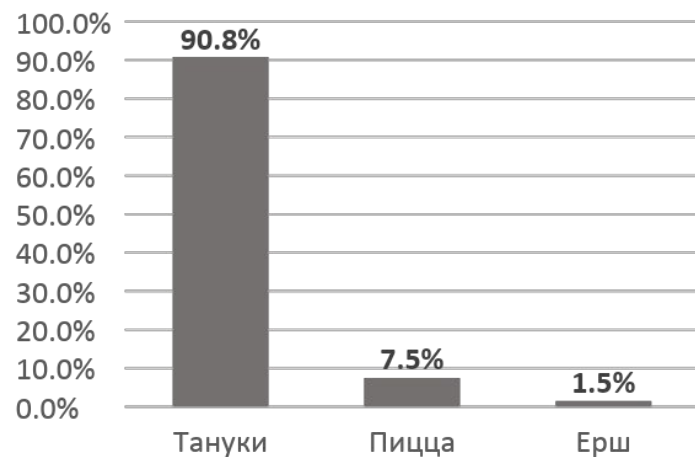
pizza



Твоя Пицца СРІ – Динамика по месяцам в разрезе брендов



Твоя Пицца СРІ – Анализ перетекания аудитории по брендам



Видеоролик // Флайт с 19 по 31 марта

Вводные по старту РК:

- Бюджет - 900.000 р.
- Период 19.03-31.03
- Гео: Москва и МО,
- Каналы и форматы:
- DV360 - TrueView In-Stream, Trueview for action



Название кампании	Бюджет с НДС и АК	Охват	Показы	Клики	CTR	CPC
Видео	900.000 р.	857 712	1 157 911	6 801	0,59%	132,33р.

Статистика в разрезе план/факт

Ролик	Trueview instream			Trueview for action		
План\Факт	План	Факт	Отклонение	План	Факт	Отклонение
Revenue	600 000,00 ₽	599 950,43 ₽	0,0%	290 000,00 ₽	289 953,98 ₽	0,0%
TrueView: Revenue eCPV	0,55 ₽	0,64 ₽	17,2%	2,00 ₽	1,96 ₽	-1,8%
Показы	-	2 054 731	-	-	567 227	-
Просмотры	909 091	930 529	2,4%	120 833	123 061	1,8%
VTR	-	45%	-	-	22%	21,7%
CTR	0,25%	0,4%	0,11%	1,5%	2,9%	1,4%
Охват	-	1 075 865	-	-	389 338	-
CPU	-	0,56 ₽	-	-	0,62 ₽	-
Частота	1,35	1,91	41,5%	1,35	1,46	8,1%

	Trueview instream			Trueview for action		
Интересы	VTR	CTR	CPV	VTR	CTR	CPV
Affinity	43,253%	0,396%	0,52 ₽	22,406%	2,299%	2,07 ₽
CAF	47,577%	0,254%	0,56 ₽			
CINT	30,337%	0,770%	0,58 ₽	19,744%	4,960%	2,12 ₽
Email	46,667%	0,000%	0,51 ₽	23,133%	0,364%	2,56 ₽
In-market	46,241%	0,521%	0,52 ₽	20,631%	3,177%	1,74 ₽
Retargeting-site	26,163%	6,072%	0,52 ₽	25,532%	8,858%	2,48 ₽
Просмотревшие ролики	48,934%	0,202%	0,55 ₽			

- По итогам флайта прогнозная частота оказалась ниже фактической, но не превышает плановых значений.
- Достигли отличных показателей по кликабельности в формате , Trueview for action, CTR выше на 1,4 пункта, что дало сравнительно низкую стоимость клика.
- По кликабельности лучше всех отработал ремаркетинг с сайта и кастом интент по ключам.

Perfluence, (Твоя)

В марте продлены рекламные размещения через сервисы Perfluence и Gettbloggers. Дарили римскую Пепперони на светлом и сырные палочки общей стоимостью 780 рублей при заказе от 990 рублей.

Результат:

1697 заказов с общим оборотом 2 187 263 рубля.

Средний чек составил 1 289 рублей.

Динамика:

-31% к февралю (в связи с отсутствием бюджета на Gettblogger)

ROAS = 1000%

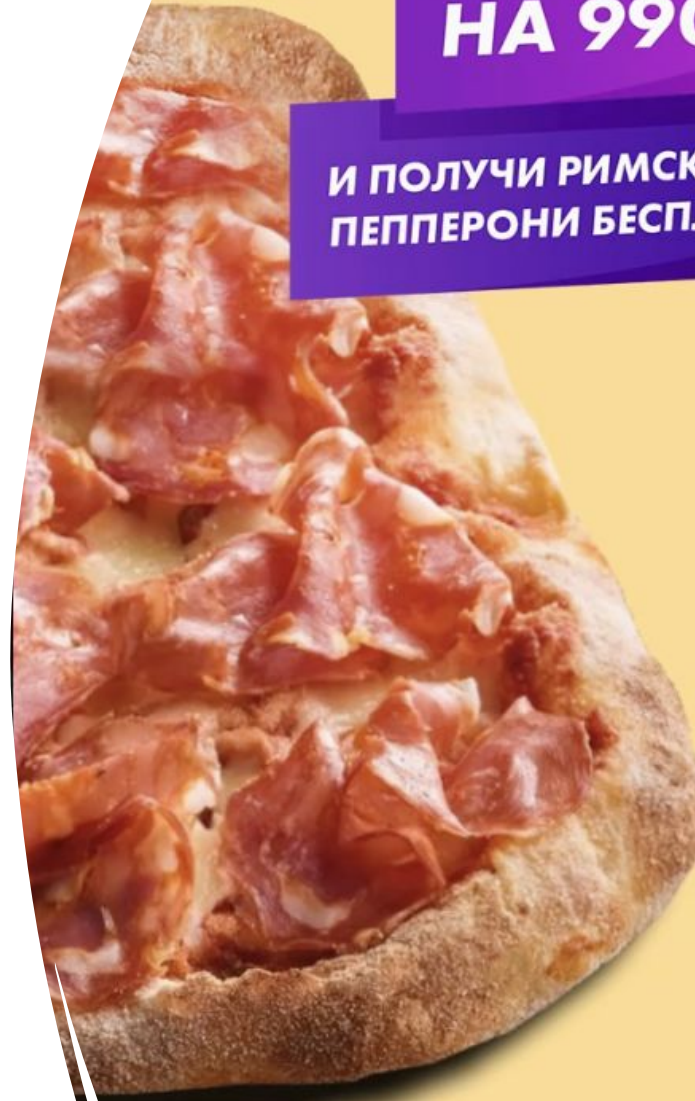
ROI = 900%

**ЗАКАЖИ
НА 990 РУБЛЕЙ**

**И ПОЛУЧИ РИМСКУЮ ПИЦЦУ
ПЕППЕРОНИ БЕСПЛАТНО**



**СЫРНЫЕ
ПАЛОЧКИ
В ПОДАРОК**



ПО ПРОМОКОДУ

Едадил (Твоя)

В марте на данном ресурсе было размещено 3 оффера:

- «20% на первый заказ»
- «Шесть сыров в подарок от 990₽»
- «Римская мясная в подарок от 990₽»

Результат:

560 заказов с общим оборотом 766 383 рубля.

Средний чек составил 1 325 рублей.

Динамика:

+164% к февралю

ROAS = 1 667%

ROI = 1 567%



ТВОЯ ПИЦЦА



Римская пицца маргарита в подарок

При заказе от 990 ₽

Открыть

ТВОЯ ПИЦЦА КРАСНОДАР



**счастье
не купишь,
а пиццу да!**

Краснодар. Таргетированная реклама

VK:

Бюджет: 28 645,01 р.

Клики: 1 124

CTR: 0,39%

Конверсии: 7

CR: 0,62%

CPA: 4 092,14 р.

Facebook:

Бюджет: 32 479,78 р.

Клики: 627

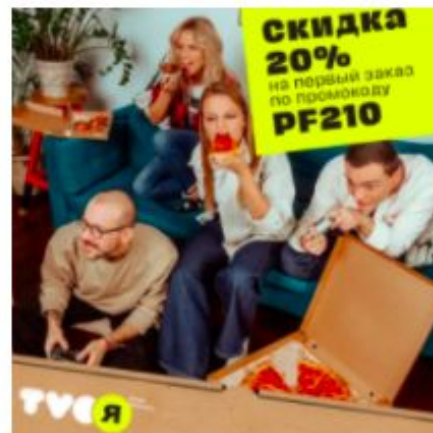
CTR: 0,52%

Конверсии: 42

CR: 6,7%

CPA: 773,3 р.

friends



tomato



green



yellow



Краснодар. СРІ

Канал	Источник	Неделя	Бюджет с НДС и АК	Инсталлы	Заказы СРІ по АF	Доход по АF СРІ	Заказы по промокодам	Доход по промокодам	СРІ	СРО по АF	СРО по промокод
СРІ новые	Google Ads	15.03-21.03	р.1 324,80	8	0	р.0,00	0	р.0,00	р.165,60		-
		22.03-28.03	р.3 974,40	24	0	р.0,00	0	р.0,00	р.165,60		-
		29.03-31.03	р.1 159,20	7	1	р.5 356,00	0	р.0,00	р.165,60	р.1 159,20	-
	Всего (Google Ads)		р.6 458,40	39	1	р.5 356,00	0	р.0,00	р.165,60	р.6 458,40	-
	In-App	22.03-28.03	р.2 520,00	14	3	р.15 260,00	0	р.0,00	р.180,00	р.840,00	-
	Всего (In-App)		р.2 520,00	14	3	р.15 260,00	0	р.0,00	р.180,00	р.840,00	-
Итого			р.8 978,40	53	4	р.20 616,00	0	р.0,00	р.169,40	р.2 244,60	-

Наиболее эффективные креативы (по установкам):



Бюджет: 8 978,40р.

Инсталлов: 53

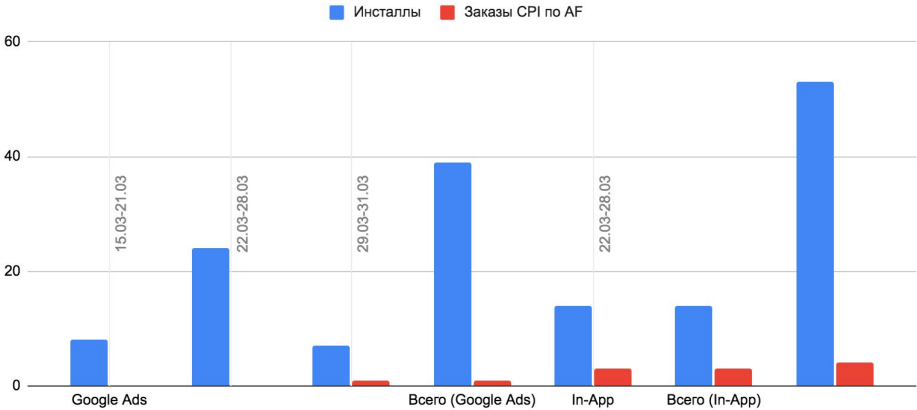
Заказов: 4

Оборот: 20 616 рублей

ROI: 129%

Вывод: Рекламные кампании разгоняются.

Клиентам не хватает знания бренда.



sms. Краснодар

С 30 марта по 9 апреля отправили 17 522 смс по клиентам Тануки в Краснодаре, которые не покупали Пиццу, с анонсом открытия доставки пиццы и промокодом на первый заказ.

Отправлено смс: 17 522

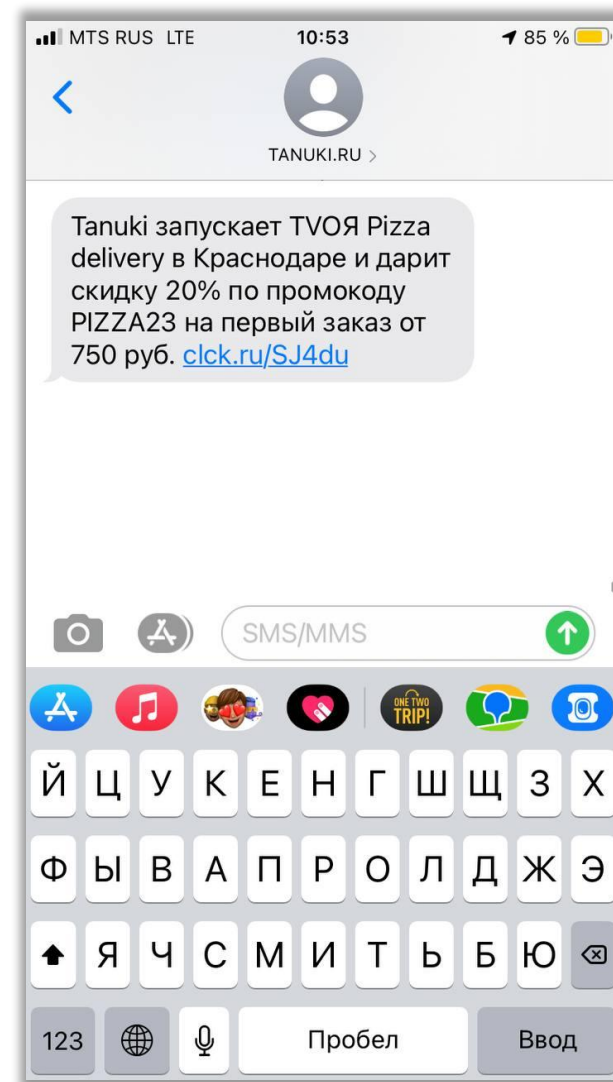
Бюджет: 73 171 руб

Заказов по промокоду: 31

Оборот: 37 881 рублей

ROI: -48%

Вывод: смс по клиентам Тануки – не рентабельны.



Краснодар. Перфлюенс, гетблоггерс, едадил.

Размещаемся на площадках, которые ориентированы не на охват, а на заказы – Перфлюенс, Гетблоггерс, Едадил.

Заказов по промокодам: 9

Оборот: 11 870 рублей

Бюджет: 1 187 руб

ROI: 900%

Вывод: пока заказов не очень много, людям требуется время, чтобы узнать бренд.

