



Что-то пошло не так! Помогите разобраться.

Образовательный проект S***, который помогает людям осваивать востребовательные IT- профессии обратился с проблемой - количество заявок на консультацию за последний месяц ниже ожидаемого = 224 заявки (31% < плана) по 4209,08 р. (41% > плана).

Задача:

Выявить причины снижения запланированного количества заявок на консультацию; разработать мероприятия, которые помогут увеличить количество заявок - **получить не менее 300 заявок на консультацию по стоимости <= 3186 р.**

Проделанная работа:

Проведен подробный анализ показателей прошлой рекламной кампании на каналах Яндекс.Директ поиск и VK Реклама в форматах “реклама сайта” и “лид-формы”, который показал на каком этапе рекламной кампании проблемы:

1. *Яндекс.Директ:*

конверсия переходы по рекламе/заявки на 50% < плана.

Предположение - аудитория не нашла на сайте того, что обещает объявление.

2. *VK Реклама:*

средняя кликабельность по рекламе на 32% < плана.

Аудитория недостаточно переходила по рекламе.

Предположение - креатив не вызывает желание по нему кликнуть.

3. *VK Ads Спб и ЛО “лид-формы”:*

реклама для Спб+ЛО недостаточно показывалась, на 25% < плана.

Возможная причина - для запланированных показов не хватило бюджета.

Аудитория хорошо оставляла заявки на сайте (146% > плана) и увеличении показов увеличит количество переходов по рекламе, как следствие - увеличит количество заявок.

Канал	Гео	Формат	План-факт анализ									
			Бюджет	Показы, факт	Переходы, факт	CTR	CPC	CPM	CR 1	Заявки	CPL	
Яндекс Директ	Мск+Мо	Поиск	101,39%	121,89%	116,16%	95,30%	87,28%	83,18%	36,42%	42,31%	239,64%	
	Спб+Ло	Поиск	110,12%	92,88%	100,44%	108,13%	109,64%	118,56%	48,18%	48,39%	227,58%	
	Новосибирск	Поиск	95,26%	103,75%	114,13%	110,00%	83,47%	91,82%	56,95%	65,00%	146,56%	
	Екатеринбург	Поиск	99,67%	96,12%	98,26%	102,22%	101,44%	103,69%	55,98%	55,00%	181,22%	
	Нижний Новгород	Поиск	100,36%	98,38%	93,38%	94,92%	107,48%	102,02%	71,39%	66,67%	150,55%	
Яндекс total			103,18%	104,42%	106,30%	101,80%	97,07%	98,81%	47,27%	50,25%	205,34%	
VK Ads	Мск+Мо	Реклама сайта	102,48%	137,07%	77,74%	56,72%	131,82%	74,76%	82,69%	64,29%	159,41%	
	Спб+Ло		98,27%	102,13%	60,88%	59,62%	161,40%	96,22%	109,50%	66,67%	147,40%	
	Мск+Мо	Лидформы	80,26%	98,25%	61,13%	62,22%	131,29%	81,69%	180,79%	110,53%	72,62%	
	Спб+Ло		75,91%	75,23%	55,17%	73,33%	137,59%	100,90%	246,71%	136,11%	55,77%	
VK total			88,29%	110,56%	67,46%	61,02%	130,87%	79,86%	148,23%	100,00%	88,29%	
TOTAL			97,67%	110,03%	88,90%	80,79%	109,87%	88,77%	77,77%	69,14%	141,27%	

Учитывая выявленные проблемы, для увеличения количества заявок на консультацию Образовательного проекта IT- профессий подготовлены материалы к новой рекламной кампании:

1. *Яндекс.Директ в формате Поиск* для увеличения конверсии переходы-заявки:

Анализ объявлений показал - несоответствие странице сайта, в некоторых объявлениях ссылки на сайт не открывались.

Объявление хорошо привлекало аудиторию на сайт (кликабельность 106%), но то что привлекало - аудитория на сайте не нашла и это возможная причина сниженного количества заявок от поисковой рекламы Яндекса.

Для новых объявлений:

- * были проработаны релевантные странице сайта поисковые запросы и фразы
- * использованы уникальные предложения, которые показывают преимущества образовательного проекта и мотивируют аудиторию получить консультацию
- * включены дополнительные элементы, которые отражают цель рекламы - заявка на консультацию
- * проставлены актуальные ссылки на страницу сайта

Предполагалось, что проработка и подготовка новых объявлений увеличит конверсию переходы/заявки за месяц в 1,5 раза.

2. *VK Реклама реклама сайта* для увеличения кликабельности рекламных объявлений:

Анализ объявлений показал - реклама перегружена информацией, изображения примелькались в интернете и это возможная причина заниженной кликабельности.

Объявления были переделаны на новые - с четкой графикой и текстами.

Предполагалось, что после обновлений кликабельность показы/переходы за месяц увеличится на 15%.

3. *VK Реклама Спб+ЛО лид-формы* для увеличения количества показов:

Опираясь на фактические показатели прошедшего запуска рекламы перераспределен бюджет по каналам и форматам.

Бюджет лид-формы Спб+ЛО увеличен на 10%, что предполагало увеличение количества показов на 7% и увеличение переходов по рекламе на 20% и, учитывая конверсию переход/заявка прошлого периода - увеличение количества заявок на консультацию на 17% за месяц.

Что получили в результате:

1. Увеличение средней конверсии переход/заявка рекламы Яндекс.Директ в 1,5 раза

(с 2,4 до 3,6%) за месяц.

2. Увеличение переходов по рекламе сайта в VK Ads на 20% (с 0,35 до 0,42%) за месяц.

3. Увеличение переходов к лид-формам в VK Реклама по Спб+ЛО на 30% (с 181 до 251) за месяц, как следствие - увеличение заявок на 27% (с 49 до 68).

Канал	Гео	Формат	Факт отчет								
			Бюджет	Показы, прогноз	Переходы, прогноз	CTR	CPC	CPM	CR 1	Заявки	CPL (стоимость лида)
Яндекс Директ	Мск+Мо	Поиск		20 177	1 596	7,91%	151 P	11 944 P	3,2%	50	4 794 P
	Спб+Ло	Поиск		13 889	1 126	8,11%	182 P	14 760 P	4,1%	46	4 494 P
	Новосибирк	Поиск		8 716	604	6,93%	101 P	6 999 P	3,5%	21	2 927 P
	Екатеринбург	Поиск		6 718	433	6,44%	141 P	9 080 P	3,9%	17	3 615 P
	Нижний Новгород	Поиск		8 596	530	6,17%	115 P	7 096 P	3,9%	21	2 949 P
Яндекс total				58 096	4 289	7,38%	147 P	10 827 P	3,6%	154	4 077 P
VK Ads	Мск+Мо	Реклама сайта		241 984	1 113	0,46%	72 P	330,60 P	1,7%	19	4 228 P
	Спб+Ло			210 379	778	0,37%	77 P	285,20 P	1,9%	15	4 057 P
	Мск+Мо	Лидформы		84 521	237	0,28%	407 P	1 139,60 P	21,0%	50	1 938 P
	Спб+Ло			75 947	251	0,33%	399 P	1 316,70 P	27,1%	68	1 472 P
VK total				612 831	2 379	0,39%	141 P	549 P	6,4%	151	2 222 P
TOTAL				670 928	6 668	0,99%	145 P	1 438,78 P	4,58%	306	3 158,55 P

Заключение:

В результате новой рекламной кампании, Образовательный проект IT- профессий получил 306 заявок на консультацию по стоимости 3158,55 р., что соответствует ожиданиям по количеству заявок, а стоимость одной заявки на 27,45 р. меньше предполагаемой.