



Групповые продажи в соцсетях

Андрей МАТВЕЕВ

Директор по маркетингу Intel Россия/СНГ

Апрель 2011



О ПРОЕКТЕ

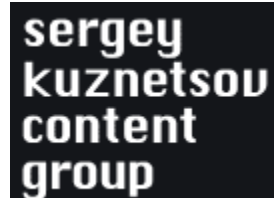
- Новый формат акции в социальных медиа на основе механики групповых продаж: *пользователь получает скидку на ноутбук при наборе группы покупателей в 100 человек.* Проект был приурочен к Новому 2011 году
- Скидка предоставлялась через сайт и приложение в социальной сети ВКонтакте в виде промо-кода



УЧАСТНИКИ



Инициатор
акции



Анонсирование
акции в интернет



Партия ноутбуков
со скидкой



Логистический
партнер

ЦЕЛИ

Широкое **анонсирование** акции:
6 000 промо-кодов

Реализация ноутбуков:
3 000


ЗАДАЧИ

- **Задачи агентства в рамках проекта:**
 - Рассказать о предложении максимальному количеству **пользователей и их друзьям**
 - Оценить эффективность различных **источников трафика:**
 - Social ads
 - Контекстная реклама
 - Тизерные сети
 - Максимизировать охват в **предельно сжатые сроки**
 - Достичь **заметности** на фоне акций конкурентов

МЕДИА: ТРАФИК

- ✓ За время кампании было совершено более **550 000 000 (!) показов** рекламных материалов


Отличный ноутбук



Lenovo на Inter@ Core™ i5 всего за 23190 руб.

[пожаловаться](#)

Отличный ноутбук



На Inter@ Core™ i5 всего за 23190 руб. Количество ограничено

[пожаловаться](#)

[Адрес и телефон](#) uti-office.ru

[Получи свою новогоднюю скидку!](#)
Ноутбук **Lenovo** B560 на базе Intel (R) Core (TM) i5 за 23 190 руб.!

[www.kupimkomp.ru](#)

[Все компьютеры Lenovo](#)

[Адрес и телефон](#) www.notik.ru

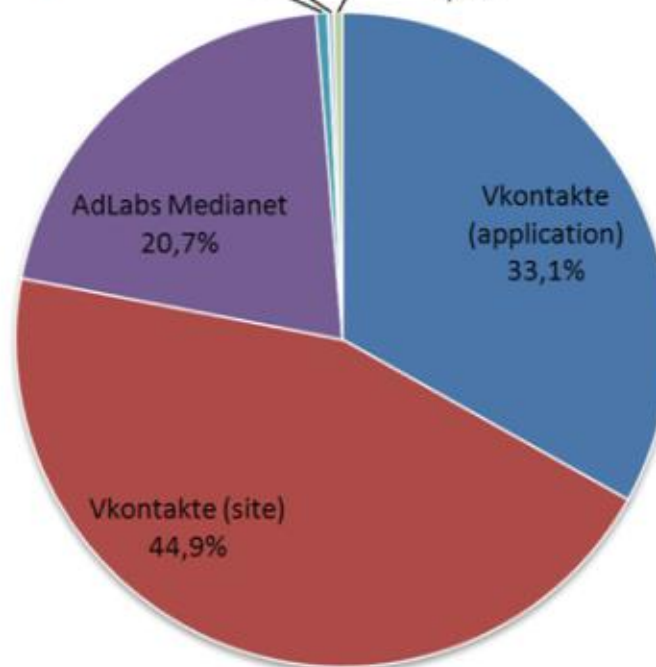
[Выбираешь домашний ноутбук?](#)
Выбери Lenovo на базе Intel (R) Core (TM) i5 за 23 190р! Получи скидку!

[www.kupimkomp.ru](#)

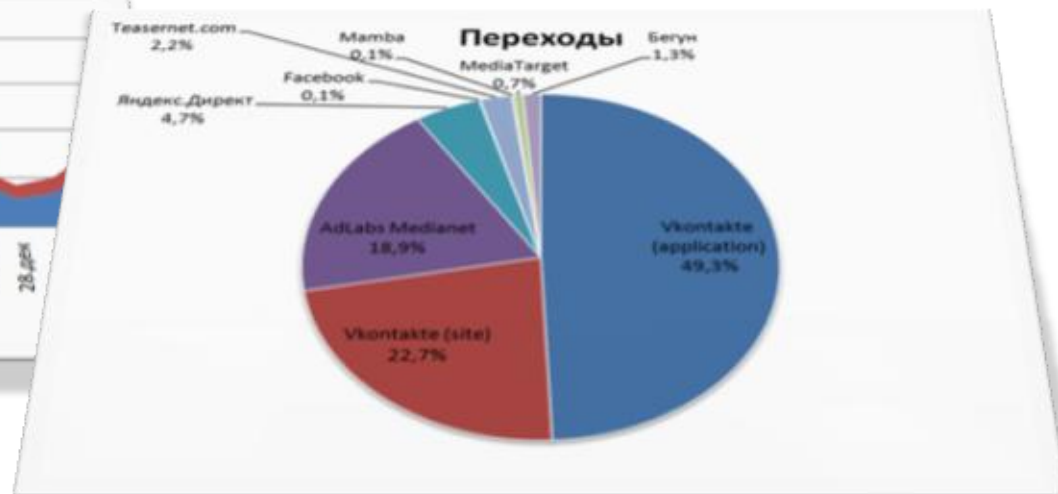
[Подбери ноутбук](#)

Teasernet.com 0,2%
Яндекс.Директ 0,6%
MediaTarget 0,4%

Показы



МЕДИА: ТРАФИК

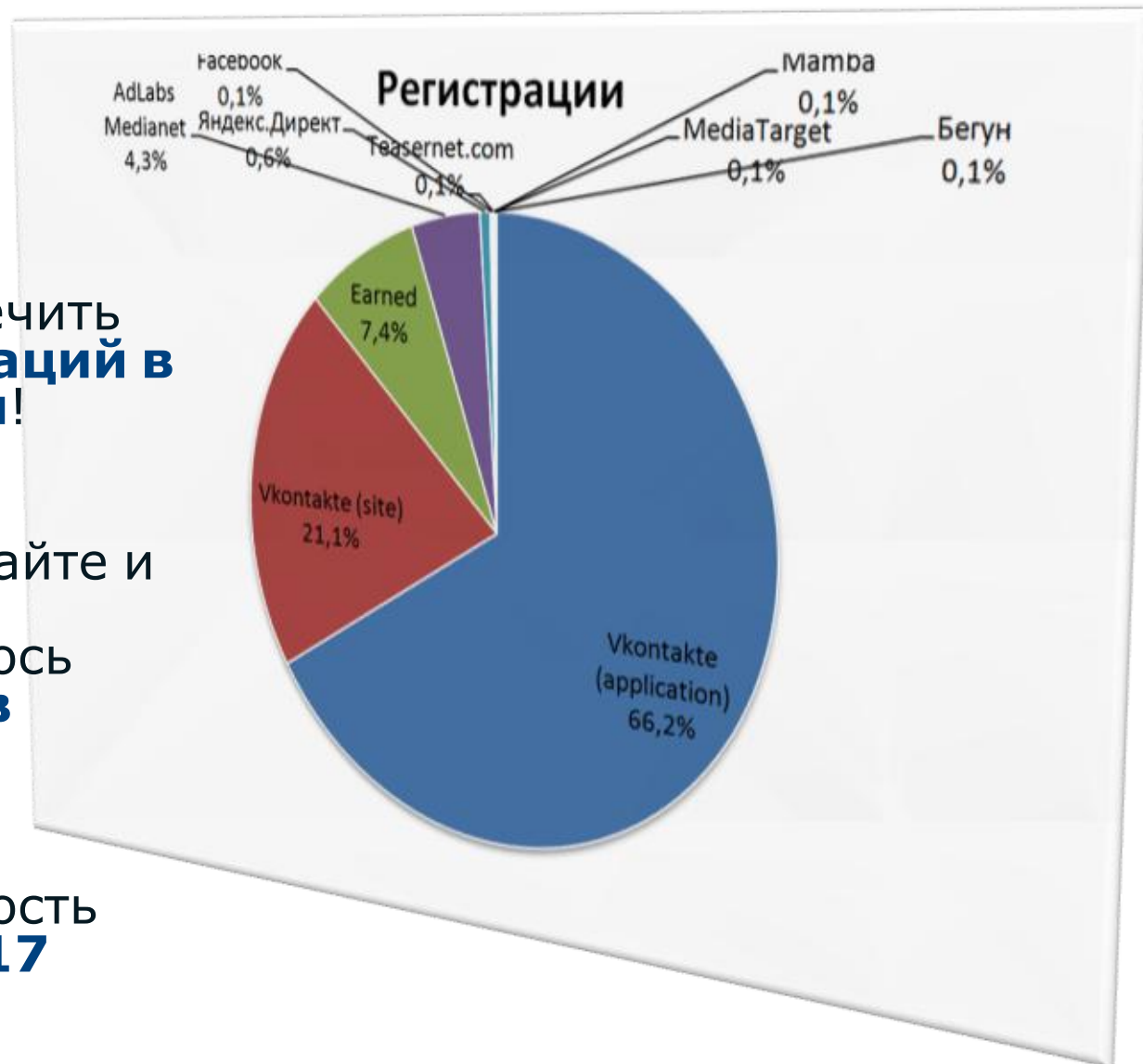


- ✓ В среднем в день сайт посещало **4 400 человек**.
- ✓ Всего за 22 дня сайт и приложение посетили **190 000 человек!**
- ✓ Это **очень много** для начатого с нуля «продающего» проекта.

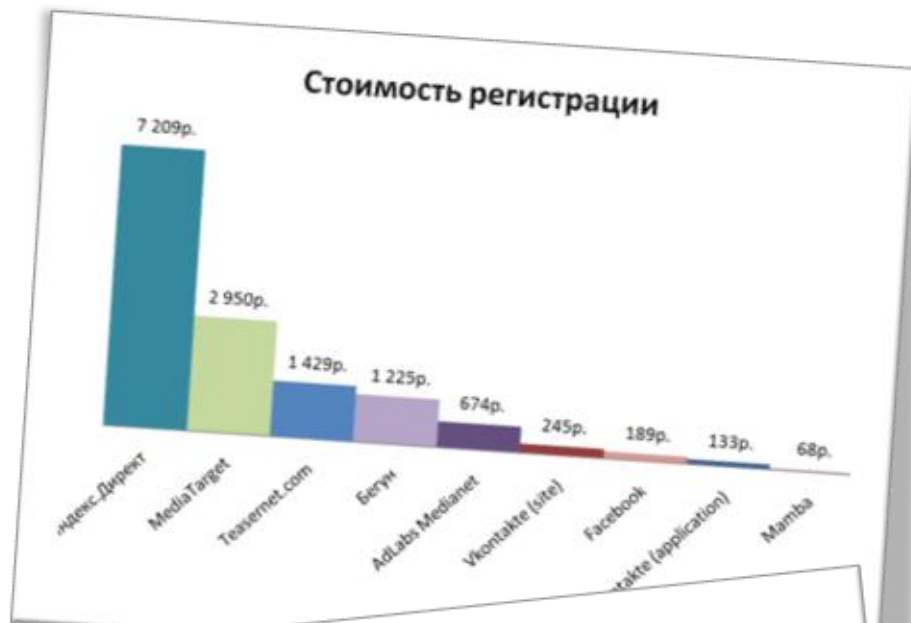
- ✓ Всего по рекламе на сайт и в приложение переходило в среднем **8 600 человек** в день.
- ✓ Средняя стоимость перехода составила **7,9 руб.**

МЕДИА: ЭФФЕКТИВНОСТЬ

- ✓ Задача: обеспечить **6000 регистраций в сжатые сроки!**
- ✓ В среднем на сайте и в приложении зарегистрировалось **315 человек в день!**
- ✓ Средняя стоимость регистрации **217 рублей.**



МЕДИА: ЭФФЕКТИВНОСТЬ

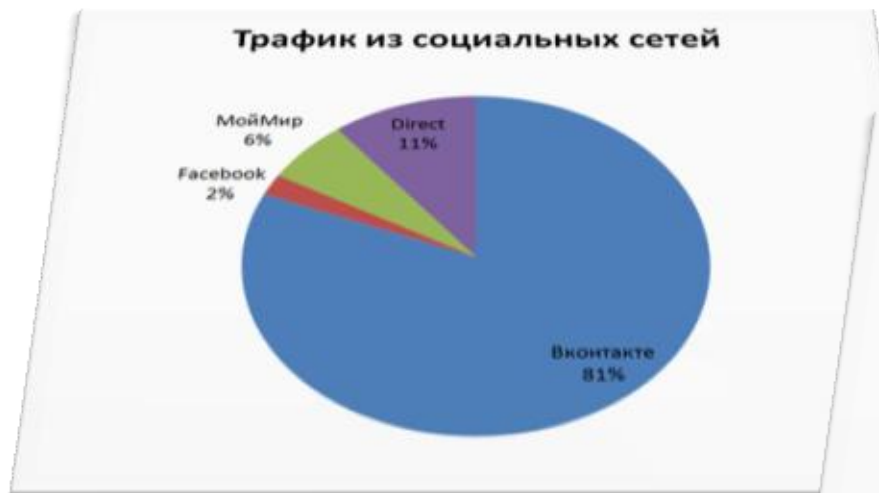


Важно было сопоставить стоимость действия и конверсию:

- ✓ Социальный трафик лучше конвертируется на сайте, чем трафик из других медиа
- ✓ Социальный трафик особенно хорошо конвертируется, когда LP расположена внутри сети (приложение)
- ✓ Люди в поиске выбирают по **реальной цене**, а не по скидке
- ✓ Люди в медиа (социальные сети, площадки) заняты контентом и **позитивно реагируют на скидку**

СОЦИАЛЬНОСТЬ

- Зарегистрироваться на сайте можно было заполнив анкету или используя учетную запись одной из трех популярных социальных сетей.



- ✓ Пользователи, переходящие из социальных сетей, однозначно предпочитают использовать свои аккаунты вместо создания новых – **89%** регистраций через социальные аккаунты
- ✓ Даже пользователи из других медиа предпочитают авторизоваться через свои аккаунты в социальных сетях – **78%** регистраций через социальные аккаунты

СОЦИАЛЬНОСТЬ

- С помощью специальных кнопок на сайте и в приложении пользователи могли делиться информацией об акции со своими друзьями, чтобы быстрее набрать группу и получить скидку.
 - ✓ *Спрос на скидку в социальных сетях больше, чем спрос на товар в других каналах онлайн продвижения. Аудитория социальных сетей «клюет» на слова «спецпредложение», «скидка», «акция», не вникая в реальную конкурентоспособность предложенной цены товара.*

Конверсия



РЕЗУЛЬТАТЫ

ПЛАН	ФАКТ
6 000 регистраций	6 917 регистраций
CPA = 250 рублей	CPA = 217 рублей



Спасибо!

Андрей Матвеев
andrey.matveev@intel.com

