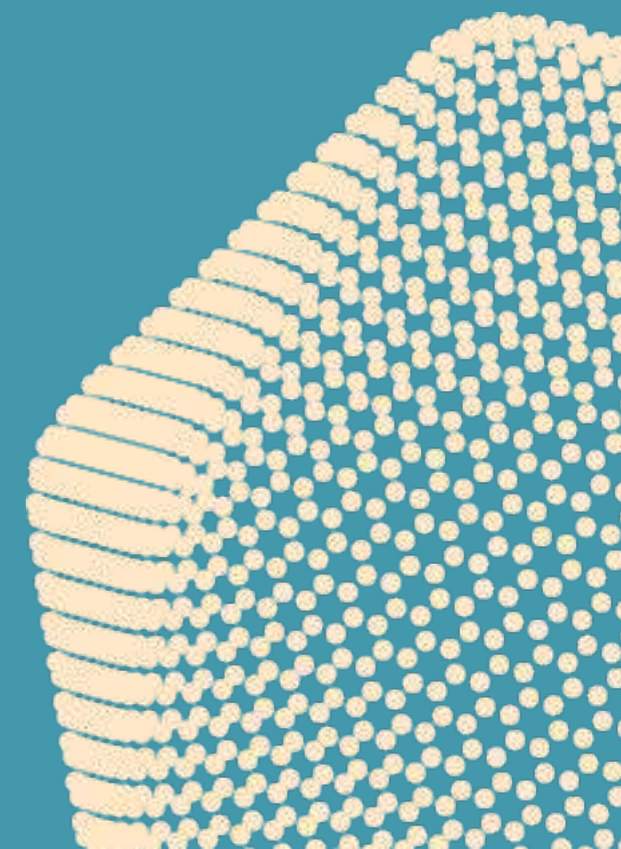
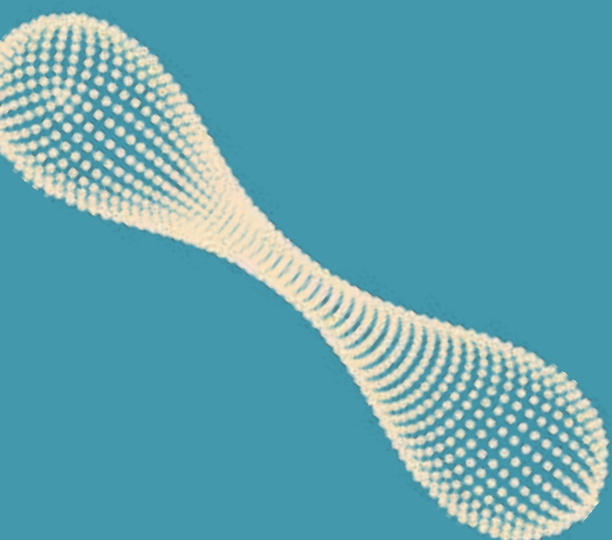


RESTAURANT
LAKE STEAK



МАРКЕТИНГ АГЕНТСТВО "FATUM"

ТЕМАТИКА ПРОЕКТУ: РЕСТОРАН
МАЙДАНЧИКИ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ: INSTAGRAM
ТРИВАЛІСТЬ РОБОТИ: 3 МІСЯЦІ
РЕКЛАМНИЙ БЮДЖЕТ НА МІСЯЦЬ: 300\$



ЦІЛІ:

- Формування стратегії просування.
- Розробка контент-стратегії.

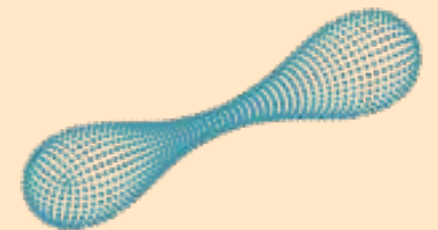
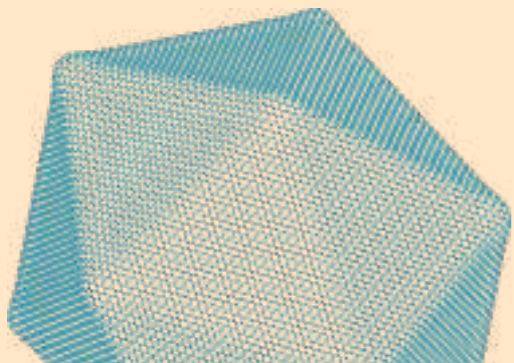
Підготовка контент-плану період
просування.
Забезпечення сторінок у
соціальних мережах контентом.

Створення та запуск таргетованої
рекламної кампанії у стрічці
Instagram.

Створення та запуск
таргетованої рекламної
кампанії у Instagram-Stories.

Ведення та модерація сторінок
у соціальних мережах.

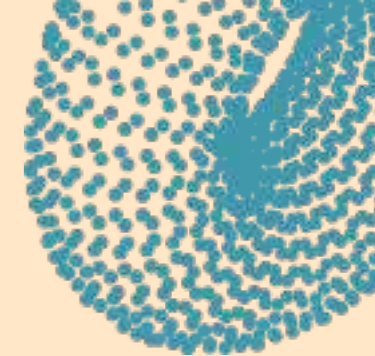
Формування звітності та
аналітики.



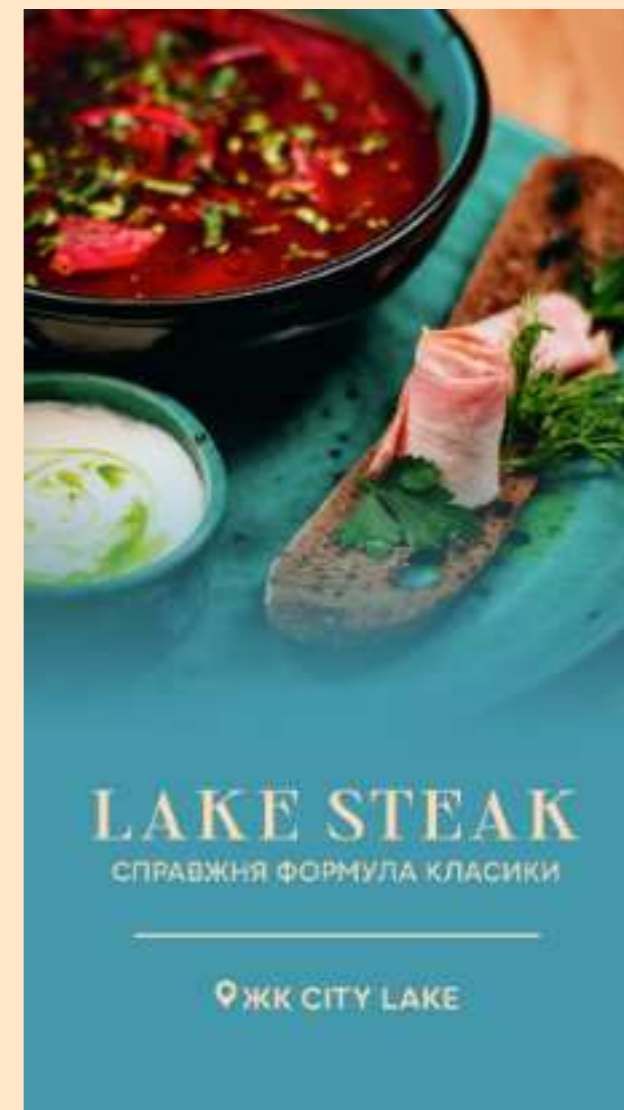
TARGETED ADVERTISING

Для початку рекламної кампанії було обрано і сегментовано за групами 4 цільових аудиторій:

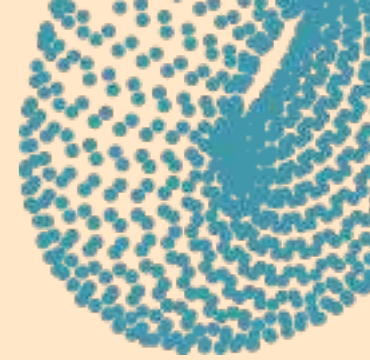
- Чоловіки
- Жінки (Мами з дітьми)
- Змішані
- Широка



КРЕАТИВИ - "ШИРОКА" АУДИТОРІЯ



TARGETED ADVERTISING



Для початку рекламної кампанії було обрано і сегментовано за групами 4 цільових аудиторій:

- Чоловіки
- Жінки (Мами з дітьми)
- Змішані
- Широка

КРЕАТИВИ - "ЧОЛОВІКИ" АУДИТОРІЯ

LAKE STEAK



ЦЕ АВТОРСЬКІ КОКТЕЙЛІ

📍 ЖК CITY LAKE


LAKE STEAK



ВІДЧУЙ СЕКРЕТНУ ФОРМУЛУ СМАКУ

📍 ЖК CITY LAKE

LAKE STEAK



УЛЮБЛЕНЕ МІСЦЕ ДЛЯ ТВОЄЇ КОМПАНІЇ

📍 ЖК CITY LAKE

TARGETED ADVERTISING

Для початку рекламної кампанії було обрано і сегментовано за групами 4 цільових аудиторій:

- Чоловіки
- Жінки (Мами з дітьми)
- Змішані
- Широка

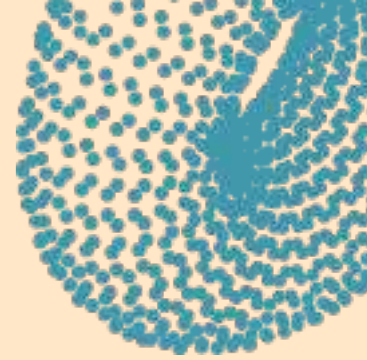
КРЕАТИВИ - "ЖІНКИ МАМИ" АУДИТОРІЯ



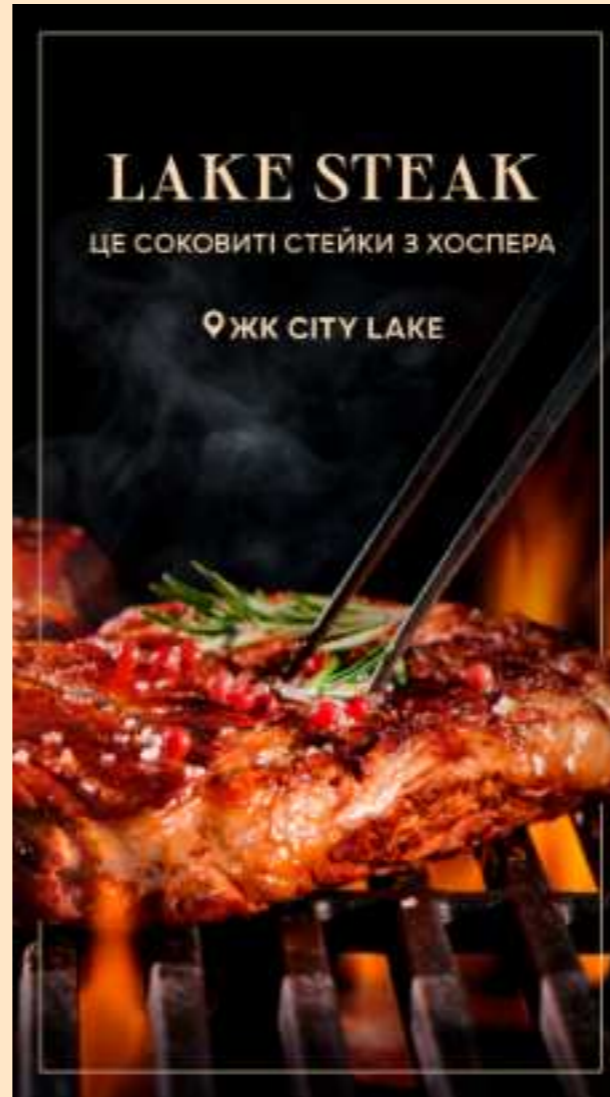
TARGETED ADVERTISING

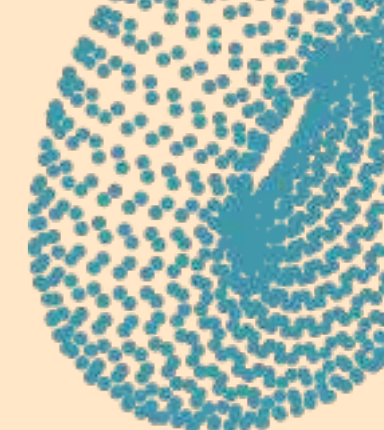
Для початку рекламної кампанії було обрано і сегментовано за групами 4 цільових аудиторій:

- Чоловіки
- Жінки (Мами з дітьми)
- Змішані
- Широка



КРЕАТИВИ - "ЗМІШАНІ" АУДИТОРІЯ





TARGETED ADVERTISING

На тестування Найкращої аудиторії відведений час складає (1 тиждень)
Після тестування ми отримали такі результати (Приоритетність у %)



ЗМІШАНА



ЧОЛОВІКИ



ЖІНКИ



ШИРОКА

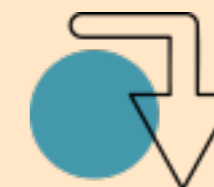
Примітка: на тестовий тиждень було відведено 150 \$ рекламного бюджету

Результати: за тестовий період охоплення закладу складає 132 тис. Аккаунтів Instagram по GEO ресторану

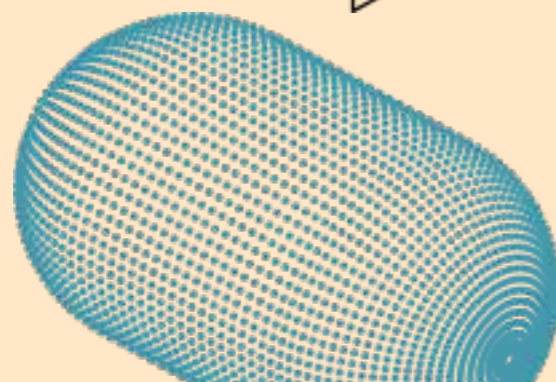
Аудиторія	Дата	Час	Охват	Ціна за клік	Ціна за Результат	Сумма Витрат	CPC	CPM	CTR	
1. Люкс	22.2.2022	19:00	8 148	0.28\$	0.28\$	11,87 \$	0.28\$	1,09 \$	0,82%	
2. Мужчины	22.2.2022	19:00	7 515	0.50\$	0.50\$	13,01 \$	0.50\$	1,18 \$	0,57%	
3.Мамы	22.2.2022	19:00	7 316	0.30\$	0.30\$	12,04 \$	0.30\$	1,19 \$	1,10%	
4.Широкая	22.2.2022	19:00	8 258	0.30\$	0.30\$	13,08 \$	0.30\$	1,14 \$	0,58%	
1. Люкс	23.2.2022		8 172		38	0,28 \$	11,87 \$	0,28 \$	1,09 \$	0,81%
2. Мужчины	23.2.2022		7 537		26	0,50 \$	13,01 \$	0,50 \$	1,18 \$	0,57%
3.Мамы	23.2.2022		7 320		38	0,30 \$	12,04 \$	0,30 \$	1,19 \$	1,10%
4.Широкая	23.2.2022		8 274		46	0,28 \$	13,08 \$	0,28 \$	1,14 \$	0,60%
1. Люкс	24.2.2022		23 320		78	0,16 \$	12,85 \$	0,16 \$	0,41 \$	0,44%
2. Мужчины	24.2.2022		14 224		51	0,24 \$	12,16 \$	0,24 \$	0,54 \$	0,37%
3.Мамы	24.2.2022		17 284		60	0,22 \$	12,96 \$	0,22 \$	0,50 \$	0,38%
4.Широкая	24.2.2022		14 744		64	0,19 \$	12,03 \$	0,19 \$	0,55 \$	0,44%

RESULT OF ADVERTISING

1. Люкс	22.2.2022	19.00	8 148	0,28\$	0,28\$	11,87 \$	0,28\$	1,09 \$	0,82%	
2. Мужчины	22.2.2022	19.00	7 515	0,50\$	0,50\$	13,01 \$	0,50 \$	1,18 \$	0,57%	
3. Мама	22.2.2022	19.00	7 316	0,30\$	0,30\$	12,04 \$	0,30\$	1,19 \$	1,10%	
4. Широкая	22.2.2022	19.00	8 258	0,30\$	0,30\$	13,08 \$	0,30\$	1,14 \$	0,58%	
1. Люкс	23.2.2022		8 172		38	0,28 \$	11,87 \$	0,28 \$	1,09 \$	0,81%
2. Мужчины	23.2.2022		7 537		26	0,50 \$	13,01 \$	0,50 \$	1,18 \$	0,57%
3. Мама	23.2.2022		7 320		38	0,30 \$	12,04 \$	0,30 \$	1,19 \$	1,10%
4. Широкая	23.2.2022		8 274		46	0,28 \$	13,08 \$	0,28 \$	1,14 \$	0,60%
1. Люкс	24.2.2022		23 320		78	0,16 \$	12,85 \$	0,16 \$	0,41 \$	0,44%
2. Мужчины	24.2.2022		14 224		51	0,24 \$	12,16 \$	0,24 \$	0,54 \$	0,37%
3. Мама	24.2.2022		17 284		60	0,22 \$	12,96 \$	0,22 \$	0,50 \$	0,38%
4. Широкая	24.2.2022		14 744		64	0,19 \$	12,03 \$	0,19 \$	0,55 \$	0,44%
ТЕСТ 1/3										
1. Люкс	08.05.2022		12 452		76	0,14 \$	10,42 \$	0,14 \$	0,51 \$	0,92%
2. Широкая			4 420		52	0,06 \$	3,04 \$	0,06 \$	0,57 \$	1,24%
1. Люкс	09.05.2022		12 452		76	0,14 \$	10,42 \$	0,14 \$	0,51 \$	0,92%
2. широкая			4 420		52	0,06 \$	3,04 \$	0,06 \$	0,57 \$	1,24%
1. Люкс	10.05.2022		9 060		45	0,14 \$	6,37 \$	0,43 \$		0,57%
2. широкая			10 508		74	0,09 \$	6,95 \$	0,45 \$		0,96%



1. Люкс	11.05.2022		5 896		18	0,19 \$	3,47 \$	0,38 \$	0,55%	
2. широкая			14 687		95	0,10 \$	9,97 \$	0,10 \$	0,44 \$	0,85%
2. широкая	13.05.2022		14 844		72	0,13 \$	9,67 \$	0,13 \$	0,41 \$	0,64%
2. широкая	14.05.2022		13 652		91	0,11 \$	9,90 \$	0,11 \$	0,44 \$	0,77%
2. широкая	15.05.2022		16 536		101	0,11 \$	10,77 \$	0,11 \$	0,40 \$	0,67%
2. широкая	16.05.2022		16 008		91	0,12 \$	10,47 \$	0,12 \$	0,41 \$	0,71%
2. широкая	17.05.2022		15 397		81	0,12 \$	10,08 \$	0,12 \$	0,39 \$	0,60%
2. широкая	18.05.2022		15 859		91	0,11 \$	9,70 \$	0,11 \$	0,38 \$	0,63%
2. широкая	19.05.2022		14 991		67	0,14	9,67 \$	0,14	0,41 \$	0,6
2. широкая	20.05.2022		10 808		55	0,13	7,22 \$	0,13	0,42 \$	0,61%



RESULT OF ADVERTISING / TESTS

З отриманих результатів залишковий місячний бюджет був розподілений на 2-ві найкращі аудиторії "Змішані" / "Широка"

Фундаментальною метою було охопити потенційну аудиторію навколо закладу та залучити його. За весь період Рекламної компанії ми досягли таких результатів

ЗМІШАНА



ШИРОКА

- Охоплених акаунтів: **307 566**
- Середня ціна за результат: **0.14\$**
- Середня Ціна за 1000 показів: **1.27\$**



OPEN EDUCATION

За невеликого бюджету і, як наслідок, обмежених можливостей рекламних інструментів вдалося не лише тримати показники на належному рівні, а й підвищити їх у кілька разів.

Підсумок роботи над проектом – сформований канал зв'язку з відвідувачами ресторану, сформований Телеграм вісник новин закладу де публікувалися всі акції, і живе спілкування з клієнтами тим самим схиляючи їх до лояльності бренду

