**Сайт camp.arbuz.zone**

**Увеличение трафика х3.5 процент конверсий x10 (май – июнь 2019)**

**Детский лагерь Arbuz.zone –** лагерь для развития детей на основе уникальных тренингов и мастер-классов. Был создан для предоставления максимально комфортной комбинации формы обучения и отдыха в лучших условиях.

**Задача:**   
 Заказчик обратился в разгаре лагерного сезона, с задачей привести максимально релевантный трафик на сайт, чтобы обеспечить заполняемость детьми смен в лагере. В виду ограниченного времени и бюджета, был выбран один канал трафика – реклама в поиске Google Ads.

**Инструменты:**  
Google analytics

Google Tag Manager

Google Ads   
Hotjar   
  
**Сроки сотрудничества (май – июнь 2019)**

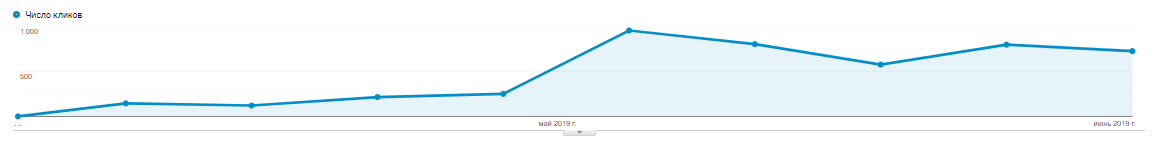
**Решение:**   
 До обращения в агентство Turbo Marketing клиент сам вел рекламные кампании, но из-за отсутствия целей в Google Analytics судить о результатах было сложно. Поэтому мы в первую очередь занялись настройкой целей, чтобы в дальнейшем не работать вслепую, а ориентироваться на конкретные метрики. Из за сжатых сроков проекта, времени на настройку отслеживания звонков уже не было.  
Поскольку данная тематика является сезонной, после анализа были поставлены цели:

Для достижения целей клиента мы изначально сделали упор на поисковые компании.   
Был выполнен сбор семантического ядра с горячими и коммерческими ключевыми запросами, также мы проработали базу минус-слов.

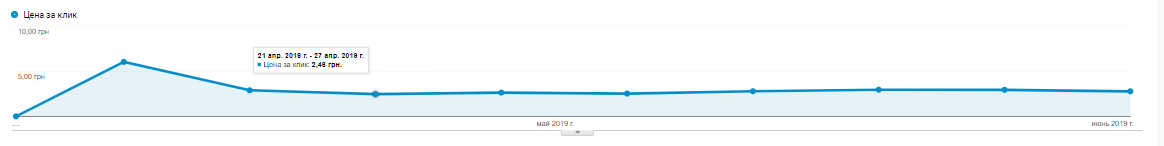
* Добавлено 520 ключевых слов;
* Расширена база минус-слов до **2700 ключей**;

После чего на основании семантики были созданы и запущены поисковые компании вместе с контекстно-медийными объявлениями по ключам. Была запущена компания ремаркетинга (с использованием списков, созданных в Google Analytics).

Нам удалось повысить CTR (показатель кликабельности объявлений ): и увеличить поток целевого трафика на сайт в 3,5 раза



Цена за клик была снижена с **5.98 до 2.71**



Но запущенная рекламная кампания не дала ожидаемых результатов и в среднем приносила **2** конверсии в день.

Было очевидно что проблему нужно искать в сайте.

Благодаря тому, что мы на старте подключили Hotjar (систему для отслеживания пользовательского поведения на сайте) нам удалось вытащить от туда инсайты, понять где и на каком этапе пользователи уходят с сайта. Мы обратили внимание, что 25% всех пользователей с главной сразу переходили на страницу «О лагере», где был размещен небольшой блок текста. Так же на главной странице не было раскрыто уникальное торговое предложение, и в целом визуальный и текстовый контент не передавал всех преимуществ лагеря:

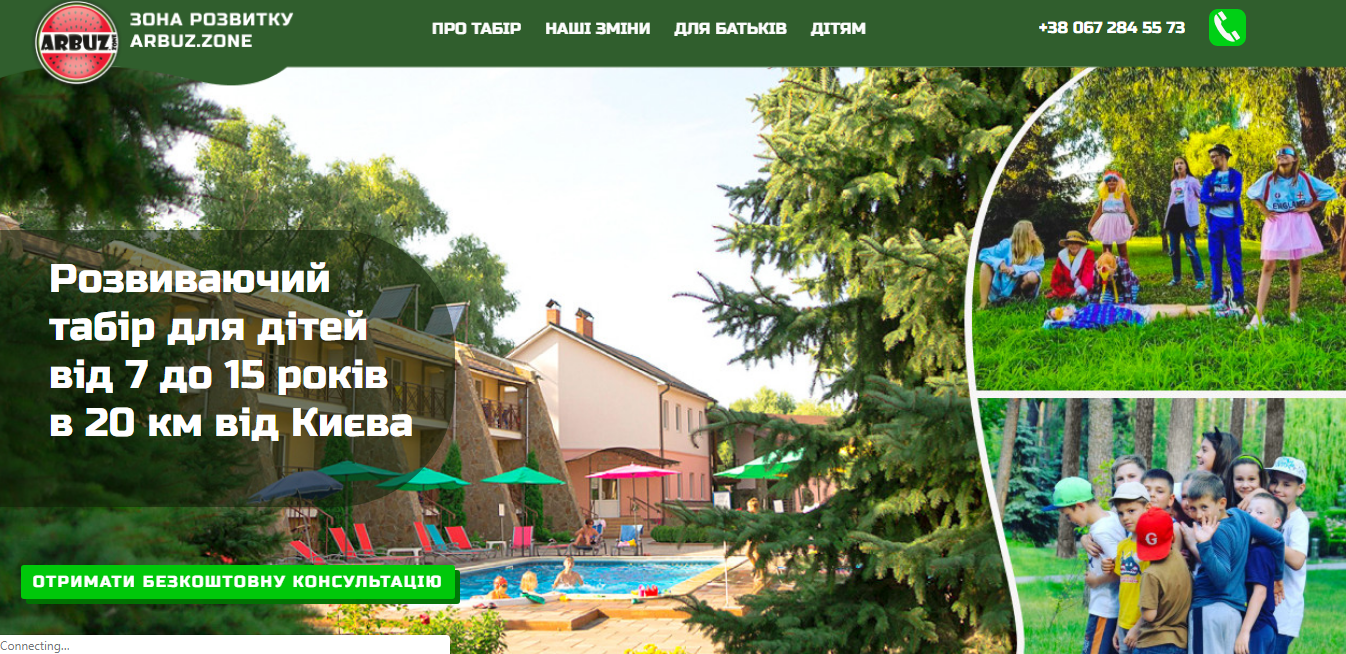
* Лагерь находиться в загородном отельном комплексе
* На територии есть бассейн
* Развитием детей постоянно занимаються проводя различные тренинги и мастер-классы

А в итоге нас встречало фото детей на фоне поржавевшего забора, с заголовком «Сучасний дитячий табір для успішних дітей від 7 до 12 років»

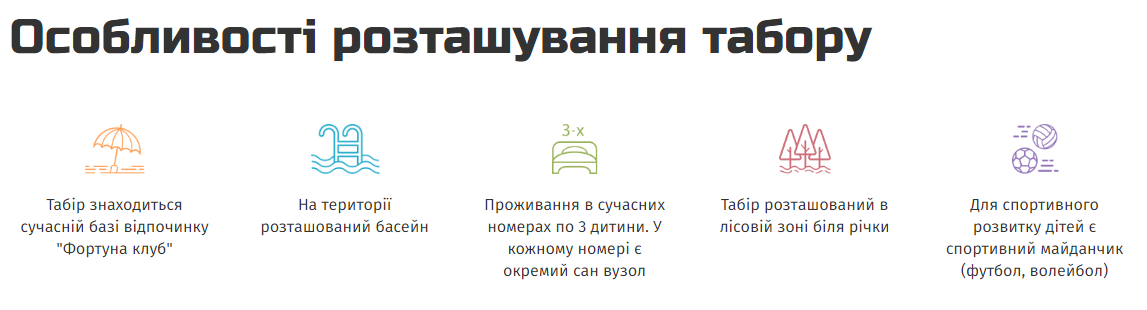


В процессе общения с заказчиком нам удалось вытянуть важные данные, благодаря которым нам удалось лучше сформировать УТП и составить структуру, которая давала более полное понимание о лагере и закрывало большинство вопросов и возражений родителей.

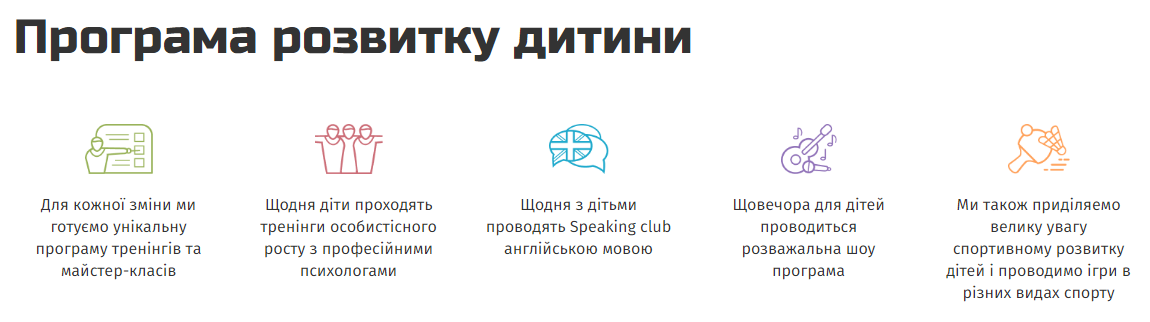
1. Мы сделали редизайн первого блока, чтобы с первого экрана показать преимущества лагеря. Сделали новый заголовок, с акцентом на развитие детей, а так же оставили одно целевое действие «получить бесплатную консультацию»



1. На втором скроле мы показали основные преимущества и отрисовали ассоциативные иконки, для того чтобы пользователь сайта уже в первые секунды считал для себя всю важную информацию.

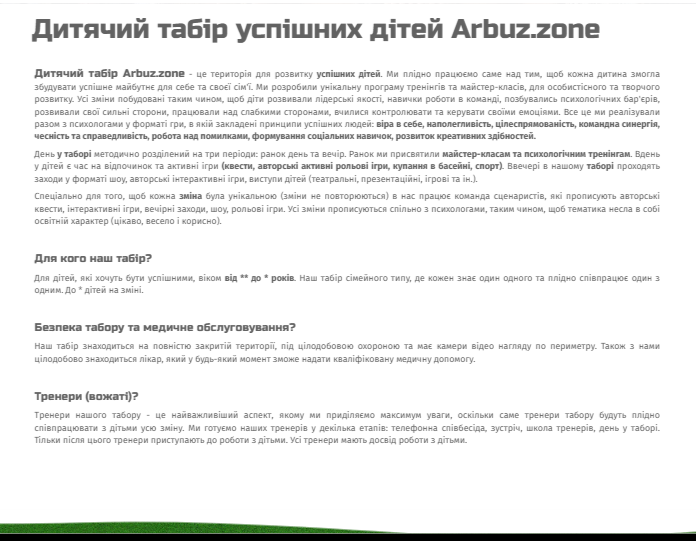


1. Полностью изменили страницу «О лагере» наполнив ее полезным контентом (фото, видео лагеря, расписание дня, информацию о питании), а так же программой развития детей.

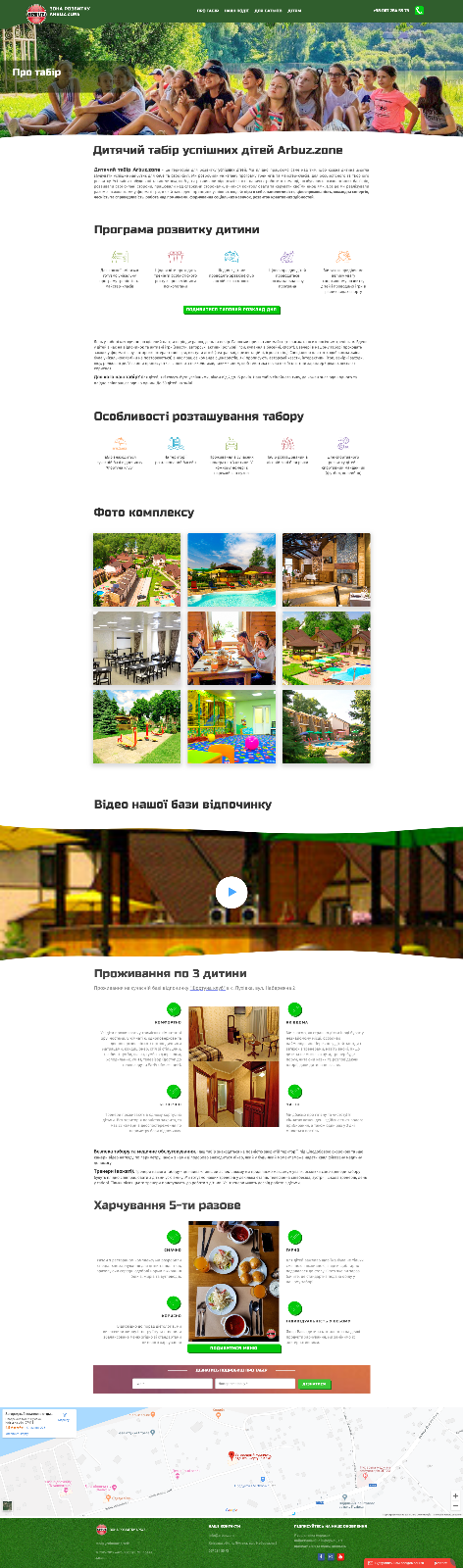


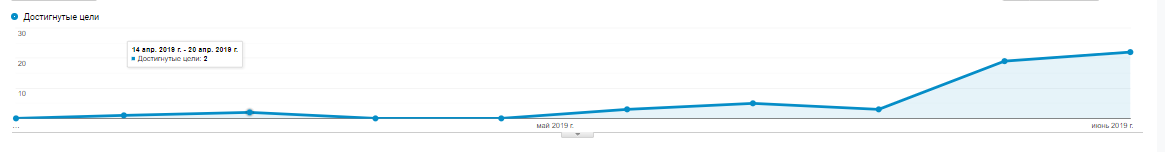
До





После

  
В результате этих нам удалось увеличить количество заявок с 2-х до 21 в день, при том же рекламном бюджете и том же объеме трафика.



* Цена за конверсию составила **110 грн**;
* За время компании было получено 352 заявки.
* Нам удалось обеспечить полную загрузку лагеря.