

Продвижение оптики Fielinn

Как мы достигли **KPI**
по платным рекламным
каналам за **3 месяца**



СОДЕРЖАНИЕ

3 | О клиенте

8-15 | Ход работ и что
было сделано

20 | Почему нам стоит
доверить задачу

4 | Цели и задачи проекта

16-18 | Результаты продвижения
и достигнутые цели

21 | Контакты

5-7 | Особенности проекта

19 | Дальнейшие планы
работы и выводы



НЕМНОГО О КЛИЕНТЕ



Компания «Оптика Fielinn» — сеть салонов оптики, которая занимается продажей очков, контактных линз, солнцезащитных очков и сопутствующих товаров.





2 главные цели продвижения



Увеличение трафика на сайт за счет продвижения в поисковых системах Яндекс и Google

KPI, поставленный клиентом перед агентством — минимум 500 пользователей в день суммарно со всех платных каналов рекламы.



Повышение охвата, рост узнаваемости бренда и лояльности к нему

Для этой цели у оптики проводились ежемесячные акции, с помощью которых информация о бренде распространялась быстрее.





ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТА

Продвижение проектов, связанных с медицинской тематикой, **регулируется дополнительными алгоритмами Google и Яндекса**, что связано с заботой о здоровье людей



И в нашем проекте не обошлось без трудностей. Они были успешно преодолены читайте далее.



1

Блокировка баннерных объявлений в Яндексе

На баннерах для рекламы медицинских услуг должен быть **обязательный дисклеймер**: «*Есть противопоказания. Посоветуйтесь с врачом*».

Отсутствие его при запуске кампаний привело к тому, что баннеры в Яндексе были заблокированы. Мы **быстро решили эту проблему**, добавив нужную информацию согласно правилам показа рекламы.



Объявление без дисклеймера



Объявление с дисклеймером





2

Ограничения в текстах баннеров

По желанию клиента **название бренда должно было оставаться несклоняемым** и быть написано только следующим образом: «Оптика Fielinn».

Это ограничивало вариацию текстов для тексто-графических и поисковых объявлений, так как необходимо было выдерживать лимит по символам в описаниях объявлений без склонения наименования компании.





1

Поисковые кампании в Google и Яндексe

Мы начали работу над проектом в феврале 2023 года с настройки и запуска контекстной рекламы в поиске Яндекс и Google по основным направлениям работ компании: продажа очков, продажа контактных линз и услуга по проверке зрения.

В ходе работ с рекламой в поиске Яндекс мы столкнулись с очередной трудностью, связанной с медицинской тематикой проекта: **реклама приносила слишком мало кликов и переходов.**

Поэтому мы отказались от этого неэффективного источника трафика, оставив только рекламу на тематических площадках рекламной сети Яндекса (РСЯ).



Google же показал хорошие результаты

В поисковых кампаниях в Google целью была выбрана «Пользователи и трафик на сайт».

Пользователи переходили на сайт, знакомились с брендом и его продуктами, после — посещали офлайн точки, и наш клиент получал новых покупателей. Кампания с направлением «контактные линзы» сработала и на цель продажи, чем помогла клиенту перевыполнить план продаж в мае, несмотря на то, что это не было прямой целью ведения платной рекламы.

Кампания	Источники трафика			Действия	Конверсии	
	Пользователи	Новые пользователи	Сезоны		Показатель отказа	Заказ оформлен (Коэффициент конверсии для цели 9)
	10 581 % от общего количества: 47,23 % (22 401)	9 400 % от общего количества: 44,85 % (20 989)	14 406 % от общего количества: 46,11 % (31 244)	51,72 % Средний показатель для предоставления: 81,41 % (0,60 %)	0,40 % Средний показатель для предоставления: 0,37 % (7,91 %)	58 % от общего количества: 49,57 % (117)
Optika_PM_Minsk_Gomel_Mogilev_Bobruisk	4 637 (43,85 %)	3 791 (40,33 %)	7 234 (80,22 %)	40,02 %	0,46 %	33 (86,90 %)
Kontaktnye_linzy_Search_Minsk_Gomel_Mogilev_Bobruisk	1 504 (13,96 %)	1 324 (14,09 %)	1 898 (13,18 %)	33,98 %	1,32 %	25 (43,10 %)
Oчки_Search_Minsk_Gomel_Mogilev_Bobruisk	937 (8,70 %)	823 (8,76 %)	1 138 (7,90 %)	37,87 %	0,00 %	0 (0,00 %)
Vygodnoe_voskresenie_GDN_Minsk	771 (7,16 %)	740 (7,87 %)	837 (5,81 %)	91,52 %	0,00 %	0 (0,00 %)
Proverka_zrenia_Search_Minsk_Gomel_Mogilev_Bobruisk	650 (6,03 %)	562 (5,98 %)	780 (5,41 %)	56,03 %	0,00 %	0 (0,00 %)



2

Контекстная реклама на тематических площадках

Мы уже упоминали, что из инструментов Яндекса эффективной оказалась только реклама на тематических площадках РСЯ.

В Google мы запускали охватные кампании в Performance Max. Этот инструмент обеспечивает показы на всех площадках Google.

На поиске, в контекстно-медийной сети, в Gmail и YouTube, тем самым **позволяет охватить большее количество заинтересованных пользователей** и обеспечивает большее количество переходов на сайт, что является главной целью продвижения.





В конце февраля мы начали запускать акционные кампаниями в контекстно-медийной сети Google

Создавали отдельные кампании для новых акций каждый месяц, к примеру, «Распродажа оправ», «Trade-in – старые очки в зачет новых!», «Выгодное воскресенье».

Срок активности таких кампаний был максимум 5 дней. За это время довольно трудно показать видимый результат, однако мы справились с этой задачей.

Ниже вы можете увидеть достижение KPI уже через 3 месяца ведения рекламы.

Сравним прогнозируемое количество переходов на сайт по всем рекламным системам согласно медиаплану на апрель и фактический результат, который мы достигли за этот месяц.

Рекламный сервис	Инструмент	Структура кампаний	Планируемое количество переходов на сайт	Фактическое количество переходов на сайт
Google	Поиск	Очки (Минск, Гомель, Могилев, Бобруйск)	818	1247
	Поиск	Контактные линзы (Минск, Гомель, Могилев, Бобруйск)	938	1727
	Поиск	Проверка зрения (Минск, Гомель, Могилев, Бобруйск)	563	868
	Performance Max	Оптика Fielinn (Минск, Гомель, Могилев, Бобруйск)	4200	5969
	КМС	Новая коллекция солнечных очков (Минск)	448	466
	КМС	Распродажа оправ (Минск, Гомель, Могилев, Бобруйск)	1427	1357
	КМС	«Trade-in – старые очки в зачет новых!» (Минск)	700	674
	КМС	«Trade-in – старые очки в зачет новых!» (Гомель)	600	375
	КМС	«Trade-in – старые очки в зачет новых!» (Могилев)	525	325

Рекламный сервис	Инструмент	Структура кампаний	Планируемое количество переходов на сайт	Фактическое количество переходов на сайт
Google	КМС	«Trade-in – старые очки в зачет новых!» (Бобруйск)	315	160
	КМС	Выгодное воскресенье (Минск)	1157	2099
	КМС	Выгодное воскресенье (Гомель)	600	922
	КМС	Выгодное воскресенье (Могилев)	450	818
	КМС	Выгодное воскресенье (Бобруйск)	300	176
Яндекс	РСЯ (баннеры/ТГО)	Оптика Fielinn (Минск, Гомель, Могилев, Бобруйск)	2143	4077
Instagram	Пост в ленте/ Реклама в сторис	Оптика Fielinn (Минск, Гомель, Могилев, Бобруйск)	750	662
Итого			15 932	21 922



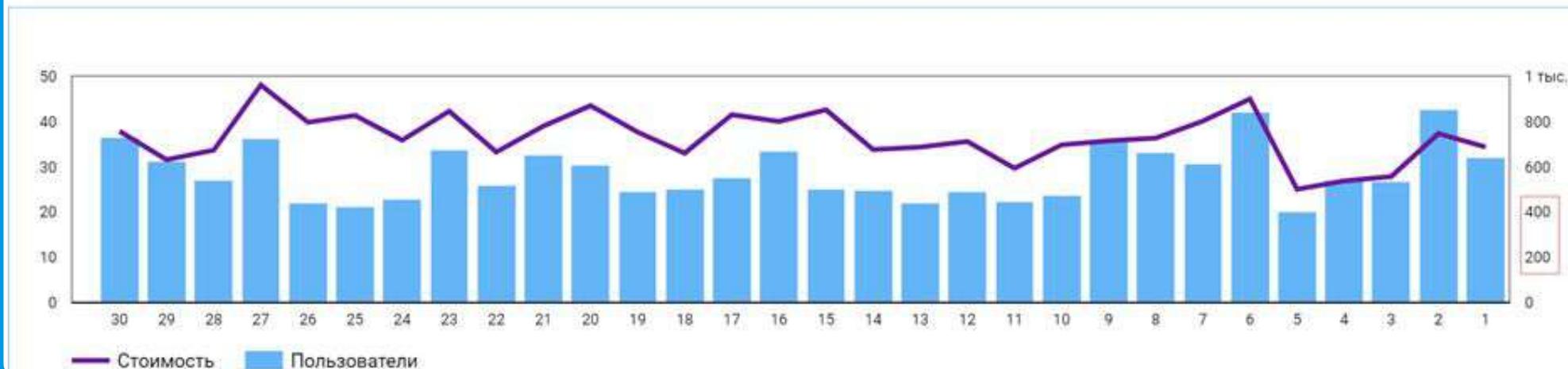
ХОД РАБОТ И ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО

В процессе ведения проекта мы пришли к тому, что у нас есть постоянные кампании и акционные кампании, которые обновляются каждый месяц

Такой комплекс работ позволил не просто **достичь необходимого количества пользователей на сайте** в день, а **перевыполнить KPI по трафику** уже в 3 месяц сотрудничества.

Это наглядно видно с динамикой числа пользователей за апрель 2023: среднее число переходов на сайт в день составило 519 пользователей при KPI — 500 пользователей в день.

Динамика соотношения числа пользователей и расходов





3

Наглядное представление аналитики в **Looker Studio**

Для удобства отслеживания результатов продвижения мы установили для нашего клиента **интерактивный отчет в Looker Studio.**



Этот инструмент позволяет в режиме реального времени смотреть все необходимые метрики: количество пользователей и переходов на сайт. К тому же все данные визуализируются в виде гибко настраиваемых диаграмм и таблиц, что облегчает просмотр аналитики нашему клиенту.





1

Динамика посещения сайта

В первые 3 месяца ведения проекта мы уже наблюдали **постоянный прирост пользователей** по платным каналам трафика.



	Месяц года	Канал	Пользователи	Новые пользователи
1.	янв. 2023 г.	referral	497	465
2.	янв. 2023 г.	organic	1 651	1 534
3.	янв. 2023 г.	cpc	1 031	955
4.	янв. 2023 г.	(none)	849	849
5.	февр. 2023 г.	cpc	6 649	6 071
6.	февр. 2023 г.	(none)	2 829	2 792
7.	февр. 2023 г.	referral	1 286	1 134
8.	февр. 2023 г.	organic	3 043	2 466
9.	март 2023 г.	(none)	1 117	1 066
10.	март 2023 г.	organic	3 686	3 214
11.	март 2023 г.	cpc	11 158	10 616
12.	март 2023 г.	referral	1 526	1 427
13.	апр. 2023 г.	(none)	3 103	2 972
14.	апр. 2023 г.	organic	5 017	4 221
15.	апр. 2023 г.	cpc	15 564	14 564
16.	апр. 2023 г.	referral	2 019	1 839



2

Динамика посещения сайта

Количество новых пользователей на сайте в первые 3 месяца ведения платной рекламы увеличилось примерно в 5 раз по сравнению с месяцем ее отсутствия (январь).

	Месяц года ▾	Пользователи	Новые пользователи
1.	январь 2023 г.	3 802	3 803
2.	февраль 2023 г.	12 684	12 463
3.	март 2023 г.	16 734	16 323
4.	апрель 2023 г.	24 549	23 596
5.	май 2023 г.	22 326	20 937
	Общий итог	75 764	77 122



РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ И ДОСТИГНУТЫЕ ЦЕЛИ

3

Изменение доли платного трафика

Отметим, к апрелю 2023 доля платного трафика выросла с 22,3% до 48,8%, что значит, **платная реклама стала приводить почти половину всего трафика на сайт** относительно других каналов.

Январь



Февраль





ДАЛЬНЕЙШИЕ ПЛАНЫ РАБОТЫ И ВЫВОДЫ

Итак, работа над продвижением медицинских услуг — непростая задача для контекстной рекламы. Мы узнали некоторые особенности тематики и столкнулись с несколькими трудностями, однако каждый раз находили успешные решения и давали бизнесу желаемые результаты.

Наша команда продолжает работу над проектом. Из инструментов используем контекстную и контекстно-медийную рекламу в Google, ведем постоянные и акционные кампании, а также постоянную кампанию в РСЯ.

Хотите результат как в этом кейсе?

Оставьте заявку и менеджеры **Webcom Group** предложат вам лучшее решение для продвижения вашего бизнеса!

[Оставить заявку](#)



ПОЧЕМУ НАМ СТОИТ ДОВЕРИТЬ ЗАДАЧУ

23+ года на
рынке

160+ специалистов
в команде

7500+ успешных
проектов



Digital-агентство №1 по версии Международного конкурса «Выбор года» 2013-2018



Webcom Group является сертифицированным агентством Google, Яндекс, myTarget, ВКонтакте, Google Marketing Platform и Bing



В штате работают собственные **сертифицированные эксперты Яндекса по обучению** (3 из 3 в Беларуси)



Единственная компания из Беларуси со статусом **Meta Business Partner**



Мы готовим лучших digital-специалистов **в собственном образовательном центре – Webcom Academy**



30 организованных конференций с общим количеством участников от 100 до 1500

 **Meta**
Business Partner

 **Google Partner**

 **TikTok**
Marketing Partners

 Сертифицированное
агентство Яндекса

 сертифицировано
VK Реклама

 Сертифицированное
агентство ВКонтакте

 Google Marketing Platform
Certified



ПОЯВИЛИСЬ ВОПРОСЫ?

Давайте обсудим
вашу бизнес-
задачу!

 info@webcom-group.com

 +375 (17) 375-34-56

Следите за новостями:



Будем рады видеть вас в нашем офисе по адресу:
г. Минск, ул. Маяковского, 16А

