

Разработали нетипичный лендинг для видеопродакшена и получили заявки на 480 000 ₽

///обложка кейса

Разработали нетипичный лендинг в высококонкурентной нише и получили заявки на 480 000 ₽ за 7 дней

////для карточки на сайте

Профессиональный продюсер 10 лет отработал в крупном видеопродакшене, а затем запустил свой. Но столкнулся с проблемой — как получить стабильный поток заказов? Мы предложили разработать лендинг, который был бы не просто красивым портфолио, а объяснял потенциальным клиентам, как видеоролик решит задачи их бизнеса.

В итоге сделали лендинг, отличающийся на 100% от того, что делают конкуренты, и привлекли за 7 дней заявки на 480 000 ₽. А какое конкретно решение мы предложили Заказчику — читайте в нашем кейсе.

1. Задача
2. Сложности
3. Как мы их решили
4. Чем всё закончилось
5. Впечатления Заказчика от результата

Задача или ситуация, с которой столкнулся заказчик

На первый взгляд — обычная задача

К нам в агентство обратился профессиональный продюсер, который сотрудничал с клиентами из «Сколково», «Роснефти», «Билайна» и других крупных компаний.

10 лет Гавриил работал в московском видеопродакшене, а затем запустил свой собственный — S-FILM. Но, как и многие предприниматели, столкнулся с вечной проблемой — как выделиться среди множества конкурентов и получить стабильный поток заказов?

Гавриил хотел запустить рекламу на свой сайт. Но изучив его, мы сделали вывод — для лидогенерации он не подходит. Сайт был без продающих элементов, больше имиджевый. Состоял из красивых изображений, но не объяснял, почему нужно оставить заявку. Мы убедили Заказчика не запускать рекламу на его старый сайт и предложили разработать новый, который бы стабильно приводил S-FILM клиентов. Гавриил согласился, и мы начали работу.

В чем была сложность задачи и как мы ее решили

Но всё оказалось сложнее

Сложность задачи заключалась в том, что в нише создания видеороликов очень высокая конкуренция. Чтобы стабильно получать новые заказы нужно выделяться среди множества подобных компаний. А чтобы это сделать, нужно тщательно их изучить, чем мы и занялись в первую очередь.

1. Провели анализ конкурентов

И выявили интересную закономерность — практически все их сайты выглядят одинаково, как картинная галерея. Они рассчитаны на клиентов, которые точно решили, что им нужно видео и уже выбирают исполнителя для съемки. Мы же предложили S-FILM охватить больше аудитории и создать сайт, в том числе и для тех, кто еще не на 100% решил, зачем его бизнесу видео.

Определили, что под эту задачу нужен продающий лендинг, который будет объяснять целевой аудитории, как видео поможет решить их проблемы.

2. Проанализировали ЦА

Провели глубокий анализ целевой аудитории, у S-FILM это предприниматели, и нашли с десяток их основных проблем. Выделили главную — у большинства бизнеса нет достойной презентации в онлайн, из-за чего компании теряют потенциальных клиентов.

///показать Figma и таблицы, что мы много данных собираем (желательно показать конкретно таблицу с анализом конкурентов (не показывая названий этих конкурентов и ссылок на них) или таблицу с анализом целевой аудитории

3. Предложили нетипичное решение

Мы изучаем много практик на рынке маркетинга в РФ и за рубежом и специально для этой задачи нашли новый подход к разработке продающего лендинга. Использовали методику, основанную на сторителлинге (storytelling) — маркетинговом приеме, который позволяет через рассказ продать услугу или товар. Этот подход оказался близок Гавриилу, так как в своей работе он тоже использует сторителлинг для создания сценариев видео.

///можно для визуализации показать яркий кадр из кино, возможно из Марвел (Железный человек был проводником для Человека-паука, как пример)

Мы взяли алгоритм сторителлинга, на основе которого создаются все блокбастеры в Голливуде, и адаптировали его для разработки продающего лендинга S-FILM:

1. В каждой истории есть главный герой. В нашей — это малый и средний бизнес.

2. Он встречается злодея, то есть сталкивается с проблемой — бизнес недополучает прибыль из-за своей слабой презентации в онлайне.

3. Герой встречается помощника, который подсказывает, как победить злодея — предлагаем снять видеоролик для бизнеса.

4. Помощник должен подтвердить фактами, что его словам можно доверять — демонстрируем эмпатию + реализованные проекты.

5. Помощник помогает герою составить план по уничтожению злодея — рассказываем про 3 шага, которые помогут решить проблемы и увеличить прибыль.

7. Пора действовать. В конце помощник еще раз напоминает герою о его задачах и призывает начать их решать — предлагаем оставить заявку и получить чек-лист.

Мы продумали яркую дизайн-концепцию в фирменных цветах компании и разработали сайт. В итоге он получился, на 100% отличающийся от того, что делают конкуренты.

///показать скриншоты сайта S-FILM

Затем мы подключили системы аналитики и запустили рекламу в Яндекс Директ.

///показать креативы

Результат

Получили заявки на 480 000 ₽

Сделали тестовый запуск рекламы и уже в первую неделю получили 7 целевых лидов. Одну сделку компания тут же закрыла на 65 000 ₽ и окупил расходы на продвижение. На согласовании остались заказы на 480 000 ₽.

///если возможно, показать скриншоты, подтверждающие эту информацию

Все лиды пришли уже «теплые». Потому что, посмотрев сайт, они поняли, как профессиональный видеоролик поможет решить их задачи.

Так глубокий анализ конкурентов и целевой аудитории позволил понять, как охватить больше потенциальных клиентов. А наше изучение различных маркетинговых подходов и разработка собственных методик помогли найти нестандартное решение, чтобы помочь S-FILM отстроится от конкурентов и сделать что-то принципиально новое на устоявшемся рынке видеоуслуг.

Отзыв

Отзыв Заказчика

Гавриил Е. — основатель S-FILM:

«Makot Digital предложили использовать новый подход — это меня и зацепило. Впечатлила основательность в анализе ЦА и конкурентов — очень много данных собирают (и для удобства работы систематизируют их в понятные таблицы), оценивают бизнес с разных сторон — реально погружаются в вопрос. Результат оказался еще лучше, чем я ожидал. Мы начали быстро получать целевые заявки и тут же окупили расходы на продвижение».

///Оформить в виде реального отзыва (скриншота сообщения), желательно показать фото (если заказчик согласится) (или хотя бы вместо фото на аватарке - логотип компании).

Мораль

Заметными можно стать даже в высококонкурентной нише

Для этого нужно найти незадействованные возможности и подобрать для них эффективные инструменты.

Оффер для потенциальных клиентов

Поможем найти нетривиальный подход к вашей задаче и выделим бизнес среди конкурентов.

Оставьте заявку — мы проведем бесплатный экспресс-анализ вашей ниши.

Проанализируем ваш бизнес и бизнес конкурентов. В анализ включим:

- качество сайтов
- контент-маркетинг
- рекламную активность

И предложим предварительные варианты решения ваших задач.

///форма отправки заявки

///попробовать вставить мокап лид магнита