

Как комплексный подход к запуску медийной кампании дал кратный рост продаж?

Маргарита Чаплыгина

Руководитель группы поддержки медийных продаж, Яндекс

Вячеслав Фролов

Руководитель группы платного трафика, «Лазурит Мебель»

Сегодня с вами



Яндекс

Маргарита Чаплыгина
Руководитель группы поддержки
медийных продаж



«Лазурит Мебель»

Вячеслав Фролов
Руководитель группы
платного трафика

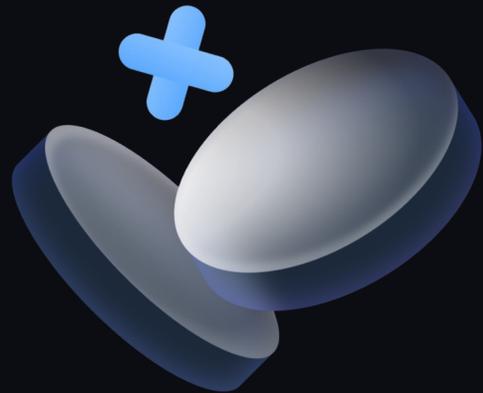
О бренде

«Лазурит Мебель» — один из крупнейших мебельных магазинов в России.

«Лазурит Мебель» продаёт корпусную и мягкую мебель. Около 90 % аудитории смотрит каталог онлайн, а затем покупает мебель в офлайн-магазине

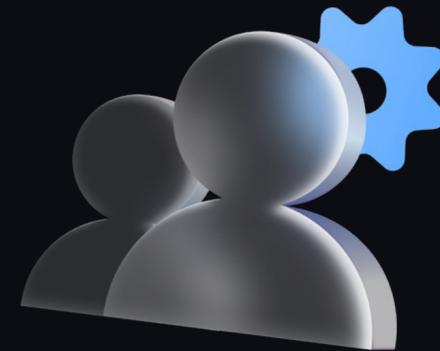


Задачи кампании



**Поддержать новую
коммуникационную стратегию**

В фокусе которой — забота о клиенте



**Определить эффективную
конфигурацию охватной РК**

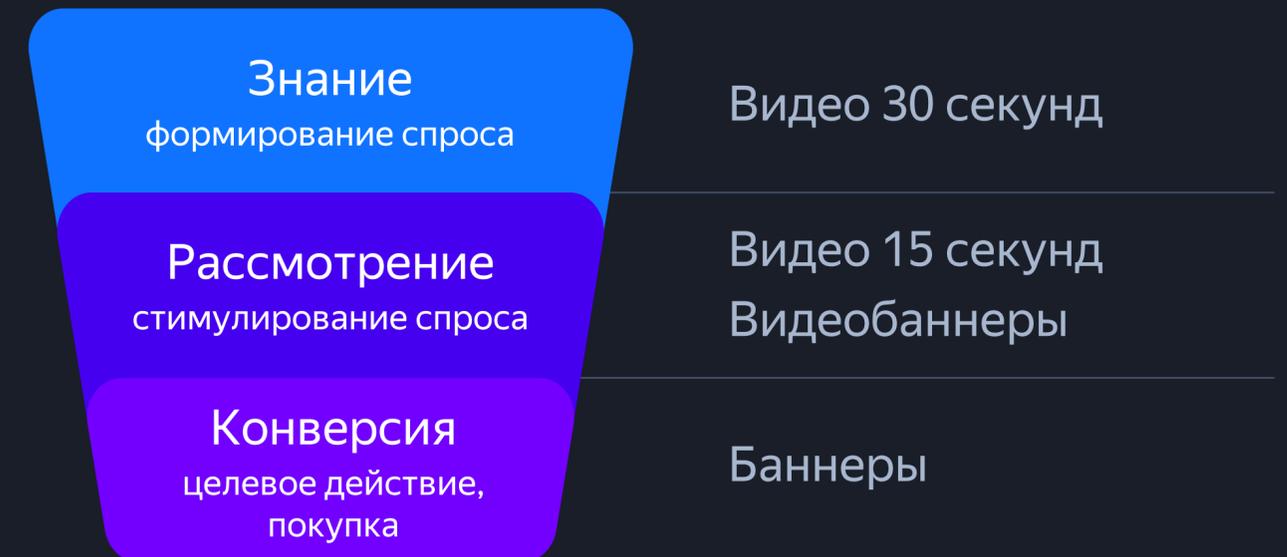
Для максимизации конверсии
на сайте и дохода с есот-продаж

2 подхода

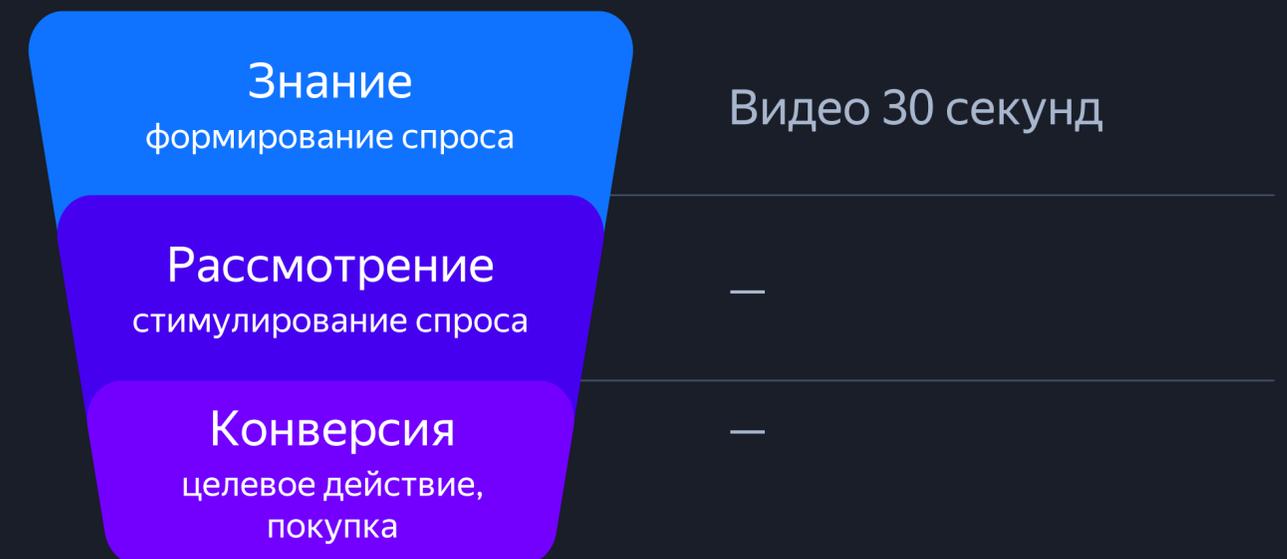
Комплекс форматов и монозапуск охватного видео

- 📅 **Сроки:**
ноябрь — декабрь 2022 года
- 🚩 **В качестве таргетинга выбрали базовые сегменты таксономии Директа:**
 - Возраст аудитории — от 18 до 54 лет
 - Доход — средний и выше
 - Интересы — «Мебель», «Дизайн интерьера», «Жилая недвижимость в новостройках»
- ⚙️ **Для эксперимента сегменты аудитории разделили на две непересекающиеся группы, на которые были запущены кампании А и В**

Кампания А



Кампания В



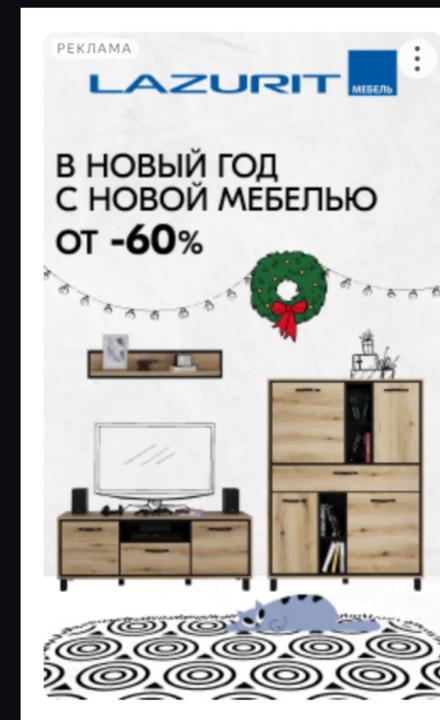
Кампания В

✓ Видео 30 сек.



Кампания А

- ✓ Видео 30 сек.
- ✓ Видео 15 сек.
- ✓ Баннеры



**Комплексный подход помог
удержать аудиторию на сайте
и «подогреть» интерес**

×2

дольше длительность сеанса
при проработке воронки



Работа на всех этапах воронки даёт сильный brandformance-эффект

×8

Больше post-view покупок при комплексном подходе

×6

Выше доход по цели «Есот-покупка» у тестовой группы

Более половины покупок совершили пользователи, которые контактировали с рекламой **3 раза**

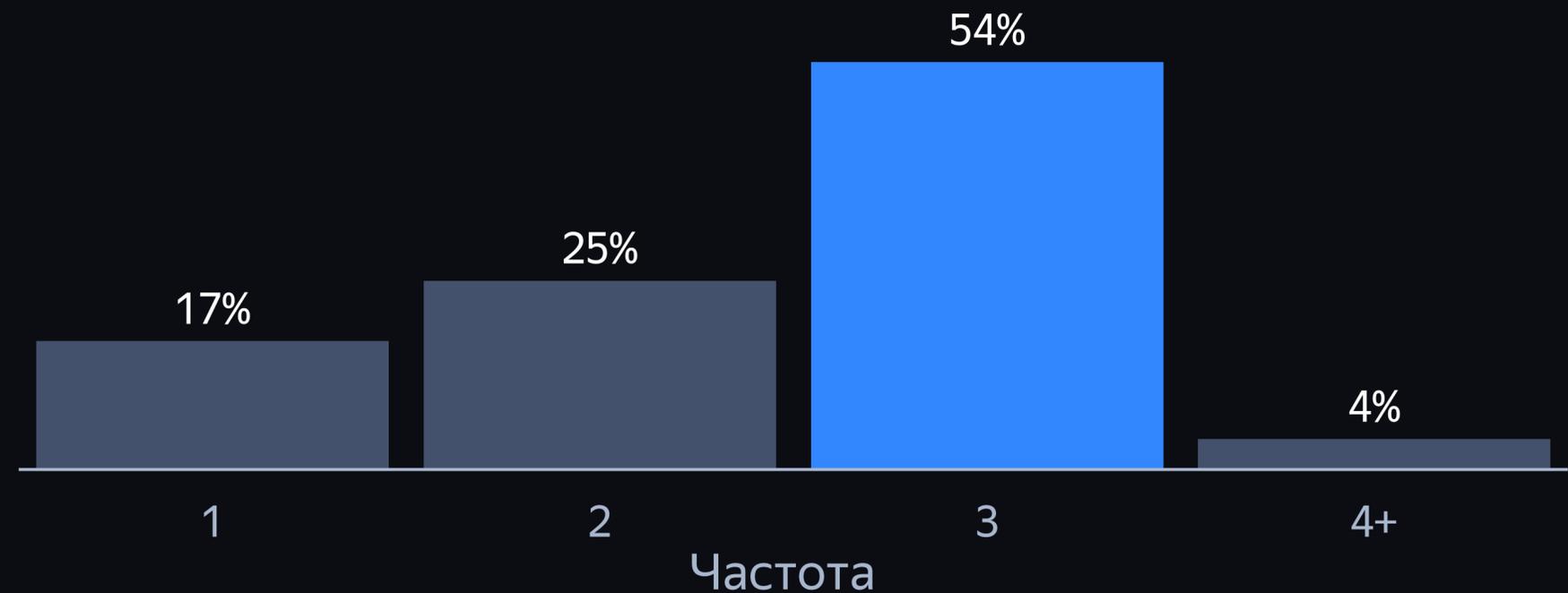
3,4

Частота Кампании А

1,9

Частота Кампании В

Доля покупок



Польза для бизнеса

+140%

CR в покупке

+530%

Доход

Вместо выводов: составляющие успеха

Работайте
на всех этапах
воронки

1

Тестируйте
форматы
и подходы

2

Не бойтесь
усложнять

3

Желаем успешных рекламных кампаний!

Маргарита Чаплыгина
Руководитель группы
поддержки медийных
продаж, Яндекс

Вячеслав Фролов
Руководитель группы
платного трафика,
«Лазурит Мебель»