

Реклама фабрики элитной мебели

Снизили стоимость заявки на 51% за 3 месяца и перевыполнили план по заявкам в 2 раза.

Начало сотрудничества

К нам обратилась мебельная фабрика, которая занимается изготовлением эксклюзивной мебели на заказ, а также изготовлением копий мебели итальянских фабрик. Была поставлена задача обеспечить стабильный поток лидов с сайта не дороже 10 000 руб. с чеком не менее 1 млн. руб.

Стратегия продвижения и ход работ

Было принято решение запустить и протестировать все потенциально эффективные типы рекламных кампаний и таргетингов, собрать статистику и выбрать лучшие из них.

На начальном этапе было решено запустить рекламу по наиболее важным для клиента направлениям: Буазери, Винные погреба, Кессонные потолки, Реплики итальянской мебели, Библиотеки, Общие запросы: мебель элитная/эксклюзивная/премиум/дизайнерская.

Все поисковые запросы были разделены на отдельные кампании по “теплоте” для удобства отслеживания эффективности. Были взяты “горячие” ключевые фразы со словами: на заказ, заказать, массив и пр. И “теплые” запросы: без указанных слов, но отражающие желание заказать рекламируемые товары.

Тематика достаточно узкая, поэтому было решено держать рекламу на 1-2 позиции в блоке премиум показов (над результатами поиска), а также уделить особое внимание составу рекламных объявлений, чтобы обеспечить максимальный CTR и снизить цены кликов. Данная тактика себя оправдала.

Улучшение юзабилити сайта

Перед запуском рекламы на сайте были явные проблемы с удобством: непроработанный “первый экран” на услуговых страницах, плохо заметный некликабельный на мобильных телефон, отсутствие форм онлайн-заявок и много прочего. Конверсия в заявки составляла 1%, эти низкий показатель в данной тематике.

Чтобы повысить отдачу от рекламы и сэкономить на этом деньги заказчику, был проведен аудит юзабилити, сформированы и внедрены рекомендации. В итоге конверсия повысилась до 1,9%.

Мероприятия по обеспечению среднего чека не ниже 1 млн. руб.

Спрогнозировать, по каким направлениям или фразам будут поступать дорогие заказы в данном случае было невозможно. Поэтому было решено использовать:

1. Таргетинг на определенные геолокации, где может потребоваться эксклюзивная мебель (элитные коттеджные поселки, элитные ЖК);
2. Таргетинг Яндекс Директа на платежеспособность аудитории;
3. Статистический подход к выбору запросов для рекламы. По мере накопления статистики (с каких ключевых фраз поступают заявки), мы брали обратную связь от заказчика. Таким образом мы получали данные и потенциальной стоимости заказа по каждой заявке. Эту информацию использовали в управлении ставками

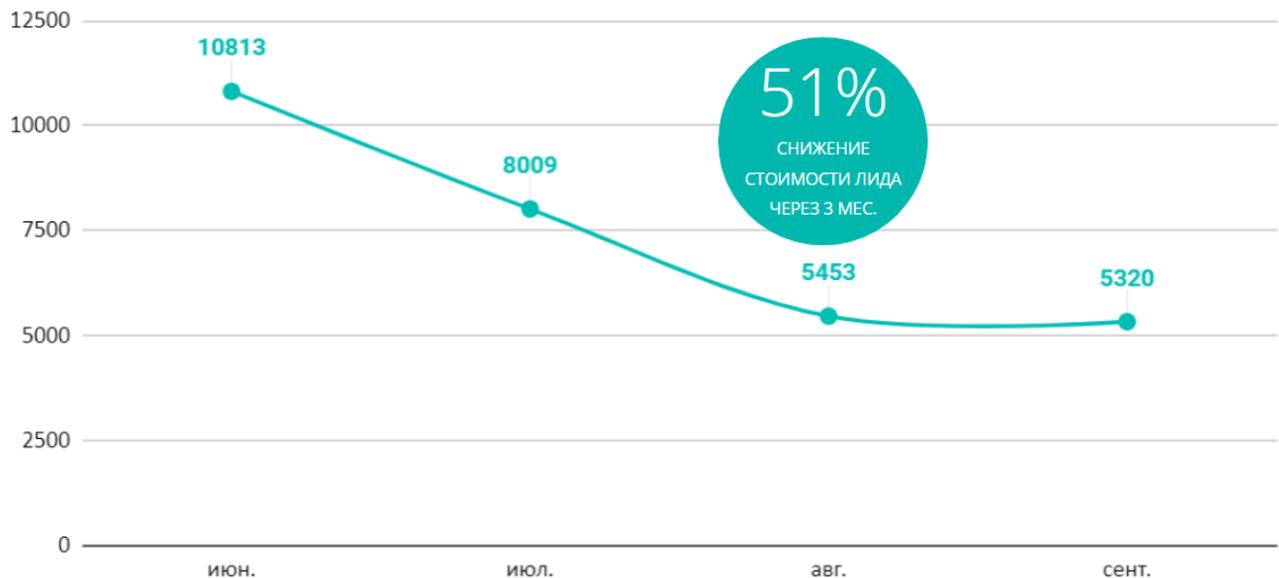
Использованные инструменты продвижения

- Поисковые кампании в Яндекс Директ: по фразам связанным, с товарными группами и элитной/эксклюзивной/премиум/дизайнерской мебелью;
- Охватные рекламные кампании в Яндекс Директ РСЯ;
- Кампании с таргетингом на определенные геолокации (элитные коттеджные поселки и ЖК);
- Кампании с таргетингом на платежеспособность аудитории;
- Ретаргетинг в Яндекс Директ РСЯ (показ рекламы посетителям, которые были на сайте, но не сделали заявку).

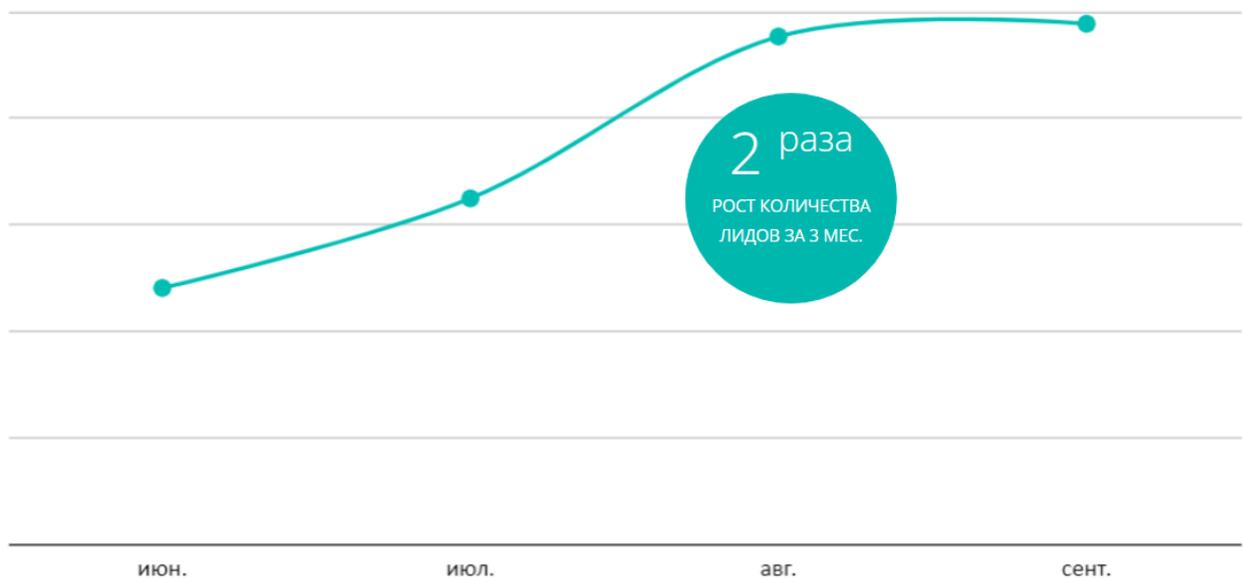
Итоги и выводы

- Июнь. Поскольку бюджет позволял, все гипотезы были протестированы в первый месяц. Стоимость лида составила немного выше плановой **10 813 руб.**;
- Июль. Выключены / ограничены в бюджете все наименее эффективные типы РК и таргетинги, увеличен бюджет на наиболее эффективные. Стоимость лида **снизилась до 8 009 руб.**;
- Август. Продолжаем оптимизировать рекламные кампании и перераспределять бюджеты в пользу самых эффективных РК с учетом новой поступающей статистики. **Снизили цену заявку до 5 453 руб.**;
- Следующие месяцы. Продолжаем регулярную работу по оптимизации кампаний. А также добавляем новые товарные группы в рекламу и тестируем новые гипотезы. Но на небольших запланированных бюджетах, чтобы не поднималась стоимость лида. В итоге за 3 месяца стоимость лида снизилась относительно плановой на старте рекламы **на 51% и составила 5 320 руб.**

Стоимость лида, руб.



Количество лидов



Подводя итог можно сказать, что лучшей формулой для продвижения элитной мебели на заказ в контекстной рекламе будет использование поисковых кампаний с ручным управлением ставками через биддер (система управления ставками по заданному алгоритму). Также хорошо отработали геотаргетинги на элитные районы и ретаргетинг. РСЯ отработали хуже с точки зрения лидогенерации, но дали нам хороший объем трафика, который мы после “догоняли” ретаргетинговыми кампаниями.