

DIGIMATIX



D I G I T A L A G E N C Y

Ваш менеджер:

Яна Прохорова

+7 (812) 426-12-28

sales@digimatix.ru

digimatix.ru



КЕЙС

3 484 заявки для салона массажа
в Санкт-Петербурге
через таргетированную рекламу

3 484 заявки для салона массажа в Санкт-Петербурге через таргетированную рекламу

Всем привет, это DIGIMATIX. В 2022 году мы запустили первую рекламную кампанию для салона массажа в Санкт-Петербурге. Модерация объявлений, отсутствие посадочной страницы, новый рекламный кабинет: все это не остановило нас и принесло нашему клиенту свыше 3 000 заявок. Как мы это сделали? Читайте в нашем новом кейсе.

О клиенте

Клиент владеет массажным салоном в центре Санкт-Петербурга. В числе услуг: общий массаж тела, антицеллюлитный и спортивный массаж. Также в салоне можно приобрести сертификаты и абонементы на услуги.



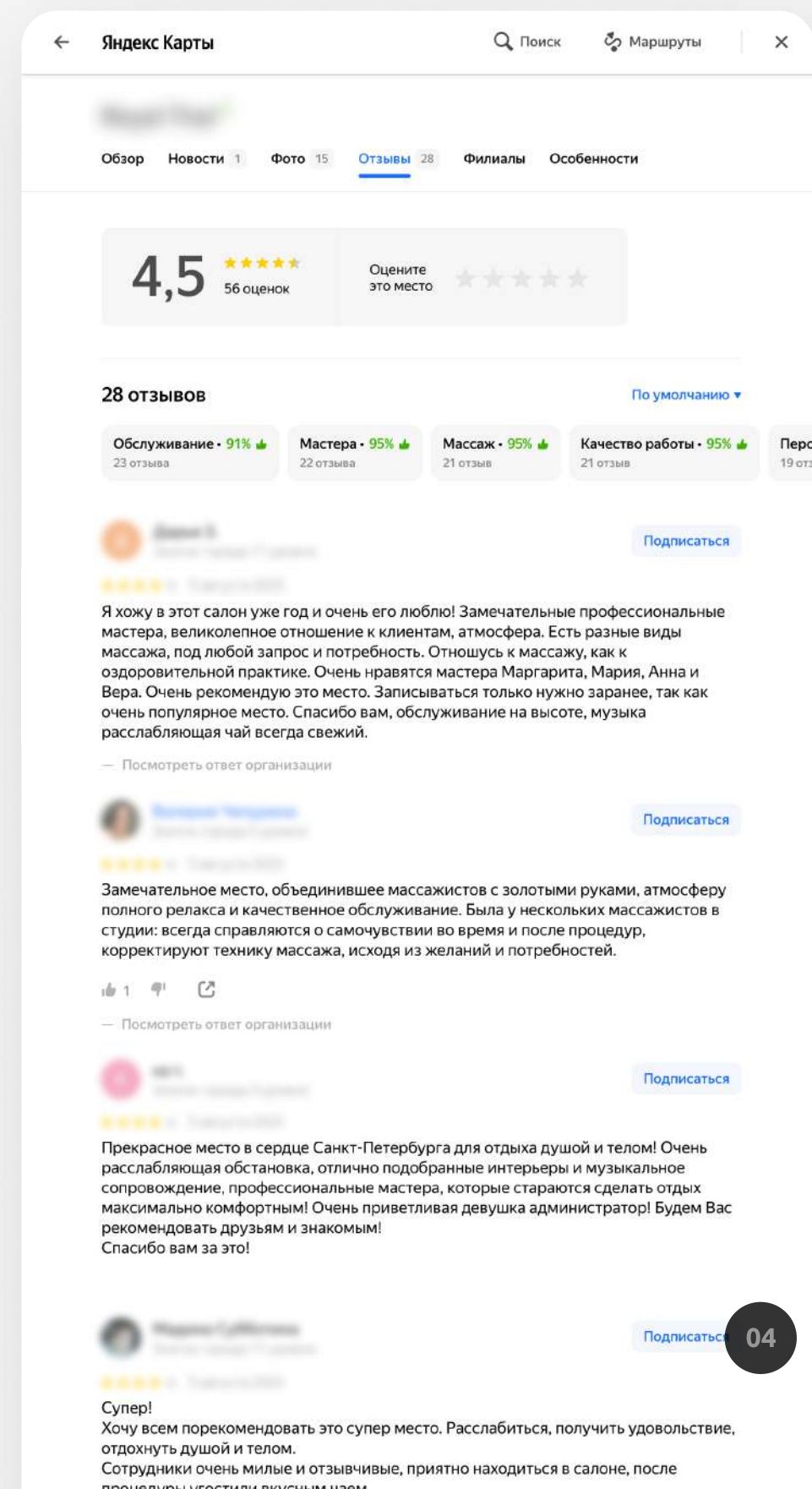
Что было “до”

Для продвижения салона клиент использовал социальные сети Instagram* и ВКонтакте. Несколько раз, он самостоятельно запускал рекламные кампании, но заявки стоили дорого, поэтому клиент решил воспользоваться услугами наших специалистов. Помимо запуска рекламных кампаний, клиент сделал сайт-визитку с помощью Яндекс Бизнеса и разместил информацию на Яндекс картах и 2ГИС. Также в салоне действовала постоянная акция «Приведи подругу и получи скидку 20% на следующую процедуру», именно благодаря ей росла клиентская база, а новые гости становились постоянными клиентами.

Но в последний год произошёл отток постоянных клиентов, так как средний чек на услугу поднялся на 30%. Также как и во многих компаниях, оказывающих услуги в сфере красоты и здоровья, клиент наблюдал высокую активность в вечернее время и выходные дни, в то время, как запись в дневное время в будни сохраняется на уровне 40%.

В связи с этим, перед нами стояло две амбициозных задачи:

- / повысить количество записей в будние дни до 80–90%;
- / выстроить маркетинговую стратегию таким образом, чтобы росло количество постоянных клиентов.



Создание посадочной страницы

Первым этапом работы с проектом стало создание посадочной страницы. Сайт, созданный клиентом на Яндекс Бизнесе не подходил для того, чтобы вести на него трафик. Мы предложили разработать новую посадочную страницу на платформе Тильда. Этот выбор обусловлен быстрой скоростью разработки и относительно низкой стоимостью.

В процессе разработки особое внимание уделялось простоте использования и удобству интерфейса ресурса. Дизайн сайт отражает атмосферу умиротворения и расслабления, характерную для массажных салонов.

Одной из ключевых фишек посадочной страницы стал квиз, с помощью которого можно подобрать мастера в соответствии с пожеланиями и записаться к нему. Это решение упростило процесс выбора мастера, делая его лёгким и приятным для пользователей.



Какой вид массажа вам интересен?

Классический

Антицеллюлитный

Спортивный

Релакс

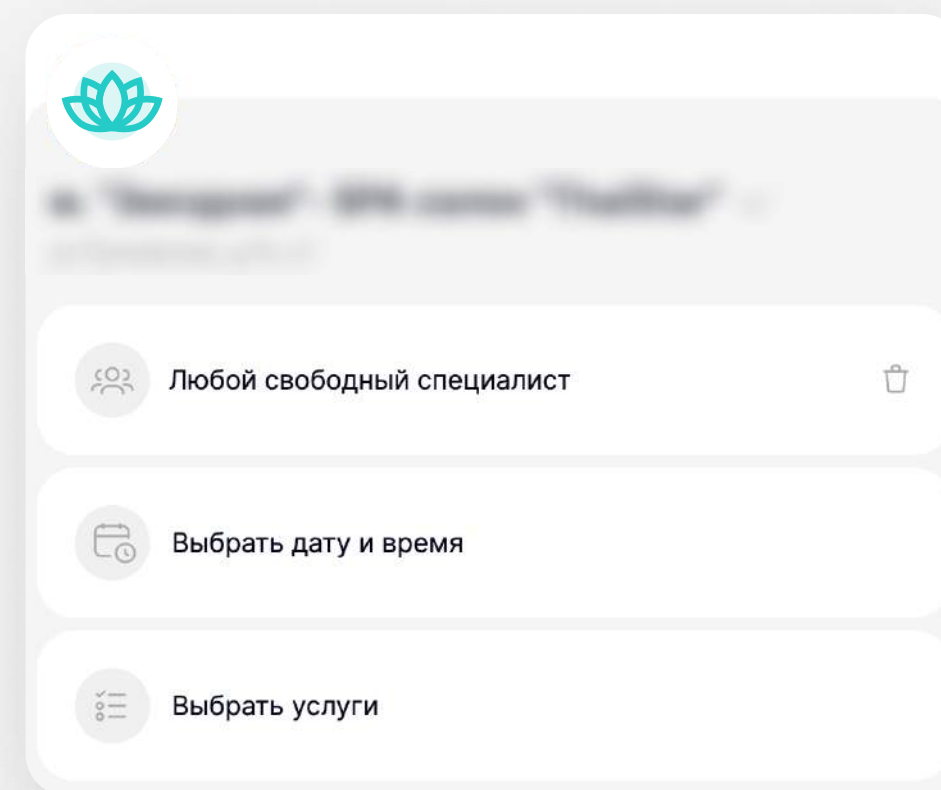
Назад

Далее >

Изменение способа записи

Во время проведения анализа, мы заметили, что клиент не использует средства онлайн-записи в салон. Для записи необходимо позвонить или заполнить форму обратной связи. Эти методы отнимают время, как у пользователя, так и у администратора. Мы предложили упростить путь клиента и внедрить систему онлайн записи через сервис YClients.

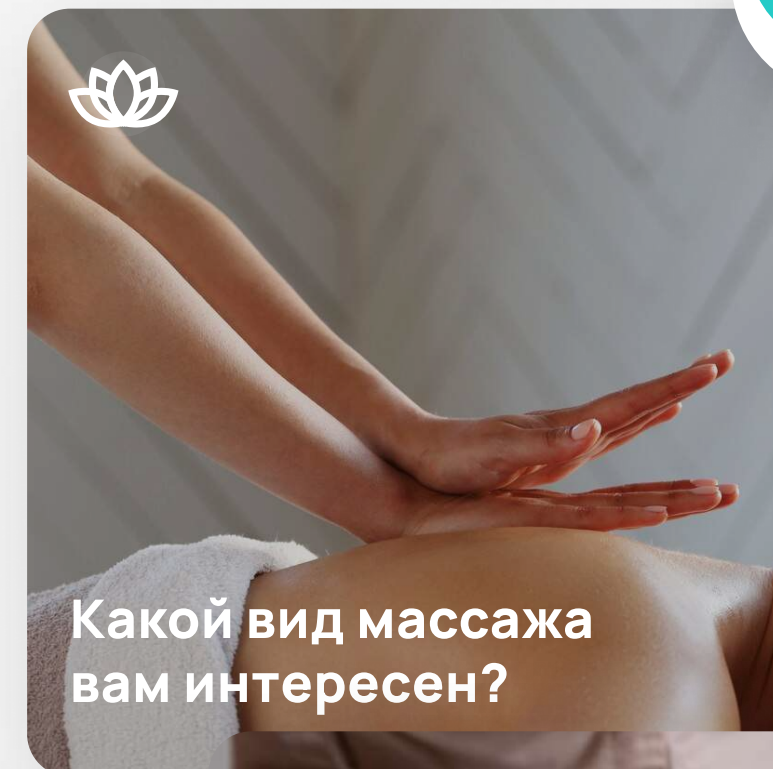
В первый месяц после внедрения, мы оценили эффективность данного решения и увидели, что 60% записей совершались с помощью онлайн-записи. Пользователи позитивно восприняли данное нововведение, а у администратора появилось больше свободного времени, которое он тратит на общение с гостями и создание приятной атмосферы.



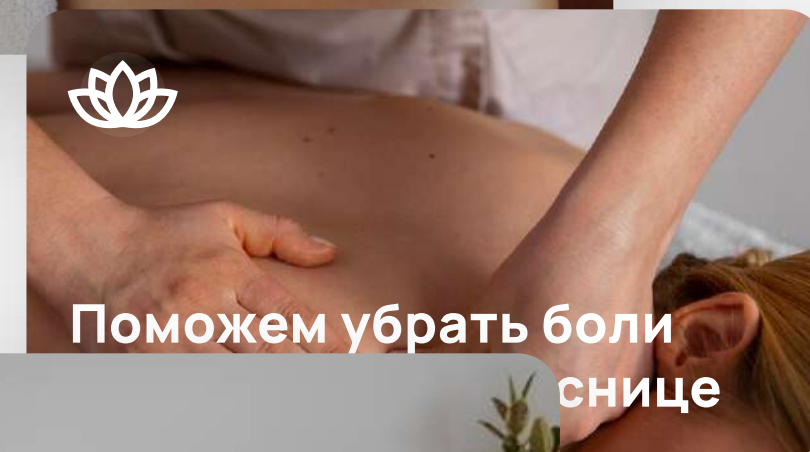
Работа с социальными сетями

Ещё одним из важных этапов стала работа с социальными сетями, так как первым платным каналом, который мы собирались использовать была таргетированная реклама. Клиент не уделял внимание социальным сетям, поэтому начать мы решили с формирования фирменного стиля и контент-плана. У клиента было два основных пожелания: сделать профили живыми и создать удобные визуальные макеты, которые в дальнейшем он сможет самостоятельно редактировать и таким образом самостоятельно вести страницы.

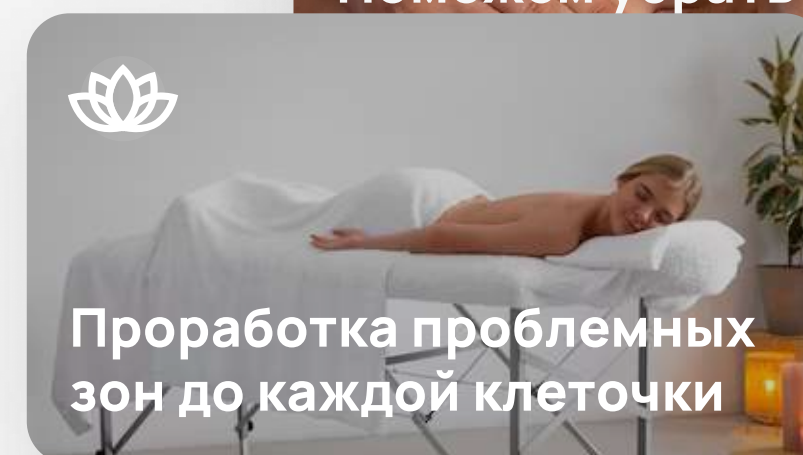
После сбора примеров оформления и согласования понравившихся, наши дизайнеры разработали две дизайн-концепции, которые отправили на согласование клиенту. Также мы составили контент-план на два месяца, который включал в себя 2 основных типа контента: информационный и продающий. Небольшое количество рубрик позволило нам сделать макеты, в которые клиент может самостоятельно вставлять картинки и наполнять страницы самостоятельно.



Какой вид массажа вам интересен?



Поможем убрать боли в спине



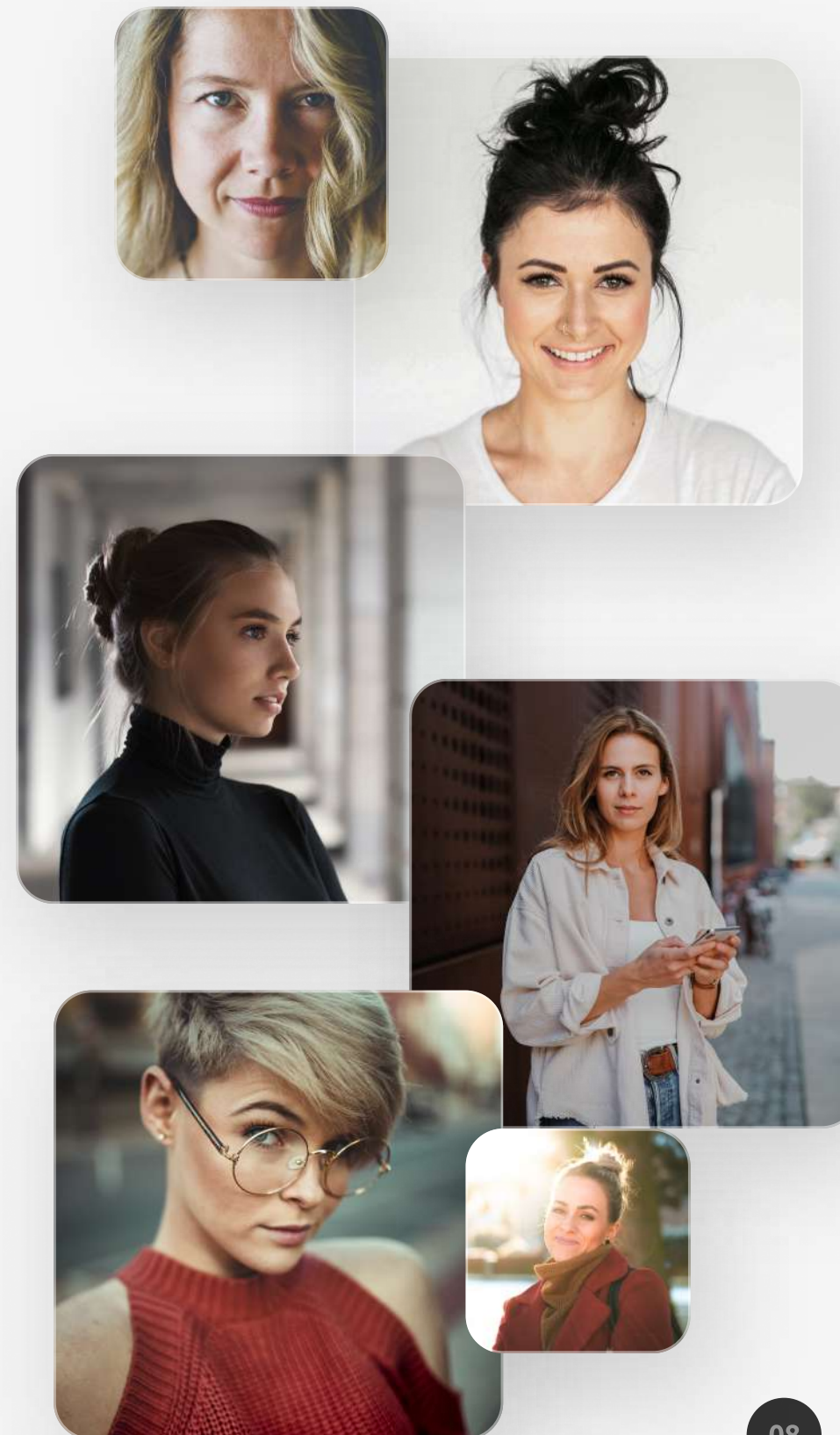
Проработка проблемных зон до каждой клеточки

Запуск таргетированных рекламных кампаний

Запуск рекламных кампаний пришёлся на май 2022 года, к тому времени Instagram* уже ушёл из России, поэтому мы сосредоточились на инструментах рекламного кабинета Вконтакте.

В ходе работы, мы сегментировали целевую аудиторию и выделили 4 основных портрета:

- / Женщины от 18 до 45 лет, которые интересуются массажем и здоровьем.
- / Женщины от 18 до 45 лет, которые интересуются красотой и уходом за собой.
- / Женщины от 18 до 45 лет, которые хотят похудеть с помощью антицеллюлитного массажа.
- / Молодые мамы, которые также хотят улучшить своё тело и здоровье.



Запуск таргетированных рекламных кампаний

Одной из сложностей, с которой мы столкнулись стала модерация рекламных объявлений. Так, для продвижения антицеллюлитного массажа, нам было необходимо прислать лицензию на осуществление медицинской деятельности. При этом классический массаж тела ее не требовал. Для запуска объявлений мы решили не писать слово “антицеллюлитный”, а указать его свойства, например “массаж, помогающий похудеть”.

Во время тестирования, мы попробовали две стратегии ведения трафика: на сообщества в группу в ВК и на посадочную страницу. Спустя две недели получили следующие результаты: цена заявки из группы в ВК составила 552 рубля, в то время как цена заявки с сайта составила 357 рублей.

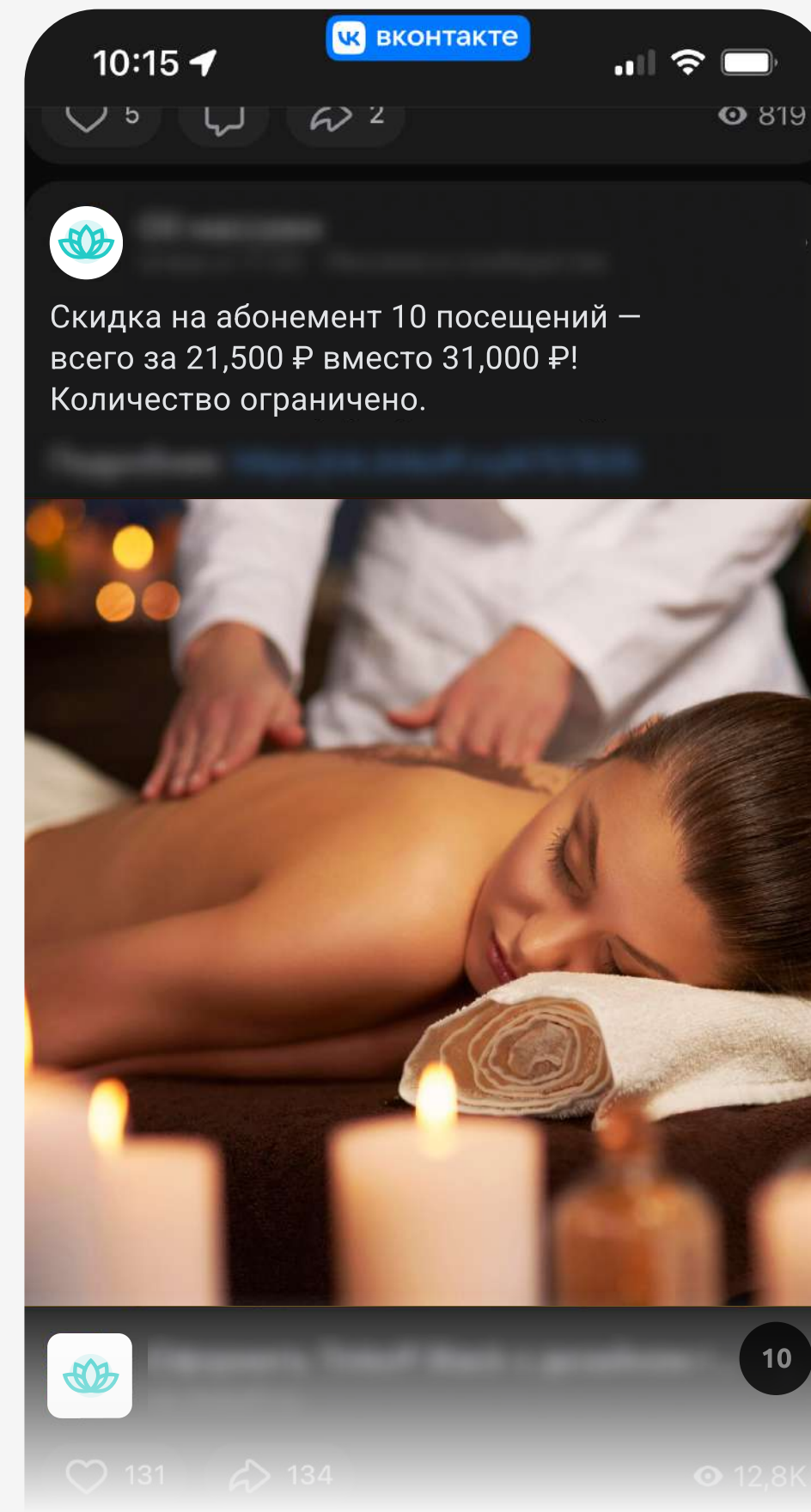


Запуск таргетированных рекламных кампаний

Мы отключили рекламу на группу во ВКонтакте и продолжили масштабировать рекламные кампании, ведущие на сайт. Спустя месяц мы также отключили аудиторию мам, так как она работала хуже всего.

В первые 3 месяца рекламный бюджет составлял 100 000 рублей, но с увеличением клиентской базы бюджет был сокращен до 50 000 рублей в месяц.

За 13 месяцев работы в данном рекламном кабинете, мы получили 2614 заявок, средняя стоимость заявки составила 306 рублей.

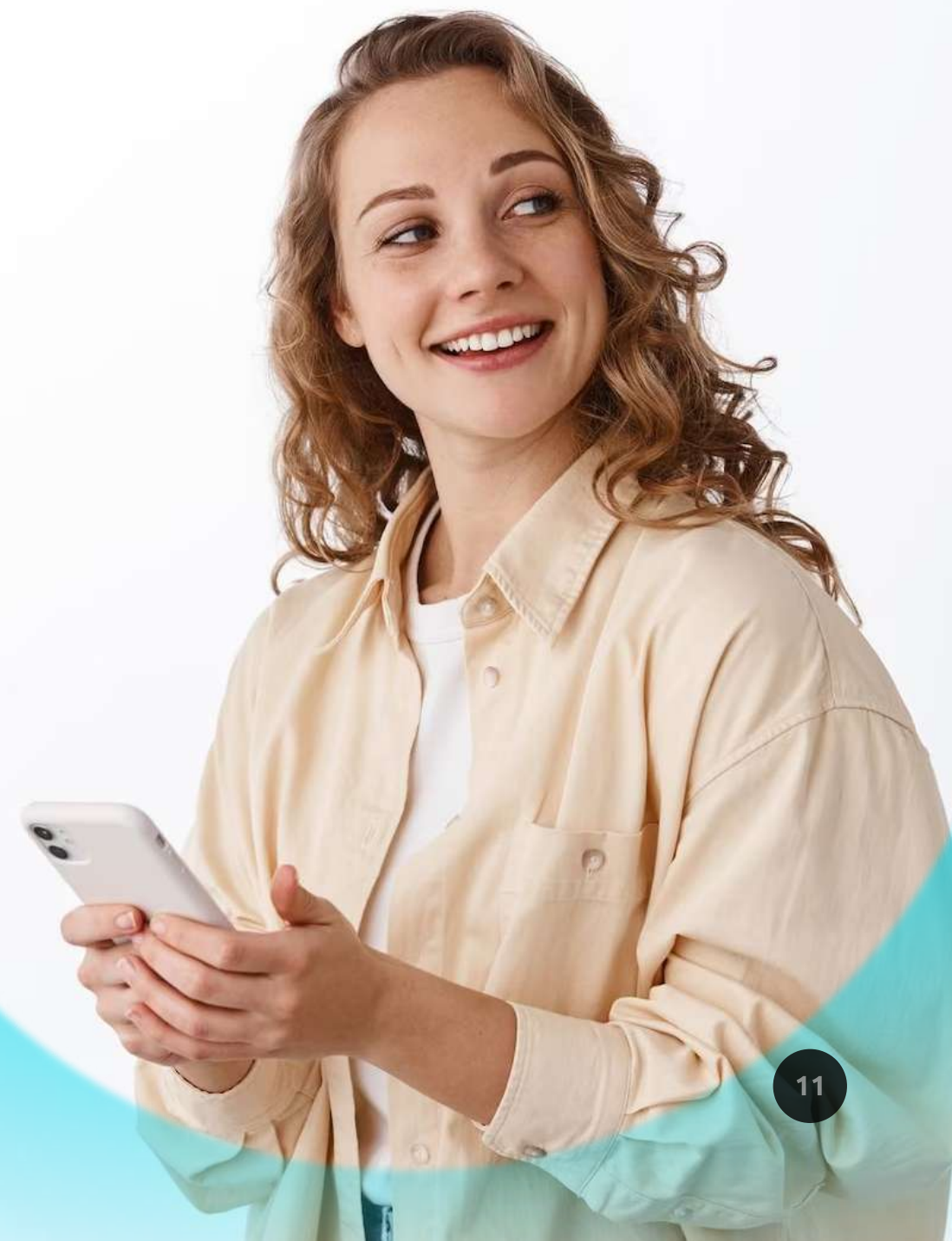
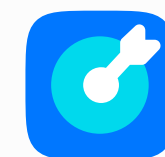


Переход на VK рекламу

В июле 2023 года мы осуществили переход в рекламный кабинет VK рекламы, так как предыдущие кабинеты перестали функционировать. В новом рекламном кабинете, мы продолжили работать со старыми стратегиями, а также приняли решение запустить рекламу по ключевым словам. В первый месяц работы, мы увидели, что количество заявок упало, увеличилась цена клика, поведенческие метрики, такие как процент отказов и глубина просмотра также ухудшились.

Мы решили протестировать одну гипотезу, а именно разделить трафик. Дело в том, что VK реклама задумывалась, как площадка, с помощью которой можно запустить рекламу на всех платформах проекта VK: Одноклассники, рекламные сети, ВКонтакте, проекты VK. Для каждой площадки была создана собственная группа объявлений. Спустя неделю тестов, мы получили первые результаты: рекламные сети принесли самый плохой результат – процент отказов высокий, время на сайте низкое, а самое важное цена заявки составляла 791 рубль. Площадка была отключена. Спустя месяц после отключения, мы не только вернулись к тем результатам, которые получали с помощью предыдущего рекламного кабинета, но и улучшили их, в том числе благодаря запуску рекламы по ключевым словам.

За 5 месяцев работы мы потратили 249 851 рубль, получили 870 заявок, средняя стоимость заявки составила 287 рублей.



Ретаргетинговые рекламные кампании


Конечно, мы собирали рекламные кампании в том числе и с помощью пикселя на сайте, но мы расскажем о другом.

Так как для клиента было крайне важно нарастить базу постоянных клиентов, мы предложили запустить рекламные кампании по базам номеров телефонов клиентов, которые уже приходили на массаж, но в течение 1,5 месяцев не приходили в студию повторно. Для них также была подготовлена ещё одна скидка на массаж — 15%. Это было обусловлено тем, что вернуть клиента всегда проще, чем получить нового.


Данная кампания стала очень успешна и по результатам 15 месяцев её работы — 62% клиентов из повторно пришедших на массаж посещали студию после более 5 раз.



Рекламные креативы


 **Массаж в Санкт-Петербурге**
Реклама · 0+

Массаж в центре Санкт-Петербурга со скидкой 20%. Проработка всего тела, умиротворяющая атмосфера, вежливый персонал. Успей записаться!
[Показать ещё](#)




Сообщество
vk.com

Вступить

 **Массаж в Санкт-Петербурге**
Реклама · 18+

Массаж в центре Санкт-Петербурга. Профессиональный массаж со скидкой 20% в центре Санкт-Петербурга. Проработка всего тела, вежливый персонал, умиротворяющая атмосфера, вкусный чай. [Показать ещё](#)



Успей забронировать скидку 20%

Форма опроса

Подробнее

Результаты работы

В настоящий момент, мы остановили рекламные кампании, так как наш клиент получает достаточное количество записей за счёт постоянных клиентов.

В ближайшее время планируется открытие второй студии, а мы продолжим реализовывать рекламную стратегию.

Потрачено на рекламные кампании

1 049 851 ₹

Средняя стоимость заявки

301 ₹

Получили заявок

3 484

DIGIMATIX

»»» DIGITAL AGENCY

Желаете улучшить результаты ваших
рекламных кампаний?

Напишите нам, мы обсудим Вашу задачу.

digimatix.ru

СПб, Б. Сампсониевский, 60У

+7 812 426-12-28

sales@digimatix.ru