**Настройка и ведение рекламних кампаний для Курсов подготовки к ЗНО «Виктория»**

Выполнение работ по подготовке рекламных материалов, разработке стиля оформления настройке, ведении и оптимизации рекламных кампаний в Instagram и Facebook.

**Глобальная цель рекламных кампаний:** получение лидов (заявок) от потенциальных клиентов, которые заинтересованы в подготовке к экзаменам их ребёнка.

**Временная цель проведения рекламних кампаний:**С помощью таргетинговой рекламы в социальных сетях (instagram и Facebook) обеспечить от 10 до 15 заявок в день.

**Тип рекламних кампаний, который использовался:** Лидогенерация – сбор контактних даннях потенциальных клиентов непосредственно в Facebook и instagram с дальнейшим их прозвоном.

**Ходв ыполнения работ:**

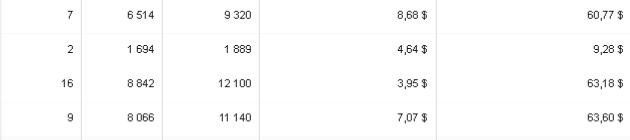
* В начале работ и каждый месяц проводится полноценный аналіз рынка, его трендов и тенденций, деятельности конкурентов и их рекламних кампаний.
* Разработка маркетинговой и рекламной стратегии
* Разработка креативных, ярких баннеров в фирменном стиле бренда, написание продающих текстов для объявлений.
* Запуск рекламних кампаний в тестовом режиме. Проведение А/В тестирования с целью выявления самих эффективных аудиторий, офферов, объявлений и креативов.
* Анализ результатов тестирования рекламних кампаний. Соответственная корректировка рекламной стратегии. Оптимизация рекламних кампаний с целью снижения стоимости лидов и увеличения % их конвертабельности в клиентов.
* Ежедневная оптимизация рекламних кампаний, их перезапуск с новыми креативами на нове аудитории.
* Запуск специализированных рекламних кампаній к праздникам и мероприятиям.
* Ежедневная полноценная отчётность о проделанных работах и их результативности.

Эффективность рекламы напрямую зависит от качественной проработки и сегментации **целевой аудитории**. В ходе рекламних кампаній использовали 4 самых эффективных метода настройки аудитории для лидогенерации:

1. По интересам – вступление в ВУЗы, подготовка к вступительным экзаменам, подготовка к ЗНО и ДПА.
2. Гендерные показатели – наличие детей в возрасте от 15 до 17 лет.
3. Достаток – средний, выше среднего и высокий.
4. Lookalike – после сбора базы номеров и имейлов клиентов и людей, заинтересовавшихся услугами клиента, была настроена реклама на похожую аудиторию, которая с максимальной вероятностью также заинтересуется подготовкой к экзаменам.

**Примеры результативности рекламных кампаний в сфере образования:**













**Результат работ:**

* + Первые заявки уже на 2 день работы рекламних кампаний
  + От 10 лидов в день ежедневно на период тестирования рекламних кампаний.
  + **Нам удалось получить очень качественные лиды. Конверсия лида в оплату курса составила 68%**
  + Наработка клиентской базы
  + Формирование и развитие бренда, построение имиджа.

**Примерыкреативов:**

****