

Социальные сети – one love: всегда ли верно?

Виталий Мозговой
Руководитель группы перформанс медиа отдела

trafficisobar

В НАЧАЛЕ БЫЛИ КРІ






















КАК ВЫГЛЯДИТ ВЕСЬ ПРОЦЕСС



ОПРЕДЕЛЕНИЕ КРІ

Для каждого типа РК мы определяем КРІ, исходя из которых подбираем площадки, объемы и форматы для размещения.

Каждая метрика имеет разный вес для разных типов РК.

| | Медиа | Отклик | Финансовая | Сейлз | Вовлечен-ть | Привлек-ть |
|------------------|---|---|---|---|---|---|
| Имиджевая |  |  |  |  |  |   |
| Тактическая |  |  |  |  |  |  |
| Поддержка промо |  |  |  |  |  |  |
| Трафикогенерация |  |  |  |  |  |  |
| E-commerce |  |  |  |  |  |  |



Очень важно



Незначительно

ТРИ ГЛАВНЫХ СЛОВА

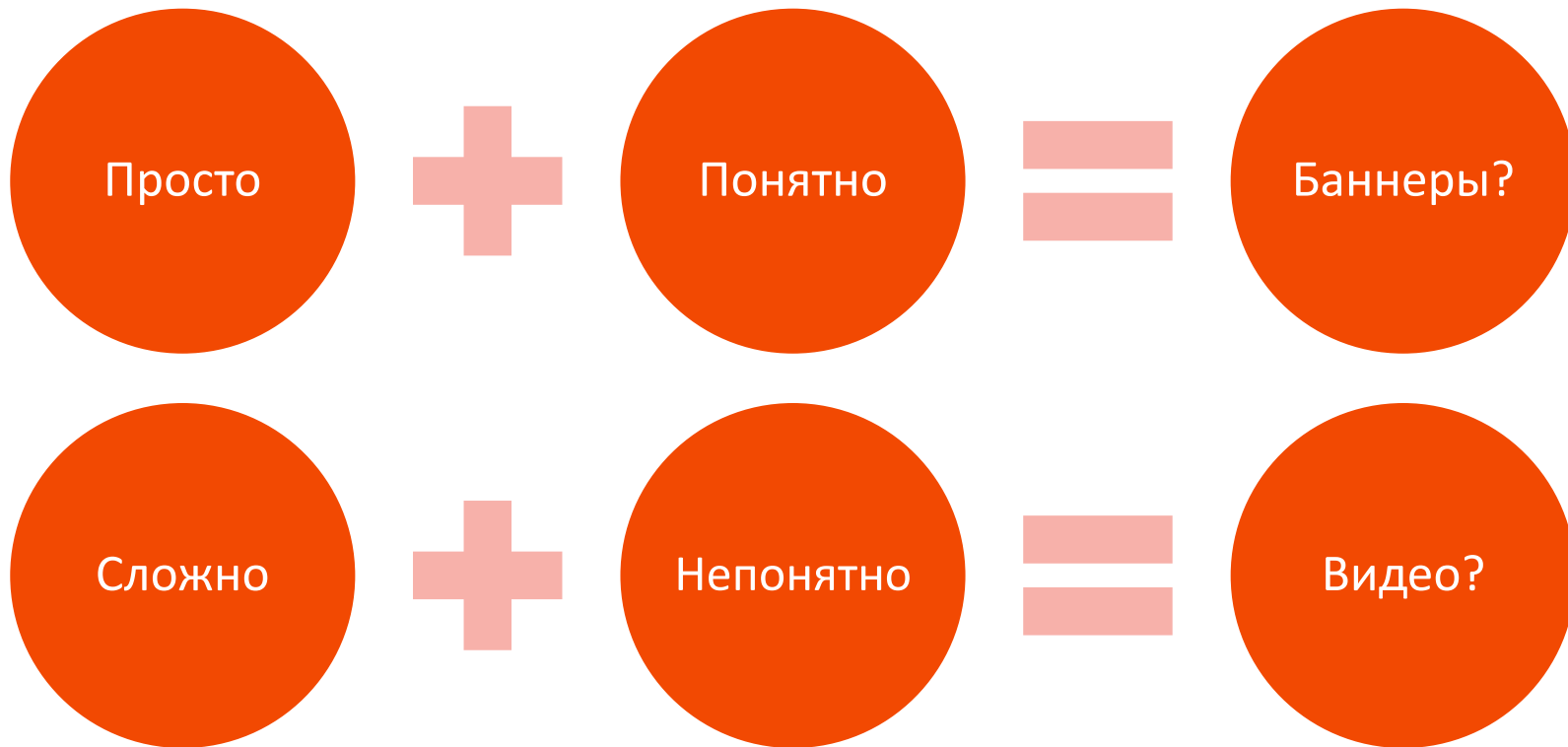
ЧТО?

КОМУ?

ГДЕ?

ЧТО? ОБЪЕКТ РЕКЛАМЫ.

КАК ЛУЧШЕ ПОКАЗАТЬ ОБЪЕКТ\АКЦИЮ?



ПРЕДСТАВИМ, ЧТО ОБЪЕКТ - ЭТО

СРЕДСТВО ОТ ВАРИКОЗА



ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ? =)

КОМУ? НАША АУДИТОРИЯ.

КАК ВАРИАНТ



Девушки на каблуках

ЕЩЕ ВАРИАНТ, ВАРИАНТ, ВАРИАНТ



Бодибилдеры



Молодые мамы



Девочки постарше

ГДЕ? МЕСТА ОБИТАНИЯ.

ГДЕ НАМ ИХ ИСКАТЬ?

девочки на
каблуках

- завсегда и клубов и дискотек (локальное гео в нерабочее время и выходные), бьюти группы в вк instagram, фешн сайты и т.д.

молодые мамы

- таргетинг по группам, локальное гео по детским садикам, «мамские» сайты, интересы в программатике, интересы и тематика в рся и гдн.

те, кто лечат

- форумы, медицинские сайты, соц. сети (парсинг с помощью сканнерс по тому, что пишут на стенах), контекст в конце концов=)

бодибилдеры

- группы в вк, ютуб, локальное гео по фитнес клубам.

СМЕШИВАЕМ ВСЕ

КРИ + ФОРМАТЫ + ЦА + ИСТОЧНИКИ

Выбираем оптимальный сплит

Запускаем

Тестируем и оптимизируем

Сравниваем каналы

ПОЛУЧАЕМ РЕЗУЛЬТАТЫ.
КЕЙСЫ.

КЕЙС 1

Акция - подарок за покупку на определенную сумму.

Подарок очень непонятен, не рационален, но эмоционален.

Лучше показать в видео.

KPI – охват, досмотры и целевое действие на сайте

Видео с автоплеем на



In-stream video на



trafficisobar

КЕЙС 1

Видео с автоплеем на



In-stream video на YouTube

- Показывается сразу в VK.COM и OK.RU с контролем кросс-частоты.
- Досмотры 23% - стандарт 15%
- Также была получена положительная обратная связь.

| Метрика | Видео-посты | YouTube |
|----------------------|-------------|-----------|
| Просмотр 100% ролика | 23% | 31,5% |
| CPV | 0,67 руб | 0,78 руб |
| CPC | 12,57 руб | 98,52 руб |
| CPU | 0,29 руб | 0,44 руб |
| CR | ~20% | ~5% |

- Фактический охват выше прогнозного на 40%
- Досмотры 31,5% - стандарт 30%

КЕЙС 2

Акция - Скидка на определенные товары в определенные дни.

Механика простая и понятная!

Показываем в баннере\тгб

KPI - трафикогенерация и взаимодействия.



Google

Display Network

РСЯ

Рекламная сеть Яндекса

trafficisobar

КЕЙС 2



- Широкоформатные изображения более успешны, чем тизерные.
- >50 000 прямых взаимодействий (лайки, репосты) с рекламными материалами
- 90% положительных отзывов
- >10 000 лояльных подписчиков в социальных сетях

| Метрика | Соц. сети | РСЯ, КМС |
|---------|-----------|----------|
| CPC | 9 руб. | 6 руб. |
| CR | ~26% | ~21% |

- Баннерные изображения более успешны, чем тизерные.
- Довольно высокий CPC в схожей тематике.
- Сравнительно с соц. сетями ниже конверсия.

ВЫВОДЫ

ВЫВОДЫ

Соцсети могут показывать прекрасные результаты при правильном использовании, но для этого необходимо:

- Тестирование форматов
- Оптимизация креатива (тестирование и своевременная замена при выгорании)
- Тестирование таргетингов



Социальные сети

trafficisobar

trafficisobar

Санкт-Петербург

ул. Комсомола, 41, оф. 412

+7 812 740 2067

info@t-agency.ru

www.traffic-isobar.ru

trafficisobar