

DIGIMATIX



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

Ваш менеджер:

Прохорова Яна

+7 (812) 426-12-28

sales@digimatix.ru



КЕЙС

Делаем 35 заявок в месяц
на дома премиум класса

Делаем 35 заявок в месяц на дома премиум класса

Компания занимается строительством домов из бруса.

Качество и стоимость домов выше среднего по рынку.

О задаче

У клиента были хорошо прокаченные социальные сети. Они были основными каналами публикации. Также компания использовала публикации в печатных изданиях. Тем не менее основная масса клиентов приходила по рекомендации от партнеров: архитекторов и дизайнеров. Социальные сети не приносили заявок, поэтому нам нужно было выбрать и сделать упор на том канале, который будет приносить заявки.

Период работ: **Август 2020 – настоящее время**

Регион: **Подмосковье**

Что было сделано?

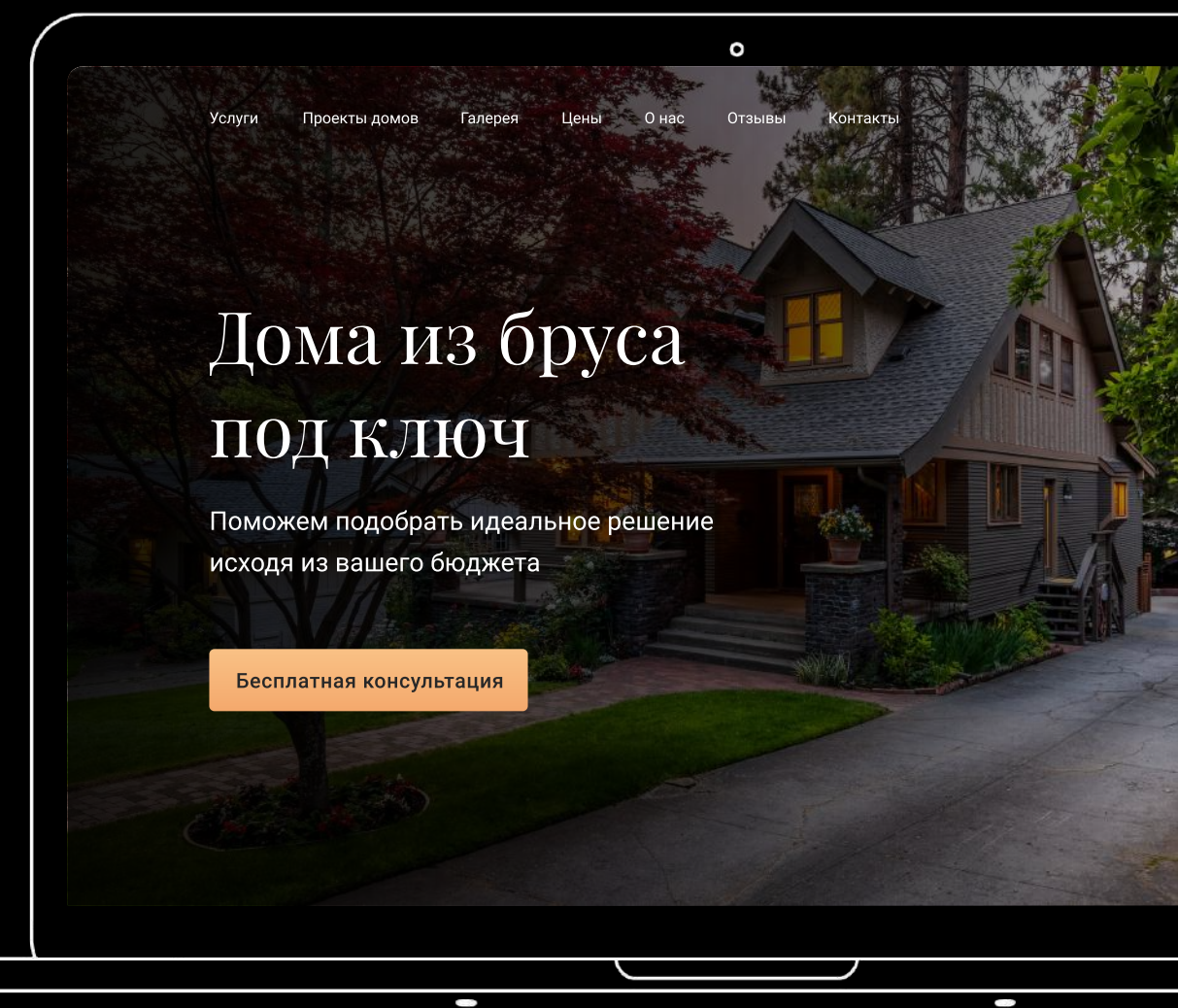
» Делаем упор на сайт

Мы создавали сайт клиента с нуля. Он хотел небольшой, но законченный сайт с возможностью масштабироваться. Мы разработали сайт, состоящий из шести основных страниц.

Совместно с клиентом было принято решение не размещать типовые проекты с указанием цены, а сделать упор на индивидуальные проекты с персональным расчетом цены. На сайте мы сделали упор на контент и фотографии клиента, которые были в идеальном состоянии.

Также мы сконцентрировали внимание пользователя на контроле качества, на производстве домов и гарантийных обязательствах.

Дом – дело серьезное и нам необходимо было повысить коэффициент доверия и заинтересованности пользователей. Сравнив наш сайт с посадочными страницами конкурентов, мы сделали вывод, что нам удалось выгодно представить продукт потребителям при этом закрыв все страхи, связанные с эксплуатацией дома.



Что было сделано?

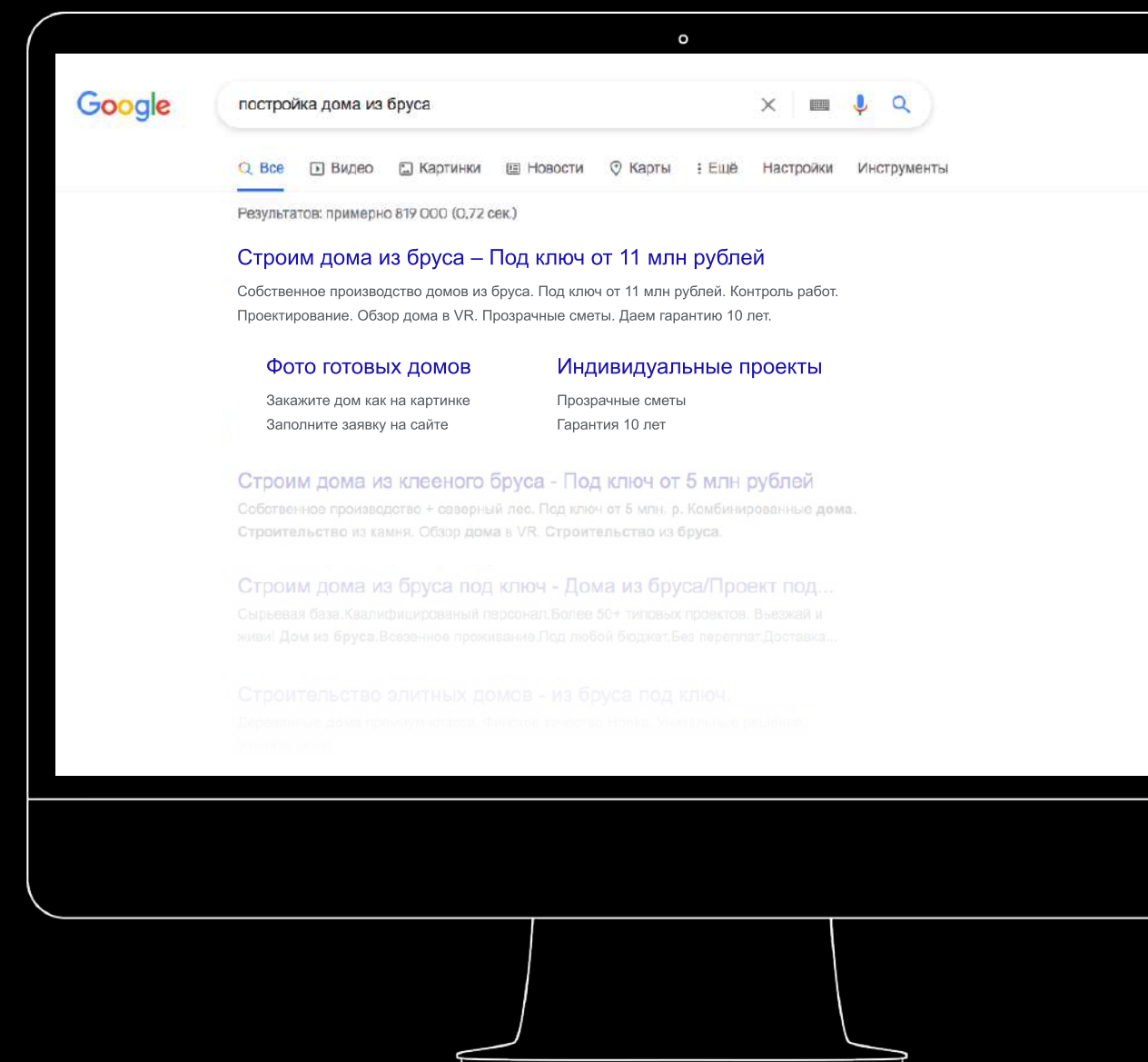
» Сайт - сайтом, а с рекламой-то что?

Мы подготовились к запуску рекламных кампаний.

Для начала выбрали контекст. Клиенты на бюджетные и средние по стоимости дома нам не подходили. Не смотря на то, что мы ограничили ключи, все равно приходил трафик без конверсий.

Мы решили действовать решительно и стали публиковать цену в объявлениях. CTR упало, трафика стало меньше, цена клика увеличилась, но к нам на сайт стали приходить более целевые пользователи. Прошла неделя, а конверсии не появлялись.

Тут нужно отдать должное клиенту, мы заранее общались с ним и обсуждали, что результат будет не сразу и возможно не такой, как предполагалось. Клиент во всем содействовал нам и не ждал результатов сразу.



Что было сделано?

» Возвращаемся к сайту

Мы вернулись к сайту и решили установить на нем стартовую цену на покупку дома из бруса, чтобы сориентировать клиента. За счет этих простых действий у нас увеличилось время нахождения пользователей на сайте, а также глубина просмотров.

Трафика на сайте все равно было немного, поэтому провести глобальную оптимизацию не представлялось возможным. Важно, мы не говорим тут об элементарной чистке запросов, которую мы и так проводили на старте рекламной кампании ежедневно, а в последствии регулярно.

И вот он первый лид

Но стоимость его целых 12 000 , что несомненно дорого.

Мы продолжили набирать трафик на сайт, анализировать и оптимизировать.



Дом у озера
10 650 000 руб.

Загородный дом из бруса

11 144 000 руб.

Подробнее

Что было сделано?

Мы идем в Facebook*

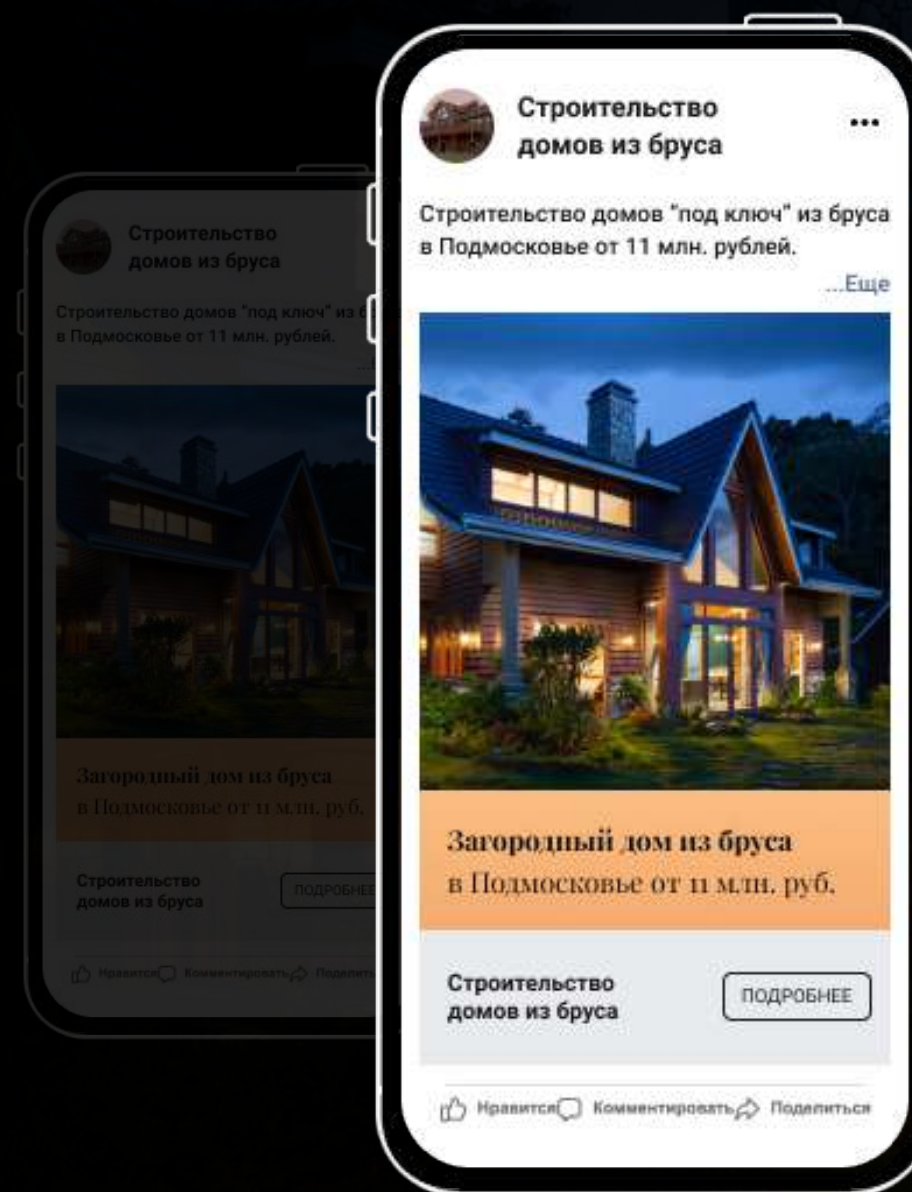
С визуальными материалами у клиента все было хорошо, поэтому мы решили запустить рекламные кампании в Facebook с ограничениями по возрасту и GEO, а в остальном мы использовали широкую аудиторию.

Ситуация с лидами тут была чуть лучше, лиды стоили 8 000 рублей.

Но вместе с обучением социальной сети поведенческим метрикам происходило и выгорание аудитории.

Поэтому нам пришлось часто экспериментировать и перезапускать рекламные кампании.

* — Принадлежит компании Meta Platforms Inc., деятельность социальной сети запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.



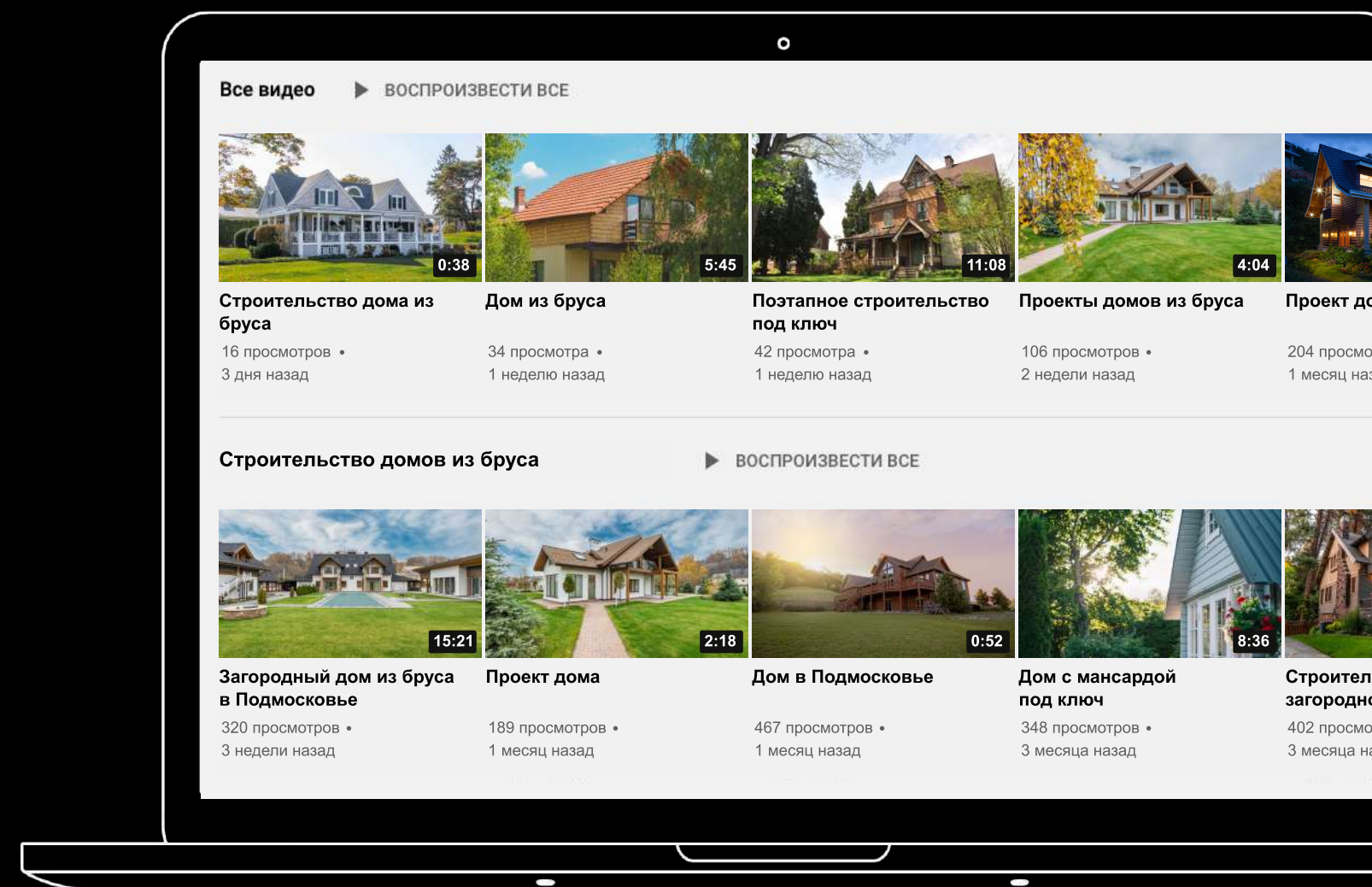
Что было сделано?

Делаем контент на Youtube

Мы решили повысить уровень доверия у пользователей и использовали для этого Youtube.

Мы начали записывать экспертный видеоконтент, в котором делились уроками, лайфхаками, полезными фактами о строительстве домов. Видеоматериалы получились цепляющими и собрали большой фидбек в виде лайков и комментариев.

Мы редко используем в своих проектах рекламу на Youtube, но в этом проекте она получилась на ура.



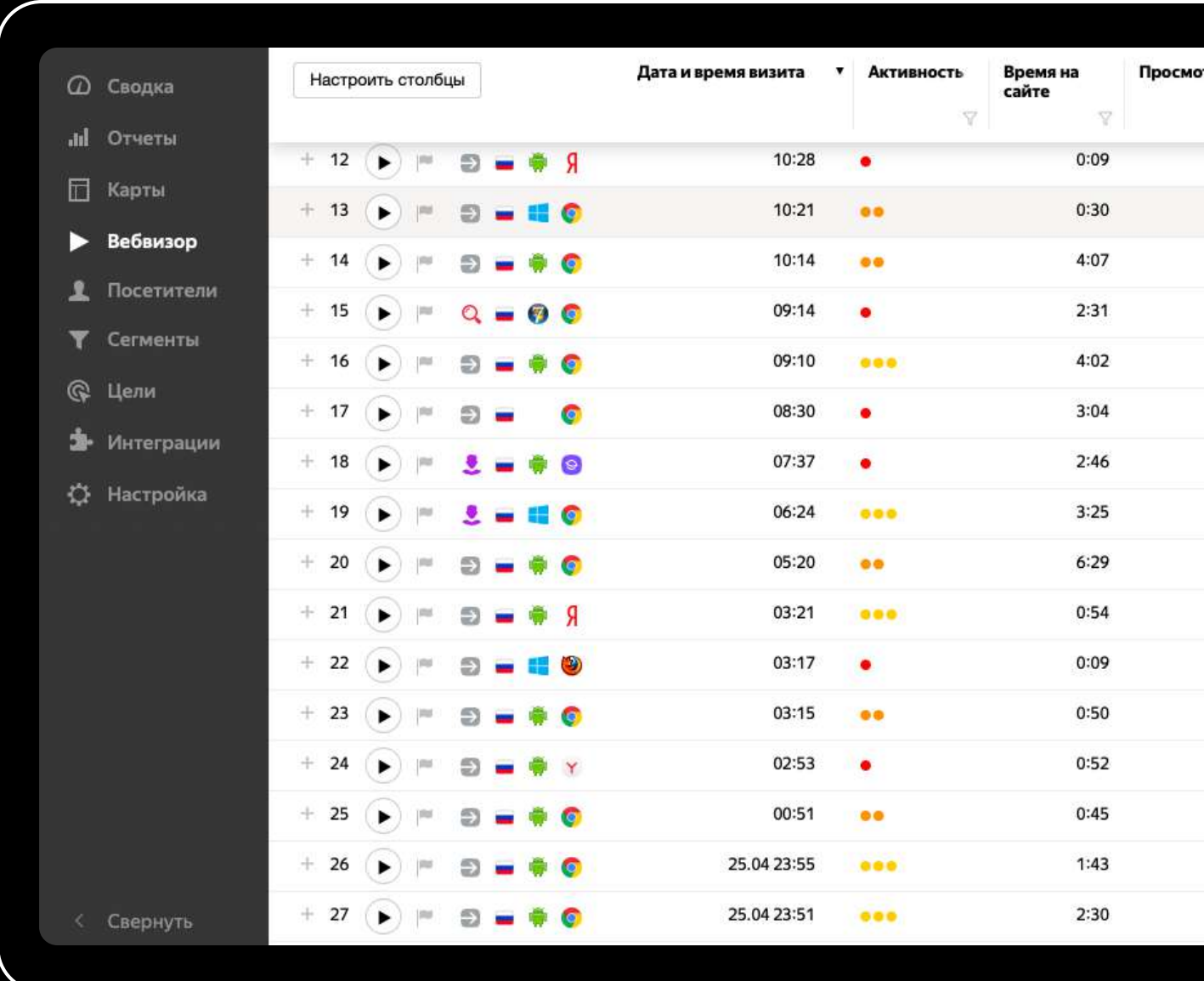
Что было сделано?

Снова работаем с сайтом

Мы не так часто в своей работе используем вебвизор, но в этот раз мы посмотрели и проанализировали каждого посетителя, который не ушел с нашего сайта через 15 секунд.

Проанализировав поведение пользователя на сайте, мы выделили новые гипотезы и на основе них решили поменять некоторые блоки сайта местами и переписать текста на более продающие.

Так как конверсий было немного, мы больше работали на интуиции.



Настроить столбцы		Дата и время визита	Активность	Время на сайте	Просмотр
+ 12	▶	10:28	●	0:09	
+ 13	▶	10:21	●●	0:30	
+ 14	▶	10:14	●●	4:07	
+ 15	▶	09:14	●	2:31	
+ 16	▶	09:10	●●●	4:02	
+ 17	▶	08:30	●	3:04	
+ 18	▶	07:37	●	2:46	
+ 19	▶	06:24	●●●	3:25	
+ 20	▶	05:20	●●	6:29	
+ 21	▶	03:21	●●●	0:54	
+ 22	▶	03:17	●	0:09	
+ 23	▶	03:15	●●	0:50	
+ 24	▶	02:53	●	0:52	
+ 25	▶	00:51	●●	0:45	
+ 26	▶	25.04 23:55	●●●	1:43	
+ 27	▶	25.04 23:51	●●●	2:30	

Что было сделано?

Ретаргетинг. Ретаргетинг. И еще раз ретаргетинг.

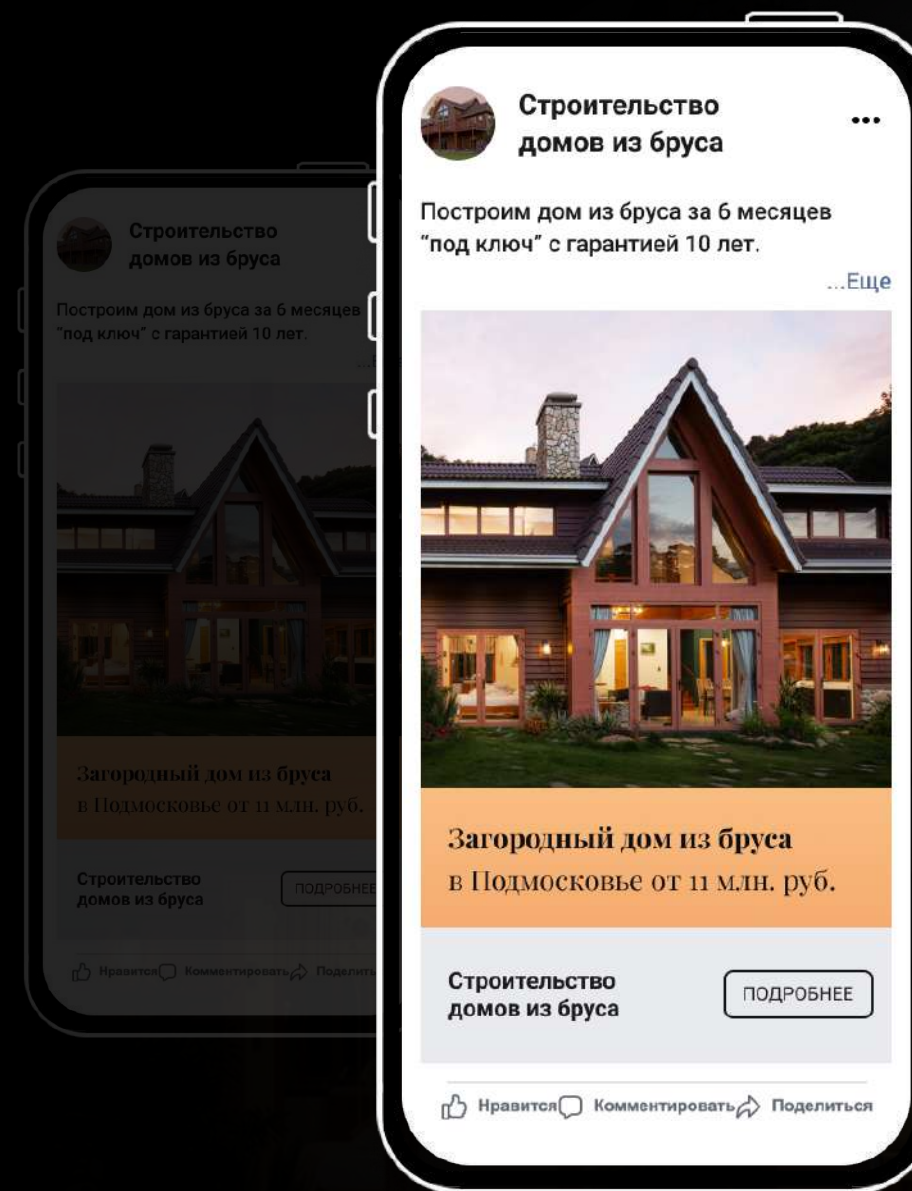
По опыту мы знаем, что с первого касания покупки совершаются редко, тем более такие дорогие и важные. Также мы понимали, что есть несколько категорий пользователей: те, кто изучает вопрос “первый день” и те, кто занимается этим вопросом уже очень давно.

В связи с этим мы запустили ретаргетинговые рекламные кампании с разными маркетинговыми посылами. Всего их было 8. Каждый из них закрывал конкретную боль потенциального клиента.

Результаты

Нам удалось вернуть пользователей в каждой рекламной системе.

Все ретаргетинговые кампании показали себя лучше в сравнении с РСЯ.



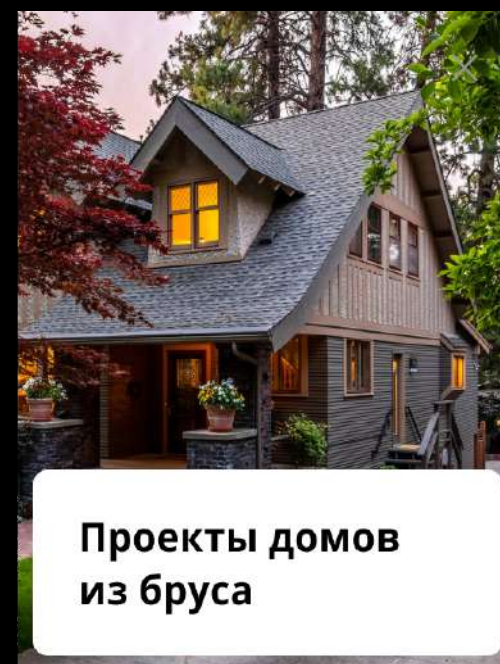
Рекламные креативы



Дом из бруса под ключ

Собственное производство домов из бруса. Под ключ от 11 млн рублей. Контроль работ.

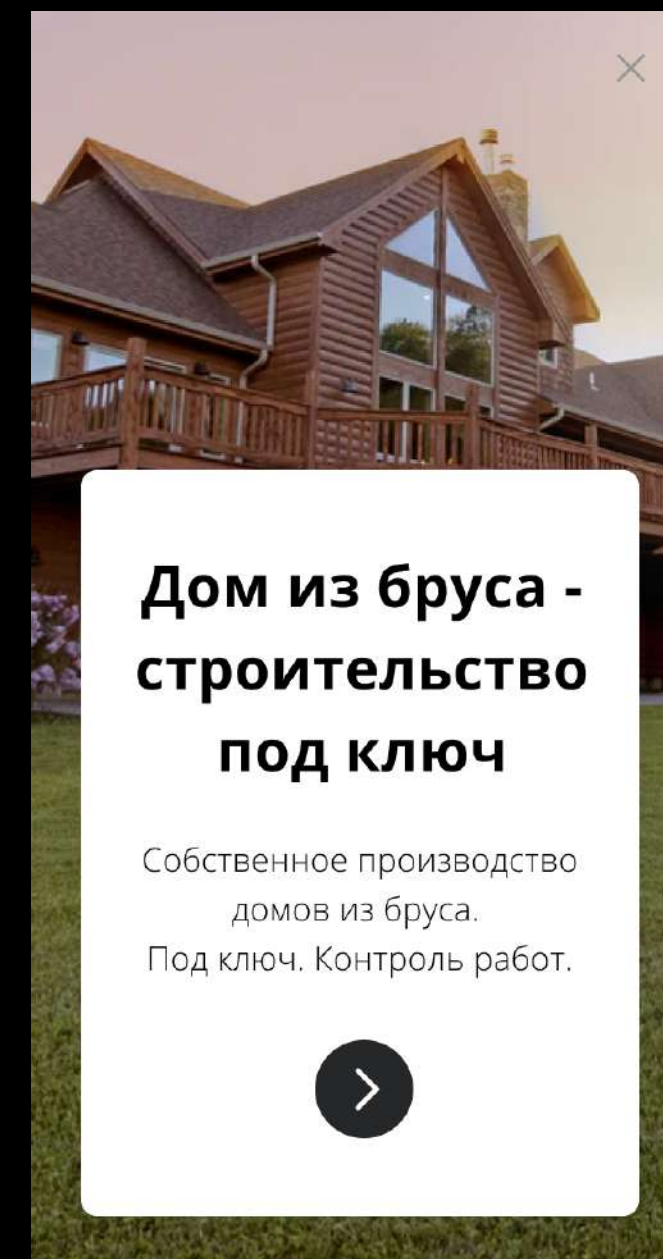
ПОДРОБНЕЕ



Строим деревянные дома

Проектирование. Обзор дома в VR. Прозрачные сметы. Даем гарантию 10 лет.

ПОДРОБНЕЕ



Результаты на сегодняшний день

Этот проект был насыщен различными А/В тестами. В основном мы проверяли гипотезы, связанные с посадочной страницей с помощью Google Optimize. Через 2 месяца работы мы вышли на стоимость действительного лида 6 000 рублей. Здесь стоит сказать о том, что маржинальность бизнеса клиента очень высока. И даже, если 1 лид из 100 приобретет постройку дома, то рекламные кампании будут работать в плюс.

В настоящее время стоимость сохраняется. У нас была проблема ботового спама в заявках, то есть фактически лидов у нас было больше. Из ситуации мы вышли внедрением скрытого поля в форме обратной связи, которое обычный пользователь не видит, а бот заполняет.

+12 заявок

в месяц получаем с контекстных
рекламных кампаний

+23 заявки

в месяц получаем с социальных сетей

*С социальных сетей заявки приходят слабее по качеству.

О КОМПАНИИ

О DIGIMATIX

DIGIMATIX работает на рынке IT-технологий с 2000 г.

Нашими ключевыми сферами деятельности являются разработка веб-ресурсов, сопровождение и продвижение интернет - проектов.

Каждый день мы принимаем новые вызовы и решаем большое количество интересных задач.

Нашу команду объединяет желание двигаться вперед, придумывая нетривиальные решения.

Мы любим наших клиентов и вместе идем к новым успехам.

Наша МИССИЯ

**помогать клиентам профессионально
решать бизнес-задачи в сети интернет**



отлаженная система
взаимоотношений с клиентами

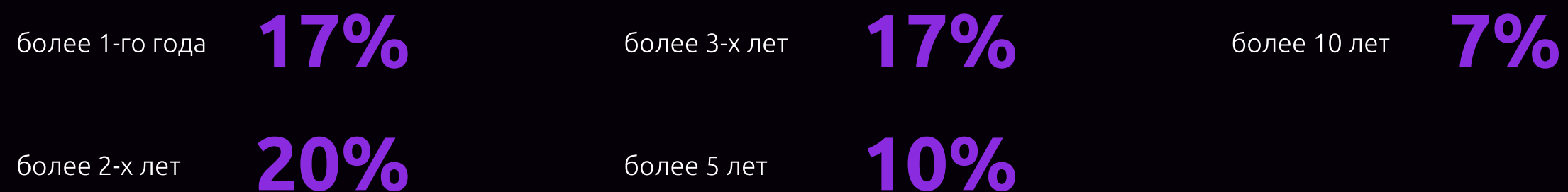


выстроенные бизнес-процессы



сильная команда

Средняя продолжительность сотрудничества



>70% наших клиентов работают с нами на постоянной основе

Наши клиенты





Желаете улучшить результаты Ваших
рекламных кампаний?

Напишите нам, мы обсудим Вашу задачу.



СПб, Б. Сампсониевский, 60У

+7 (812) 426-12-28

sales@digimatix.ru