

teletype

Сергей Локтев
@loktev_sergey_bz

[Задонатить](#)

КЕЙСЫ

31 июля 2024

Кейс: База отдыха в Адыгее, целевые подписчики в ВК по 107 р и заявки по 343р

Меня зовут [Локтев Сергей](#). Я занимаюсь маркетингом уже **больше 3-х лет**, сначала настраивал рекламу в запрещенной сети (Инстаграм), а сейчас уже 2,5 года настраиваю рекламу **в ВК и в Яндексe**. Вел проекты более чем в 20-ти разных нишах.

В этом кейсе я вам расскажу о том, как мы  али 281 новых целевых подписчиков по цене 107р в сообщество ВК базы отдыха "8 сосен" в Адыгее.



О проекте

Это современная база отдыха с очень стильным и эстетичным ремонтом в стиле барнхаус. На территории имеется открытый бассейн, костровая зона, подсветка. Из видов развлечения есть: конные прогулки, рафтинг.

Проект на момент начала сотрудничества уже существовал и полностью функционировал более года. На тот момент в ВК у них было около 1300 подписчиков, но основным каналом трафика и позиционирования в соцсетях был Instagram*.

***Организация признана экстремистской территорией Российской Федерации**

В Instagram* у них было около 60 тысяч подписчиков, но в работе я не использовал эту платформу, мы работали только во ВКонтакте.

Из дополнительных ресурсов у проекта был собственный **сайт**, который давал возможность онлайн-бронирования. Его мы тоже использовали в работе, о чем будет ниже

Из общения с клиентами стало понятно, что основной поток трафика и бронирований поступал через Instagram* и Карты.

Instagram* развивали через публикацию красивых, эстетичных роликов об отдыхе на базе. Использовали трендовую музыку, красивые фотографии, видео, а также юмористические посылы.

Один маленький БОЛЬШОЙ нюанс

Большой особенностью проекта было то, что они отказывались продавать через звонки и сообщения. То есть у них в принципе отсутствовал менеджер или администратор, задачей которого являлось бы отвечать и продавать через коммуникацию с клиентами. Как таковых продаж в проекте не было, только "отдел сбыта" в виде сайта.

То есть клиент хотел, чтобы люди сами покупали (бронировали) через сайт. Без вопросов. Все ответы люди должны сами находить в рекламе, на сайте и в сообществе ВК.

Эта особенность, на мой взгляд, очень сильно повлияла на результаты. Но об этом в выводах в конце кейса.

Результаты в рекламе до меня

До меня на сообщество вели рекламу, средняя цена одного подписчика составляла около **260 рублей**.

Клиент был недоволен работой предыдущего таргетолога из-за того, что было мало бронирований, и было ощущение, что результаты можно сделать лучше, поэтому искали нового специалиста.

Перед работой я провел аудит ранее запущенной рекламы, в ходе которого я выявил, что тот таргетолог допускал ошибки в настройках целевой аудитории. Мало протестировал креативов на старте работы. Показатели были в целом средние, но, на мой взгляд, можно было их сделать лучше.

Задачи на период сотрудничества

Задача была сформулирована немного размыто — улучшить результаты, достигнутые предыдущим таргетологом. Сделать ВК дополнительным источником трафика.

Запрос на аудиторию

Запрос на целевую аудиторию был такой, чтобы это были не тусовки с друзьями на день рождения с алкоголем и т. д., а чтобы к ним приезжали только осознанные, аккуратные, воспитанные люди, которые хотят отдохнуть в тишине, красоте и спокойствии 😊

Мы с клиентом обсудили, и он понимал, что в его нише холодная аудитория бронирование сразу производит редко, особенно если учесть особенности их целевой аудитории. Да, есть небольшой процент тех, кто бронирует сразу, но, как правило, они сначала присматриваются, прогреваются и только потом бронируют.

Поэтому передо мной не ставили задачу получить дешевые заявки на бронирование здесь и сейчас. Основной задачей было привлечение целевой аудитории в базу подписчиков сообщества для их дальнейшего прогрева в сообществе и конвертации в бронь через контент.

Запрос на гео

У клиента был ещё один запрос на то, чтобы привлекать преимущественно не из Адыгеи. Потому что, по его мнению, там аудитория была более простая, недостаточно платежеспособная, и та, которая в основном ориентируется как раз на тусовки с друзьями, не совсем адекватное поведение.

Подготовка сообщества к рекламе

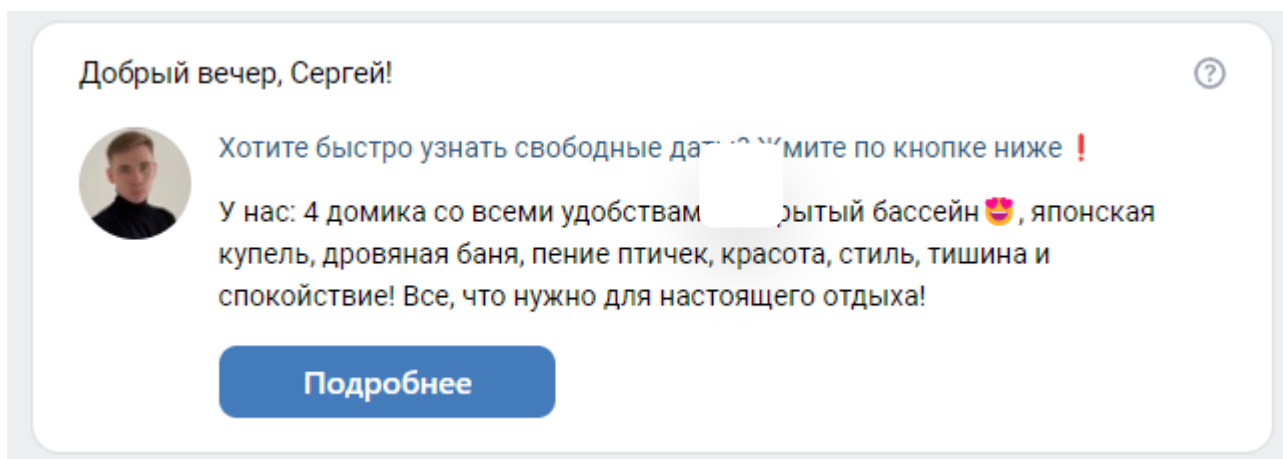
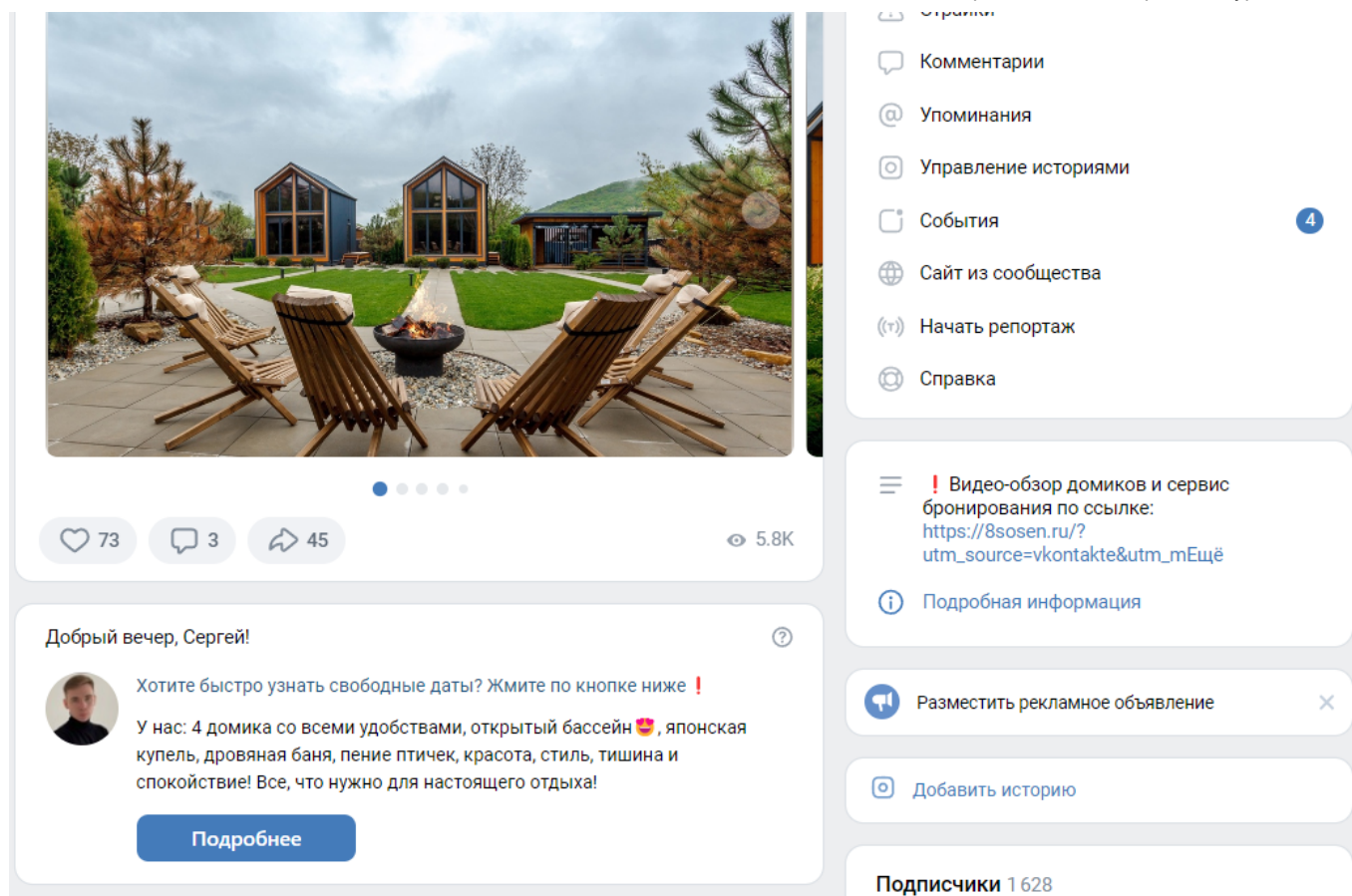
Сообщество было упаковано, но недостаточно хорошо. Обложки сообщества для персонального компьютера и мобильной версии были. Но не было виджета, кнопок меню с соответствующим дизайном. оффера в описании, приветственного сообщения.

Контент ввелся, но редко, и основным принципом контента в ВК было дублирование контента из Instagram*.

При рекламе в ВК (в старом кабинете преимущественно) 30-40% трафика, как правило, переходит не по ссылке, указанной в рекламном объявлении, а в сообщество, кликая по названию или аватарке. Поэтому, чтобы повысить конверсию в заявку, мы всегда в каждом проекте **дорабатываем сообщество**.

В этом проекте доработка заключалась в том, что мы добавили оффер в описание, приветственное сообщение и текстовый виджет сообщества, который ввёл на сообщения сообщества.

На скриншоте видно виджет и оффер в описании сообщества. Практика показывает, что эти дополнительные точки касания с ЦА сильно повышают конверсию в заявку.



Виджет в сообществе

Также мы настояли на том, чтобы были кнопки меню. Клиент сказал, что они раньше были, но они их убрали. Дизайнер у них был свой, они не стали пользоваться нашими услугами по дизайну и в течение месяца отправляли нам обложки. Обложки для кнопок меню отличались по стилю и по оттенку цвета от общего дизайна, хотя дизайнер был один и тот же. Но мы не стали настаивать на исправлениях, использовали обложки, которые предоставил клиент и добавили кнопки в меню. Кнопки: забронировать, price, отзывы и гайд о том, как провести время, если приезжать к ним на базу.

Также мы доработали чат-бот, который был ранее создан. Сделали его немного попроще. Чат-бот работал на несколько функций.

- Первая функция — это выдача гайда людям.

- Вторая функция — это предоставление ссылки на бронирование и описание действий для бронирования. (информацию доработать)

Реклама, её результаты

Реклама была запущена в течение трех дней после начала сотрудничества, как и в любом другом проекте (подготовка занимает 2-4 дня).

Первым этапом, как обычно, мы тестировали связки. Хотели воспользоваться некоторыми наработками, которые были ранее запущены прежним таргетологом. Но, на наш взгляд, протестировано было очень мало. Нам пришлось многое сделать **с нуля**, потому что ранее работа была проведена недостаточно.

Креативы

В ходе тестов мы выявили, что лучший показатель кликабельности был у креатива с подборкой разноплановых фотографий с базы и длинный текст, который говорил о преимуществах базы, об услугах, которые они оказывают, о содержании домиков и о возможностях досуга.

Аудитории

Рекламировались на людей из Краснодарского края, Ростовской области. В дальнейшем можно было затронуть немногочисленную ронезскую, Волгоградскую область и некоторые другие рядом находящиеся области. И через месяц также мы подключили рекламу на Москву и Санкт-Петербург, на тех людей, которые хотят съездить в Адыгею.

Рекламировались на:

- подписчиков конкурентов;
- ключевые фразы, связанные с отдыхом в Адыгее;
- расширяли базы конкурентов.

Широкие аудитории не тестировали, хватало и более теплых сегментов целевой аудитории.

Первые результаты

Сразу с момента запуска мы начали получать хорошие показатели в виде кликабельности выше 1,2%, подписчиков в пределах 100р, первые заявки в сообщения и лид-формы, но через 2 недели...

Галя, у нас отмена!

Или корректировка задачи в процессе работы



Несмотря на поставленную на старте задачу по набору подписчиков, через 2 недели работы клиент попросил вести трафик с рекламных объявлений на сайт (мы вели на сообщения и на лид-формы).

Это было напрямую связано с тем, что обрабатывать заявки через сообщения или звонить по номерам в лид-формах они зались.

Ввиду этого изменения часть трафика нам пришлось уводить из ВК, что 100% негативно повлияло на цену подписчика, она могла бы быть значительно ниже итоговой.

Настройка чат-бота в сообществе

В целях автоматизации обработки заявок было создано 2 бота:

1. Присылал алгоритм бронирования домика на сайте, ссылку на сайт и фото отеля еще раз;
2. Выдавал подарок "Гайд по местным достопримечательностям" всем желающим.

Работы (вошли в основной пакет услуг, без доплат):

- создал подписные страницы (мини-лендинги), ссылки на которые стояли в соответствующих кнопках меню сообщества ("Забронировать" и "Куда сходить?");
- написал тексты для ботов;
- настроил уведомления администраторам, чтобы не пропускать лиды.

Но всё автоматизировать невозможно, и замысел со вторым ботом был в том, чтобы, получая гайд, люди открывали диалог с сообществом и попадали в базу рассылок. Далее с людьми нужно было вести продающую переписку:

- выявлять потребность;
- делать предложение;
- отрабатывать возражения и тд

Но я выше уже написал, что заниматься продажами, к сожалению, клиент не хотел. Поэтому фактически бот просто выдавал алгоритм бронирования на сайте или подарок заинтересованным людям, а диалог с ними не продолжался



И, если у людей возникали сложности с бронированием на сайте или оставались вопросы/возражения, мы о них даже не знали 😞😭

Метки: [Управление метками](#)

Информация: Краснодар · 25 лет

Комментарий: [Добавить комментарий](#)

Дата подписки: 12 апр в 15:42



12 апреля



Екатерина 15:39
Начать



Бутик-отель 8 сосен | Адыгея 15:43
Здравствуйте! 😊

Чтобы Вам было удобнее ориентироваться по достопримечательностям и точкам обзора нашего края, Республики Адыгеи, мы подготовили для Вас полезный файл

В нем собраны названия и координаты всех основных мест, которые стоит посетить 🌄



Список достопримечательностей.pdf
4.5 МБ

Результаты первого месяца

Уже за первый месяц мы достигли результатов в **два с половиной раза лучше**, чем у предыдущего таргетолога. Дальше мы увеличивали гео, добавляли Санкт-Петербург и Москву, тестировали некоторые новые связки, потому что клиент захотел прокламироваться в клипах, историях. Было небольшое увеличение в стоимости подписчика, но все равно результаты были **лучше**, чем при работе с другими специалистами.

Статистика кабинета за первый месяц:

Клиенты

Статистика

Приложения

Настройки

Ретаргетинг

Дата запуска: Не задана

Дата остановки: Не задана

Ограничение показов: Без ограничений

Дата создания: 12 марта 2024 в 17:00

Объявления

Детализация

Подробная статистика

Создать объявление

12 мар – 7 апр

Все активные

Действия

Поиск объявлений

☐		Объявление	▼ Статус	Цена	Потрачено	Показы	Переходы	CTR	eCPM	eCPC	Заявки	CPL	CPF	Вступления	Сообщения
☐			II	МАТЧ... а 1 период	498.88 Р	4 811	37	0.769 %	103.69 Р	13.48 Р	0	0.00 Р	0.00 Р	0	0
☐			II	МАТЧ... а 1 период	499.09 Р	3 904	42	1.076 %	127.84 Р	11.88 Р	0	0.00 Р	499.09 Р	1	0
☐			II	МАТЧ... а 1 период	499.04 Р	4 645	28	0.603 %	107.43 Р	17.82 Р	0	0.00 Р	499.04 Р	1	0
☐			II	МАТЧ... а 1 период	4 601.48 Р	31 341	414	1.321 %	146.81 Р	11.11 Р	0	0.00 Р	200.06 Р	23	2
☐			II	МАТЧ... а 1 период	4 594.55 Р	22 209	228	1.027 %	206.87 Р	20.15 Р	0	0.00 Р	71.78 Р	64	0
☐			II	МАТЧ... а 1 период	498.57 Р	4 763	33	0.693 %	104.67 Р	15.10 Р	0	0.00 Р	0.00 Р	0	0
☐			II	МАТЧ... а 1 период	3 204.78 Р	17 995	156	0.867 %	178.09 Р	20.54 Р	0	0.00 Р	74.52 Р	43	0
Всего: 7 объявлений					14 396.39 Р	89 668	938	1.046 %	160.55 Р	15.35 Р	0	0.00 Р	109.06 Р	132	2

Помощь в настройке рекламы

Получить помощь

Статистика рекламного кабинета за 1 месяц

Второй месяц рекламы

Так как основной задачей во второй месяц была реклама не на подписку, а на бронирование на сайте, мы вели людей и на сайт, отслеживали их поведение в Яндекс.Метрике. Вебвизор (инструмент для отслеживания поведения людей на сайте) в Метрике первое время не работал. Через какое-то время его работу нормализовали с помощью поддержки.

При ведении трафика на сайт было установлено, что процент отказов совпадает с процентом отказов при рекламе Яндекс.Бизнес и был в пределах нормы (до 30%). Рекламой Яндекс.Бизнес занимались не мы. Времени на сайте проводили чуть больше люди из ВК. Также, в метрике было зафиксированы бронирования (немного) и переходы в мессенджер с сайта.

Реклама розыгрыша

В конце 2 месяца клиент устраивал розыгрыш в своём профиле в Instagram*. Разыгрывали бесплатно 1 домик на майские праздники, и мы добавили трафик на этот пост через рекламу ВК. Сделали закреплённый пост в сообществе, в котором была информация про розыгрыш. И сделали рекламный пост об этом розыгрыше, который вёл на закреплённый пост, потому что ссылку на инстаграм мы не могли вставить в рекламе.

Кликабельность у рекламы розыгрыша была примерно такая же как и у нашей стандартной рекламы, которая вела на подписку и бронирование. В закреплённом посте, мы зафиксировали около 30 переходов по ссылке, то есть переходов в инстаграм.

Это было дополнительной задачей, мы не выключали на этот период основную рекламу.

Статистика кабинета за второй месяц:

Клиенты

Статистика

Приложения

Настройки

Ретаргетинг

Дата запуска: Не задана

Дата остановки: Не задана

Ограничение показов: Без ограничений

Дата создания: 12 марта 2024 в 17:00

Объявления

Детализация

Подробная статистика

Создать объявление

7 апр – 8 мая

Все активные

Действия

Download

Settings

Search

Поиск объявлений

Объявление	Статус	Экран	Потрачено	Показы	Переходы	CTR	eCPM	eCPC	Заявки	CPL	CPF	Вступления	Сообщения
	II	ПНЧ... период	2 069.51 Р	18 646	160	0.858 %	110.98 Р	12.93 Р	0	0.00 Р	0.00 Р	0	0
	II	ПНЧ... период	2 077.25 Р	17 663	125	0.708 %	117.60 Р	16.61 Р	0	0.00 Р	692.41 Р	3	0
	II	ПНЧ... период	2 074.22 Р	15 566	101	0.649 %	133.25 Р	20.53 Р	0	0.00 Р	691.40 Р	3	0
	II	ПНЧ... период	4 146.70 Р	27 508	313	1.138 %	150.74 Р	13.24 Р	0	0.00 Р	460.74 Р	9	2
	II	ПНЧ... период	4 150.46 Р	13 228	102	0.771 %	313.76 Р	40.69 Р	0	0.00 Р	166.01 Р	25	1
	II	ПНЧ... период	2 071.27 Р	19 811	97	0.490 %	104.55 Р	21.35 Р	0	0.00 Р	2 071.27 Р	1	0
	III	ПНЧ... период	0.00 Р	0	0	0.000 %	0.00 Р	0.00 Р	0	0.00 Р	0.00 Р	0	0
Всего: 7 объявлений			16 589.41 Р	112 422	898	0.799 %	147.56 Р	18.47 Р	0	0.00 Р	404.62 Р	41	3

Помощь в настройке рекламы

Получить помощь

Статистика

Статистика рекламного кабинета за 2 месяца

Общие результаты за 2 месяца:

Период работы рекламы: 12 марта 2024 - 7 мая 2024

Расходы: 30 186 руб

Показы: 197 416

Переходы: 1 787

CTR > 0,9 %

Цена клика: 16 руб

Подписчики: 281

Цена подписчика: 107

Заявки через боты бронирования и выдачи лид-магнита: 66

Заявки через сообщения сообщества: 7

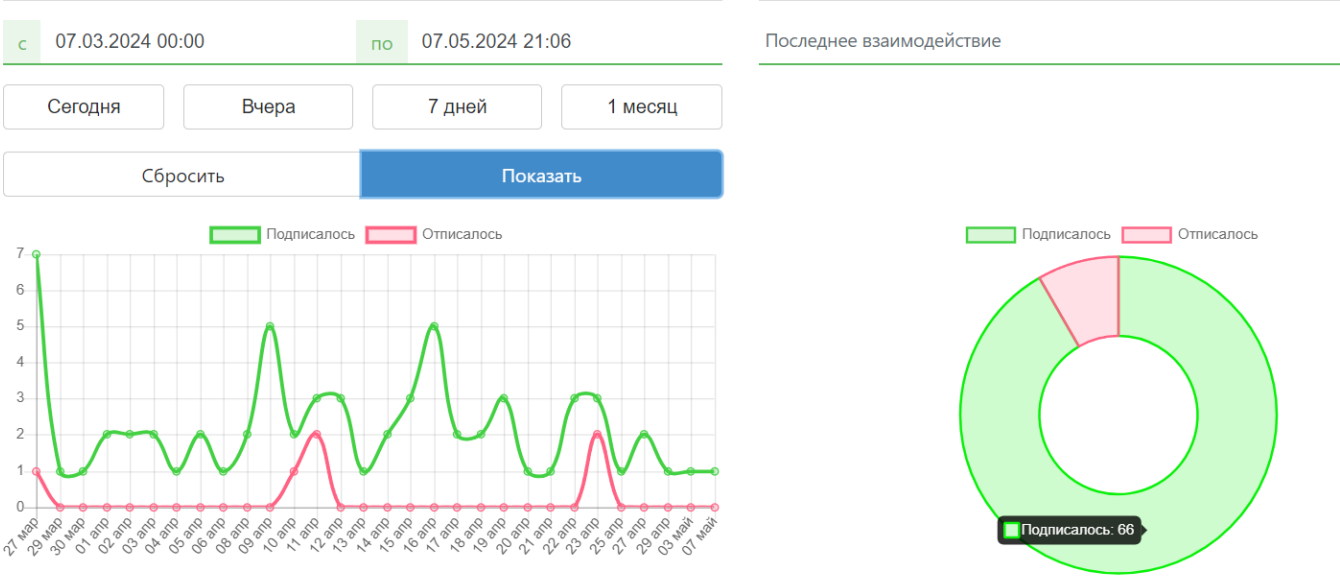
Брони на сайте: 2

Переходов в мессенджер с сайта: 13

Всего заявок: 88

Цена заявки: 343р

Скрин из сервиса Senler (чат-боты):



Показатели основной рекламной кампании с объявлениями формата "Универсальная запись" за 2 месяца:

Клиенты

Статистика

Приложения

Настройки

Ретаргетинг

Дата запуска: Не задана

Дата остановки: Не задана

Ограничение показов: Без ограничений

Дата создания: 12 марта 2024 в 17:00

Объявления

Детализация

Подробная статистика

Создать объявление

12 мар – 7 мая

Все активные

Действия

Поиск объявлений

Объявление	Статус	зна	Потрачено	Показы	Переходы	CTR	еCPM	еCPC	Заявки	CPL	CPF	Вступления	Сообщения
ПМЧ... период	II		2 468.39 Р	22 614	189	0.836 %	109.15 Р	13.06 Р	0	0.00 Р	0.00 Р	0	0
ПМЧ... период	II		2 476.34 Р	20 941	165	0.788 %	118.25 Р	15.00 Р	0	0.00 Р	619.08 Р	4	0
ПМЧ... период	II		2 473.26 Р	19 598	122	0.623 %	126.19 Р	20.27 Р	0	0.00 Р	824.42 Р	3	0
ПМЧ... период	II		8 548.76 Р	57 769	70	0.121 %	147.98 Р	12.10 Р	0	0.00 Р	275.76 Р	31	4
ПМЧ... период	II		8 545.01 Р	34 654	30	0.087 %	246.58 Р	26.05 Р	0	0.00 Р	96.01 Р	89	1
ПМЧ... период	II		2 470.10 Р	23 845	121	0.507 %	103.58 Р	20.41 Р	0	0.00 Р	2 470.10 Р	1	0
ПМЧ... период	II		3 204.78 Р	17 995	156	0.867 %	178.09 Р	20.54 Р	0	0.00 Р	74.52 Р	43	0
Всего: 7 объявлений			30 186.64 Р	197 416	1 787	0.905 %	152.91 Р	16.89 Р	0	0.00 Р	176.53 Р	171	5

Рекламный кабинет за все 2 месяца

Кампания с объявлениями формата "запись с кнопкой":

Клиенты

Статистика

Приложения

Настройки

Ретаргетинг

Оптимизация бюджета кампании: Выключена

Дневной лимит: Не задан

Общий лимит: Не задан

Дата запуска: Не задана

Дата остановки: Не задана

Ограничение показов: Без ограничений

Дата создания: 17 апреля 2024 в 16:35

Объявления

Детализация

Подробная статистика

Создать объявление

17 апр – 7 мая

Все активные

Действия

Поиск объявлений

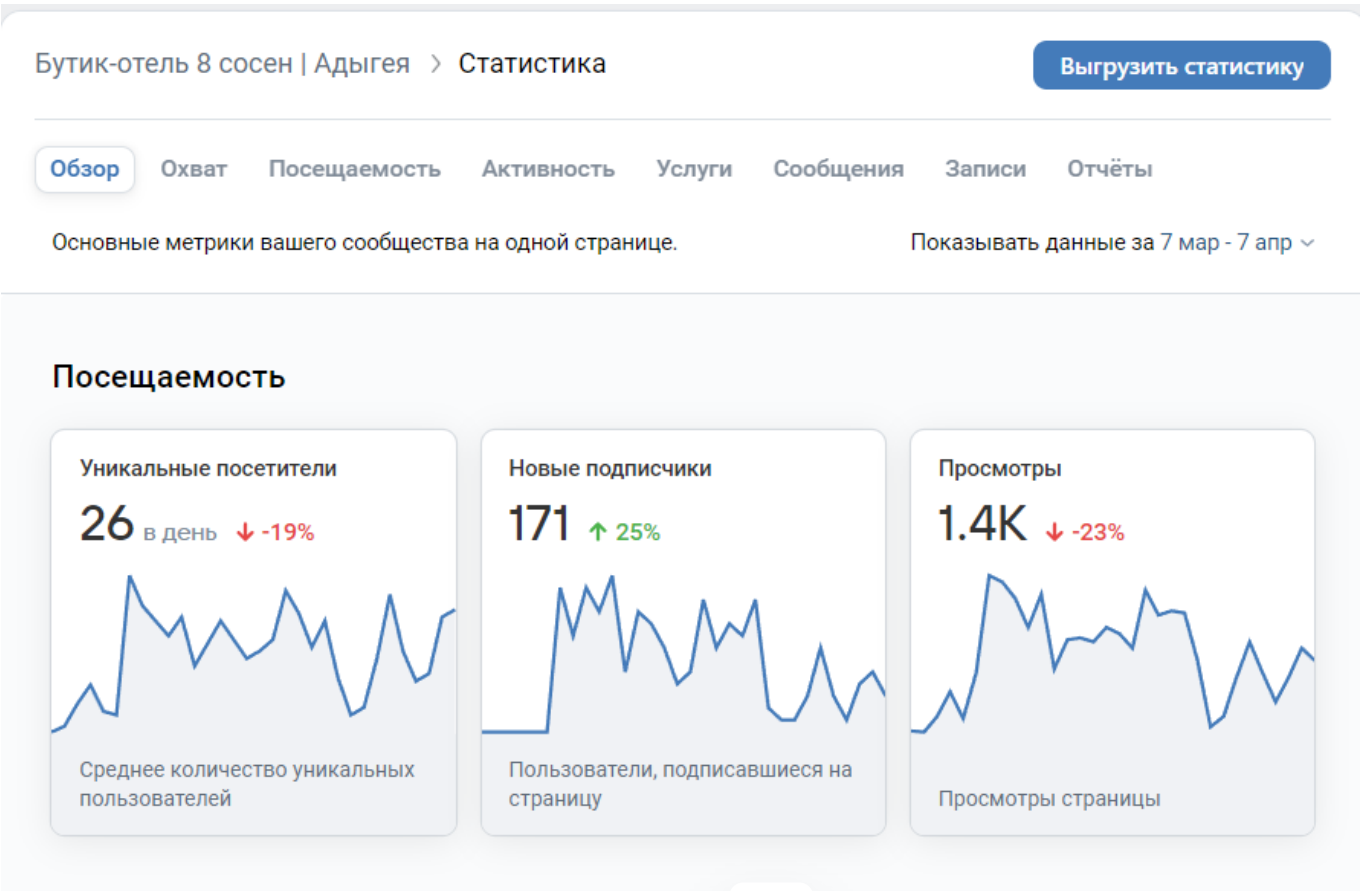
Объявление	Статус	Цена	Потрачено	Показы	Переходы	CTR	еCPM	еCPC	Заявки	CPL	CPF	Вступления	Сообщения
ЗМАТИ... а 1 период	II		1 352.61 Р	4 079	49	1.201 %	331.60 Р	27.60 Р	0	0.00 Р	338.15 Р	4	0
ЗМАТИ... а 1 период	II		1 346.50 Р	5 740	76	1.324 %	234.58 Р	17.71 Р	0	0.00 Р	70.86 Р	19	0
ЗМАТИ... а 1 период	II		1 354.48 Р	4 183	56	1.339 %	323.80 Р	24.18 Р	0	0.00 Р	270.89 Р	5	0
Всего: 3 объявления			4 053.59 Р	14 002	181	1.293 %	289.50 Р	22.40 Р	0	0.00 Р	144.77 Р	28	0

Статистика

Кампания с форматом запись с кнопкой

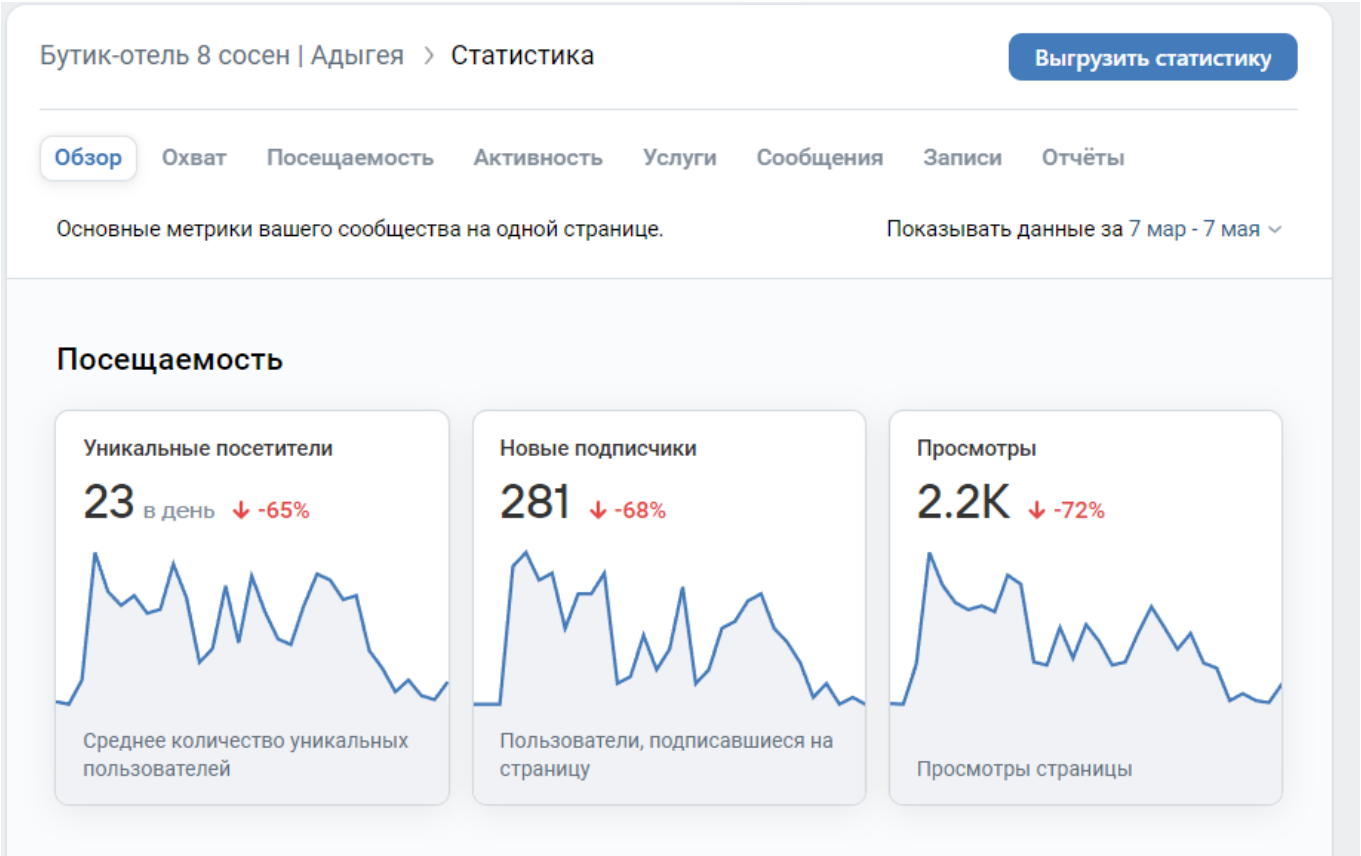
Статистика сообщества

1 месяц:



Статистика сообщества за первый месяц

Все 2 месяца:



Вывод

В конце 2 месяца клиент решил приостановить рекламу и направить бюджет на другие задачи. Возможно, реклама на подписку будет возобновлена позже.

На мой взгляд, результаты хорошие:

- цена подписчика отличная;
- активность аудитории заметно повысилась;
- поступали заявки в сообщения;
- много подписок через боты.

Но заявки обрабатывались очень долго, порой сутками. Мне приходилось напоминать об этих заявках. И суть обработки заявок сводилась к тому, что людям просто давали ссылку на сайт и короткий текст о том, что да, у нас есть барнхаусы, можно их бронировать через сайт, вот ссылка. Ввиду этого конверсия в бронь была невысокой.

Скрин стандартной обработки заявок:



Метки:

Информация: Краснодар · 39 лет

Комментарий: [Добавить комментарий](#)

Дата подписки: Не подписан

➔ Из рекламы ВКонтакте 175447257

17 марта

**Алексей** 11:03

Начать

Здравствуйте подскажите пожалуйста.цена на сутки

18 марта

**Бутик-отель 8 сосен | Адыгея** 4:25 (Георгий М.)

Посмотреть стоимость, свободные даты и забронировать вы можете на нашем официальном сайте - <http://8sosen.ru/> 🤖

Достаточно нажать кнопку «Забронировать», выбрать даты и указать количество гостей и вы увидите всю необходимую информацию о доступных вариантах для бронирования.

- Даты с ценой 7 000 рублей означают, что доступны и мини барны и большие барны.

- Даты с ценой 15 000 рублей означают, что доступны только большие барны.

Ждём вас ❤️

А в этом примере человек дважды написал подробно свой запрос, но ему так и не ответили:

Метки: [Управление метками](#)

Информация: Павловская

Комментарий: [Добавить комментарий](#)

Дата подписки: 15 апр в 9:12

Добрый день. Планируем к вам приехать на отдых. Только у нас компания состоит из 4х взрослых, 1 ребёнок 6 лет и 1 ребёнок 14 лет. Если арендовать двухэтажный домик там кровать и диван раскладной. Будет ли там место, чтобы разместить матрас надувной, чтобы все поместились?



Бутик-отель 8 сосен | Адыгея 11:09

Здравствуйте! 😊

Чтобы Вам было удобнее ориентироваться по достопримечательностям и точкам обзора нашего края, Республики Адыгеи, мы подготовили для Вас полезный файл

В нем собраны названия и координаты всех основных мест, которые стоит посетить 📍



[Список достопримечательностей.pdf](#)
4.5 МБ



Артём 11:10

Добрый день. Планируем к вам приехать на отдых. Только у нас компания состоит из 4х взрослых, 1 ребёнок 6 лет и 1 ребёнок 14 лет. Если арендовать двухэтажный домик там кровать и диван раскладной. Будет ли там место, чтобы разместить матрас надувной, чтобы все поместились?

Отложенный эффект

Сейчас, спустя почти 3 месяца после окончания сотрудничества, я вижу, что заявки через мой бот в меню сообщества продолжают поступать. Людям приходит подготовленный мной алгоритм бронирования домиков на сайте.

Это говорит, как минимум, о том, что я создал способ конвертации органического трафика, который приходит в их сообщество. Остается только помочь людям купить.

Я надеюсь, что они не бросят тех подписчиков, которых мы получили за это время, а будут работать над контентом, писать качественные, продающие и полезные посты в сообществе, тем самым прогревать и призывать их к бронированию отеля и поездки в Адыгею 🙏

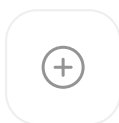
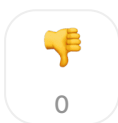
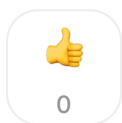
Если у Вас возникли **вопросы** по настройке таргетированной рекламы в Вашем проекте, или Вы хотите получить подробную информацию об услугах/консультациях и порядке работы, пишите мне в [личные сообщения](#) или по этой ссылке https://vk.me/loktev_sergey10

Сергей Локтев · 31 июля 2024, 21:53 · 0 реакций · 31 просмотр

Задонатить



Станьте первым донатером >



Оставьте комментарий

