

Привлечение аудитории
на открытие центра
дизайна кухонь
в МЦ «4 Комнаты»

г. Рязань

Вводные данные

привлечь как можно больше посетителей и потенциальных покупателей в МЦ на открытие экспозиции кухонь.

Клиент

Мебельный центр
«4 Комнаты»
(г. Рязань)

Аудитория

Женщины
20-60 лет
Рязань и Рязанская область

Задачи

Информировать
Привлечь внимание
Удержать аудиторию

Подготовка

Видеоролики с приглашением
на мероприятие от спикеров фестиваля
Изображения с фотографиями
спикеров фестиваля
Изображения с подарками
для конкурсов

Интересы

покупка новостроек
покупка вторичной недвижимости
мебель и интерьер
строительство и ремонт.

Ход рекламной кампании

- Мы запустили несколько рекламных кампаний в соц. сетях:



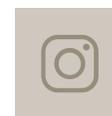
Одноклассники



Вконтакте



Facebook



Instagram

- По итогам тестовой недели мы потратили:



- Запустили рекламную кампанию в Яндекс.Директ
 - Запустили e-mail рассылку

Вывод:

Судя по глубине просмотра и проценту отказов, Вконтакте, не давало нам целевого трафика, заинтересованного в получении информации о торговом центре. Следующим шагом стала проверка Facebook и Instagram на возможность снизить стоимость за клик с последующим отключением более дорогостоящего канала привлечения ЦА на сайт. Удивила степень вовлеченности в Одноклассниках, было принято решение сконцентрировать внимание на них.

Instagram

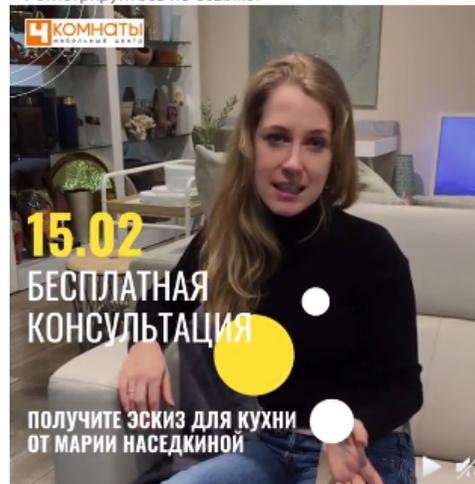
4 Максимальные скидки

Скидки в каждом из салонов МЦ «4 комнаты» только 15.02 и розыгрыш призов за регистрацию!



4 Бесплатная консультация

Рязань, мебельный центр «4 комнаты». Регистрируйтесь по ссылке.



Призы за регистрацию!

[ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ](#)

4 Любите готовить? 18+

15.02 на открытии «Центра дизайна кухонь» мастер-класс с дегустацией итальянской кухни!



4 Пряники

Большой праздник для всей семьи с подарками, мастер-классами и вкусными угощениями!



Примеры рекламных объявлений

Конкурсы



Флористы

Ваш пост с цветами соберет 1000 лайков!



Розыгрыш призов по ссылке
15 февраля в МЦ «4 комнаты»

[Зарегистрироваться](#)



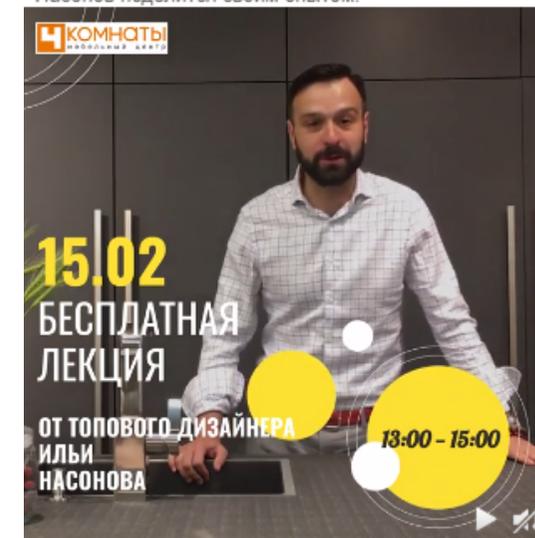
Запускаем конкурс!

Возможно, кастрюли Taler ждут именно вас. Розыгрыш среди зарегистрировавшихся до 15.02



Бесплатная лекция

Маленькая кухня? Московский дизайнер Илья Насонов поделится своим опытом.



Призы за регистрацию!

[ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ](#)

Примеры рекламных объявлений:

Конкурсные активности на мероприятиях в будущем следует ограничивать 1-2 конкурсами, не более, чтобы не терялся фокус внимания.

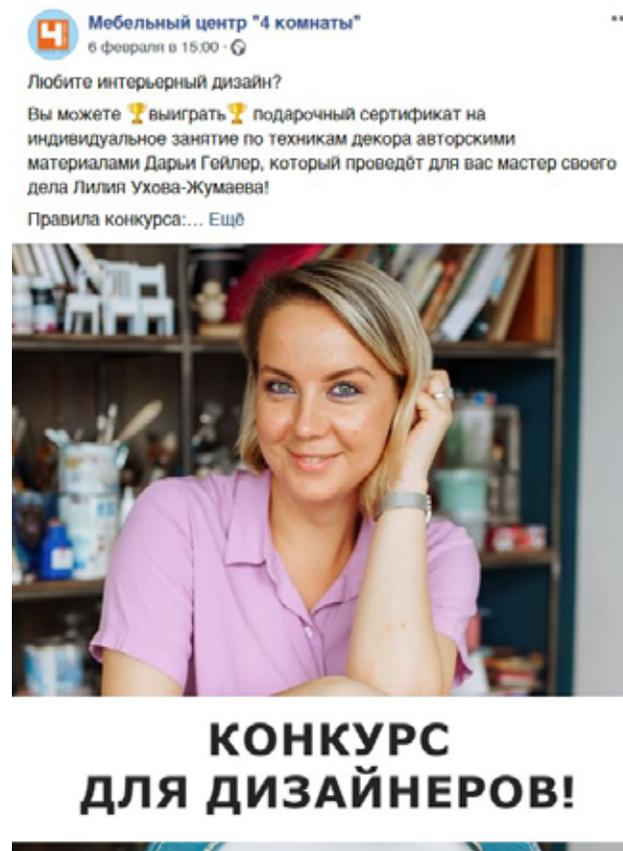
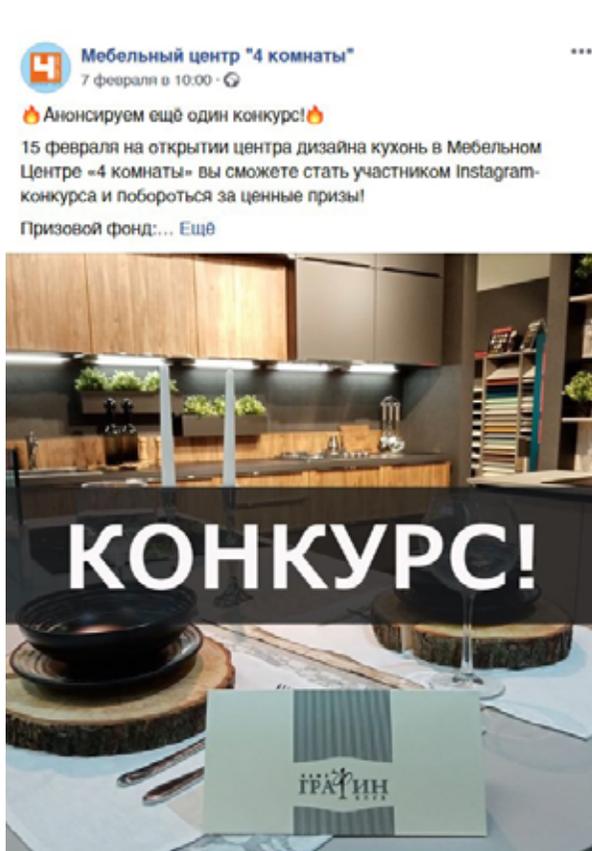
+ ЦА в меньшей степени представлена в Instagram, у многих посетителей его даже не было.

Instagram / Facebook

<input type="checkbox"/>		Название группы объявлений	Статус показа	Цена за результат	Результат	Плата за клик (все)	Потраченная сумма	Охват	Частота	Показы	Клики (все)	Кликабельность	CPM (цена за 1 000 показов)
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Instagram Лента + Интересное - Дизайнеры 2	● Показ кампани	54,07 р. За клик по сс...	5 Клики ...	16,90 р.	270,37 р.	3 019	1,05	3 172	16	0,16%	85,24 р.
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Facebook Лента - Дизайнеры 2	● Показ кампани	37,61 р. За клик по сс...	12 Клики ...	14,11 р.	451,37 р.	910	2,45	2 227	32	0,54%	202,68 р.
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Instagram Сторис - ГЕО ВСЕ	● Показ кампани	35,58 р. За клик по сс...	29 Клики ...	24,57 р.	1 031,84 р.	11 436	1,27	14 572	42	0,20%	70,81 р.
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Instagram Лента + Интересное - ГЕО ВСЕ	● Показ кампани	19,21 р. За клик по сс...	47 Клики ...	14,80 р.	902,99 р.	11 812	1,16	13 667	61	0,34%	66,07 р.
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Facebook Лента - ГЕО ВСЕ	● Показ кампани	22,10 р. За клик по сс...	25 Клики ...	12,01 р.	552,58 р.	1 675	1,69	2 839	46	0,88%	194,64 р.
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Instagram Лента - БАЗА EMAIL	● Показ кампани	13,67 р. За клик по сс...	8 Клики ...	9,94 р.	109,32 р.	91	3,30	300	11	2,67%	364,40 р.
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Facebook Лента - На мам	● Показ кампани	24,62 р. За клик по сс...	17 Клики ...	16,74 р.	418,61 р.	786	2,80	2 198	25	0,77%	190,45 р.
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Facebook Лента - Флорист Ж	● Показ кампани	22,93 р. За клик по сс...	18 Клики ...	9,60 р.	412,69 р.	1 297	1,63	2 114	43	0,85%	195,22 р.
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Facebook Лента - ГЕО Ж	● Показ кампани	32,60 р. За клик по сс...	54 Клики ...	18,34 р.	1 760,51 р.	2 890	3,35	9 677	96	0,56%	181,93 р.
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Instagram Лента - Флорист Ж	● Показ кампани	19,86 р. За клик по сс...	127 Клики ...	15,01 р.	2 522,40 р.	8 188	1,65	13 473	168	0,94%	187,22 р.
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Instagram Лента - ГЕО Ж	● Показ кампани	21,95 р. За клик по сс...	199 Клики ...	14,65 р.	4 367,17 р.	14 332	2,01	28 813	298	0,69%	151,57 р.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Facebook Лента - БАЗА EMAIL	○ Выключено	— За клик по сс...	— Клик п...	—	0,00 р.	—	—	—	—	—	—
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Facebook Лента - Дизайнеры	○ Выключено	23,02 р.	7	14,65 р.	161,11 р.	538	2,41	1 294	11	0,54%	124,51 р.
		> Результаты, число групп объявлений: 11		23,51 р. За клик по сс...	594 Клики п...	15,10 р. За клик	13 963,79 р. Всего потрач...	42 856 Пользо...	2,52 За поль...	108 201 Всего	925 Всего	0,55% За показы	129,05 р. За 1 000 показов

Скриншоты из рекламного кабинета. Рекламные кампании после теста.

Facebook



Скриншоты примеров постов

Вконтакте

<input type="checkbox"/>	4 комнаты 15 февраля - трафик	■	Не задан	Не задан	5 060.03 P	96 141	122	0.127 %	41.47 P
<input type="checkbox"/>	4 комнаты 15 февраля - видео	■	Не задан	Не задан	275.00 P	9 443	18	0.191 %	15.27 P
<input type="checkbox"/>	4 комнаты - Ретаргет Сайт	■	Не задан	4 418 P	2 903.79 P	16 149	84	0.520 %	34.56 P
<input type="checkbox"/>	4 комнаты - Ретаргет ЖК	■	Не задан	Не задан	2 326.62 P	43 278	57	0.132 %	40.81 P

Скриншот из рекламного кабинета

Во ВКонтакте таргет настраивался:

отдельно по участникам
групп дизайнеров

по ЖК

ретаргет с сайта
www.4komnati.ru

Одноклассники

<input type="checkbox"/>	Название кампании ?	Настройки ?	ID ?	Показы ?	Клики ?	Расход Р ?	CTR, % ?	CPC, Р ?	eCPM, Р ?	Прирост охвата ?	На начало периода ?	На конец периода ?	Частота на конец периода ?
<input checked="" type="checkbox"/>	Итого:			238 459	1 151	12 472,50	0,483	10,84	52,30	—	—	—	—
<input type="checkbox"/>	МК Флористы	⚙	233...	1 325	1	9,90	0,075	9,90	7,47	702	0	702	1,89
<input type="checkbox"/>	МК Пряники	⚙	233...	56 224	149	1 400,00	0,265	9,40	24,90	23 407	0	23 407	2,40
<input type="checkbox"/>	Максимальные скидки	⚙	233...	18 517	35	1 000,00	0,189	28,57	54,00	7 637	0	7 637	2,42
<input type="checkbox"/>	Наседкина - Видео - Ж	⚙	233...	50 214	321	3 632,00	0,639	11,31	72,33	27 472	0	27 472	1,83
<input type="checkbox"/>	Призы за регистрацию	⚙	233...	31 870	100	1 000,00	0,314	10,00	31,38	13 740	0	13 740	2,32
<input type="checkbox"/>	Насонов - Видео - М	⚙	232...	22 166	100	994,60	0,451	9,95	44,87	12 873	0	12 873	1,72
<input type="checkbox"/>	Насонов - Видео - Ж	⚙	232...	58 143	445	4 436,00	0,765	9,97	76,29	31 226	0	31 226	1,86

Скриншот из рекламного кабинета

С точки зрения таргетинга:

- Хорошо отработала реклама в **MyTarget (Одноклассники)**. При более неспешной настройке (мы подключили этот канал позже остальных), он может давать по вашей ЦА отличные результаты.
- Аудитория в этой сети не так сильно избалована хорошей рекламой + система обладает подходящими вам настройками по сегментации. Например, в прошедшей РК я использовал такие сегмента как "интересующиеся в недавнем времени покупкой мебели", "покупкой квартиры" и т.п.

Эффективность настроек РК

Яндекс. Метрика				
Источник	Визиты	Отказы	Глубина	Время на сайте
Вконтакте	194	22,2%	1,72	3:00
Facebook	115	29,6%	1,17	0:51
Instagram	430	21,4%	1,34	0:51
MyTarget	778	45,0%	1,34	0:27
Директ	192	39,1 %	1,37	1:00
Рассылка	15	26,7%	1,13	0:23
СУММА	1724	29,0%	1,345	1:05

Креатив	Визиты	Отказы	Глубина	Время на сайте
Максимальные скидки	346	24,60%	1,59	1:07
Видео Насонова	368	36,10%	1,33	1:33
Видео Наседкиной	229	39%	1,28	2:41
Мастер-класс для флористов	161	21,70%	1,1	0:52
Мастер-класс для детей	131	44,30%	1,19	0:46
Розыгрыш за регистрацию	117	42,70%	1,26	0:33
Кулинарный мастер-класс	40	47,50%	1,25	0:17
Конкурс дизайнеров	74	28,20%	1,84	2:29
Наседкина. Статика	23	26,10%	1,3	0:29
Сторис с Насоновым	11	27,30%	1,18	1:05
Сторис с Наседкиной	8	50%	2,38	1:16
Насонов. Статика	7	42,90%	1,14	0:26
Конкурс на фотозоне	2	50%	1	0:08

Из таблиц видно, что **основной трафик идет из Одноклассников**
 Самые эффективные креативы: консультации дизайнеров и скидки.

Яндекс. Директ



Директ - стабильно работающий инструмент.
Ему нужно уделять время и бюджет,
и при грамотной работе он будет давать результаты.

Показы	Клики	CTR (%)	Потрачено	eCPC
83488	225	0,27	2093,77	9,31

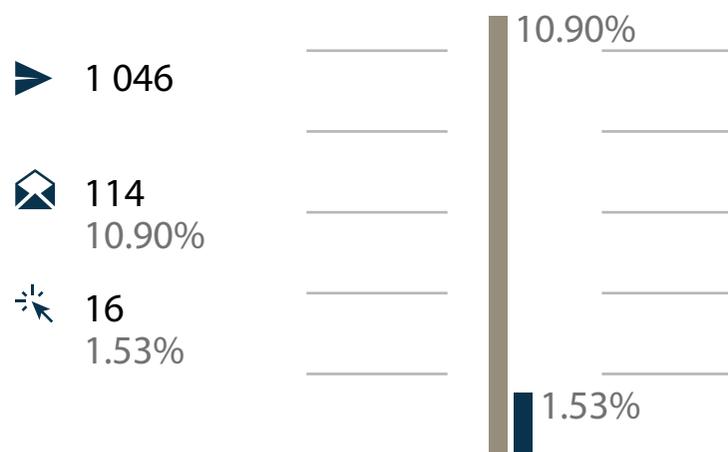
E-mail рассылка

Email рассылка - как дополнительный инструмент информационного воздействия.

Результаты спорные, статистика открытий прошедшей РК говорящая.

Возможно, если бы база для рассылки была сформирована из профессиональной аудитории и, что немаловажно, получатели рассылки были "приучены" к такому подходу в получении информации - цифры были бы выше.

Отправлено	Доставлено	Прочитано	Переходов	Потрачено	eCPC
1144	1046	114	16	3500	218,75



Итоги и результат



Всего мероприятие посетило
750 человек



Средний чек
50500 руб.



Выдано подарков за покупку
49 шт



Средняя стоимость
пришедшего человека
93 руб.

Всего потрачено на рекламную кампанию:
64 246 рублей (с учетом НДС).

Рекомендации

- По ведению страниц - следует делать акцент на **ВКонтакте** и **Одноклассниках**.
- Пример отзыва о мероприятии в ВК: https://vk.com/wall314383897_172



комплексный маркетинг

8 800 700 90 74

www.advpatron.ru