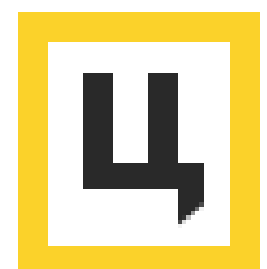


Про новый год и событийные акции во ВКонтакте



Церебро
Таргет

Событийные продажи в
ВК



PriceAnalytics

История цен в интернет-магазинах

Поиск

Бытовая техника ▾

Электроника ▾

Компьютеры ▾

Статьи

О проекте

FAQ

История изменения цен по всем интернет-магазинам

Ежедневный сбор информации

- ✓ Вся история цен
- ✓ По каждому товару
- ✓ В каждом магазине

PriceAnalytics - доступное средство для анализа истории изменения цен.

Принимайте решения о покупке на основе точных данных.

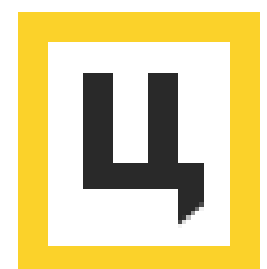


Церебро
Таргет

Событийные продажи в
VK

Когда смысла братья за это нет?

Или ... какая аудитория готова?



Церебро
Таргет

Событийные продажи в
VK

Что учесть в подготовке?

1 - в событиях принимают участия бренды и ваши конкуренты

- рост ставок в рекламе
- конкуренция рекламы на одну и ту же ЦА

2 - если на ваш контент не реагировали по акций, не будут и во время, т.к.

- Нет интереса к продукту
- Нет интереса и доверия к вам

На чем сделать упор в подготовке?

1 - поднять вовлеченность в своем сообществе

- Лайки
- Репосты
- Комментарии
- Опросы
- Лонгриды
- Видео

2 - поднять social proof

- Комментарии по теме

На чем сделать упор в оформлении сообщества

Очки RayBan

Продано товара примерно на 770 000 рублей

Затрачено на таргетированную рекламу 115 000 рублей

“Итоговая модель модель для нас оказалась довольно неожиданной. Дело в том, что ближе к середине рекламной компании постепенно стал вырастать «покупательский отклик» от объявлений, настроенных просто с критериям страна + возраст. Причем даже так, что по конверсии стали приближаться к траффику, полученному таргетингом на группы конкурентов и им подобным. Стали разбираться в чем дело — ответ оказался достаточно прост. Все дело в органической активности и лояльности аудитории — ближе к середине РК группа обросла массовыми комментариями и отзывами от довольных покупателей + удалось достигнуть стабильных показателей по объявлениям с форматом оплаты CPC. ”

(с) https://vk.com/page-89591382_50028179



Событийные продажи в
VK

Наши эксперименты

Несколько десятков акций с привязкой к событиям:

- Недельный прогрев контентом, и закрытием возражений (каждый день новый пост подогревающий интерес)
- Конкурсные и игровые механики (скидка за количество действий)
- Короткие однодневные треш акции

Выигрывали ВСЕГДА короткие! Но при одном условии. У нас был движ в сообществе, т.е. было большое количество вовлеченных читателей и потенциальных клиентов.

70-80% - это повторные покупки. Для себя я сделал вывод, что хорошо быть иметь в запасе тех, кто хоть рубль заплатил, это отсеивает большую часть тех, кто вообще не покупает.

6720 ₺



3930 ₺
финальная цена

0 ₺



осталось 0 пакетов из 40
предложение закончилось,
но вы можете

 КУПИТЬ ПАКЕТ НА 3 МЕС. СО СКИДКОЙ 43%

ЦереброТаргет
доступ на 12 месяцев

279 человек
снизили цену на: **2790 ₺**



Церебро
Таргет

Событийные продажи в
VK

Какая цель акции?

Определить для себя цели

- Экономическая

Складские запасы, ускорить товарооборот, отдать за себестоимость

- Маркетинговая

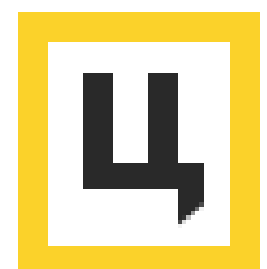
Узнаваемость, брендируемость + лидген (подписки) и длинный хвост заказов после

На глобальном уровне основная идея «Черной пятницы» — запустить воронку предновогодних продаж и создать праздничное настроение как можно раньше. Смысл в том, что человек не должен бегать и набирать подарки за неделю до праздников. Удобнее и экономически выгоднее это делать с конца ноября.

Что сделать обязательно

- Предупредить о лимитах
- Предупредить о условиях
- Зарядить на то что самое интересное в самом начале (дать возможность подписаться о новостях скидках и наличии)

Аудитория и продающие посты



Церебро
Таргет

Событийные продажи в
VK

Аудитория

Победит тот чье предложение наиболее релевантно, т.к. конкуренция за внимание очень большая.

- 1) Своя горячая аудитория - ретаргетинг по сайту
- 2) Своя аудитория рассылок
- 3) Своя аудитория соц сетей

Эти три пункта сделают 80%+ продаж.

Выводы по продающим постам

- Выигрывает не скидка, а идея/фан
- Проработка болей через боковой таргет на одну и ту же аудиторию десятком креативов
- Отработка комментариев под рекламой, эффект толпы
- Проверить как смотрится с мобильных устройств (!)
- Обратный отсчет

Т.к. аудитория на 90% “своя”, освоенный рынок => не логические доводы, а эмоциональные



Церебро Таргет

Рекламная запись 0+

—Отматываем время на год назад. Эти охваты и Немезида тогда не перебегали вам дорогу. А теперь? В чём дело? У вас у всех лайки отвалились? А?

—Всё очень просто. Мы взорвём конверсию.



Взорвать конверсию -->

церебро.рф

Перейти

Событийные продажи в
VK



**Церебро
Таргет**