

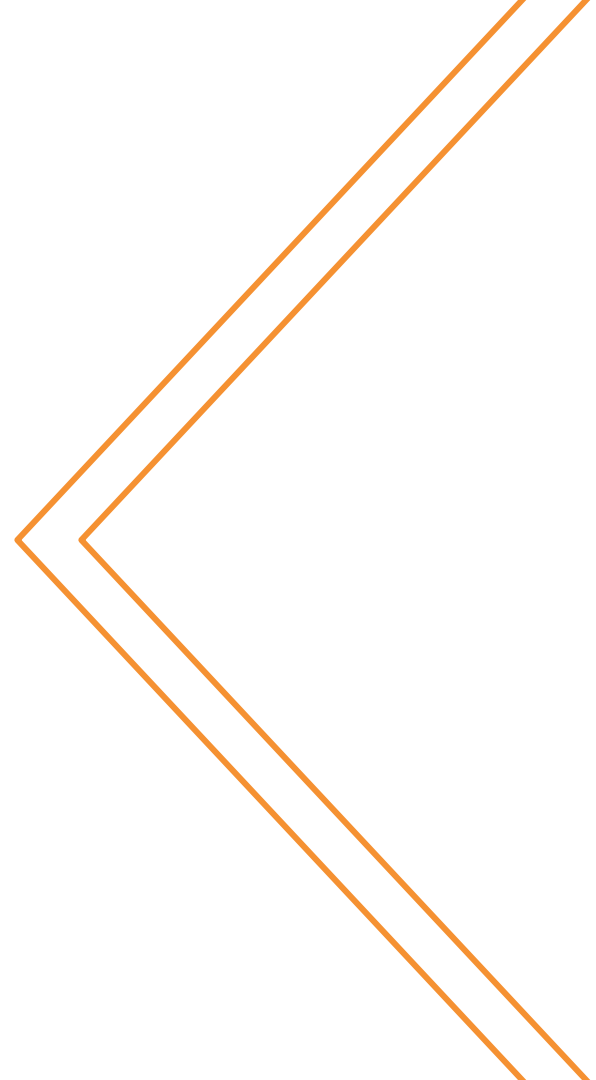


DIGITAL  
STRATEGY

# Новое направление:

**Как агентству контекстной рекламы привлечь больше клиентов, запуская для них рекламу в Facebook Ads**

# Эволюция услуг в агентстве



# Ключевые этапы



от инструментов к целям и задачам клиента



# Только SEO

- низкие барьеры входа на рынок\*
- экспертиза
- технологии, процессы
- команда / специалисты
- личный бренд

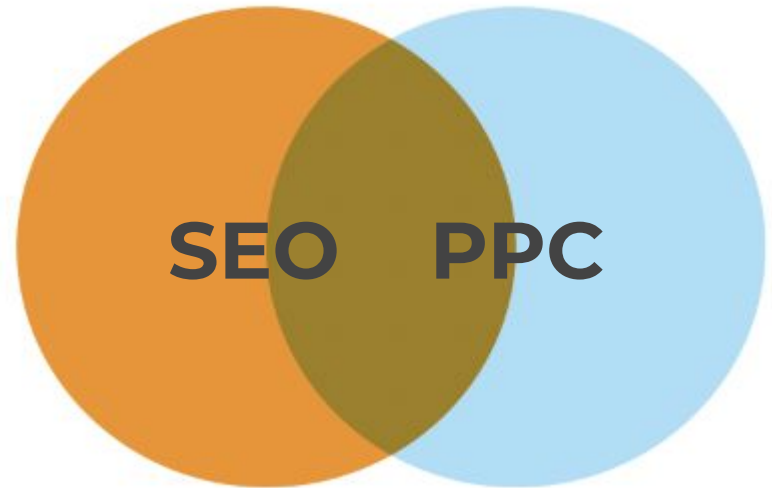
**Стратегия фокусирования**



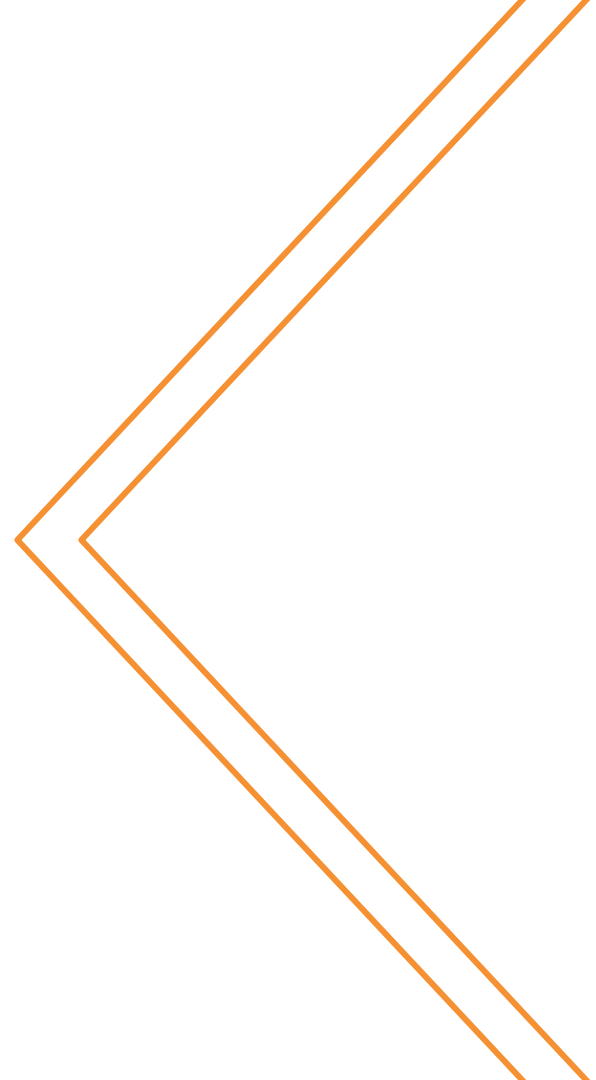
# SEO + Контекст

- самая “дружественная” сфера
- пересечения по экспертизе и инструментам: семантика / парсеры, аналитика
- синергия
- результат сразу / точка входа

**Диверсификация**



Зачем агентствам  
расширять список  
своих услуг



# Плюсы простоты

- структура и управляемость
- обучение специалистов с нуля быстрее (меньше нюансов)
- меньше нагрузки и затрат на проектную команду
- экспертиза в “своих” направлениях (ничего не делаем посредственно)

# Минусы: потолок по доходам

- невысокий средний чек
- нечего допродать, нет плана Б
- комплексный анализ метрик, сайта и юзабилити, конкурентов, цен и т.д. делаем (“**постоянные издержки**” — применить знания для масштабирования других каналов не можем)





# Минусы: недостаток контроля

- несколько независимых агентств —> нет координации действий, работа на “личные” KPI.
- нет информации о других активностях: цели и задачи / объемы / даты старта
- неэффективное распределение ресурсов



**Клиент в зоне риска**

# Минусы: неустойчивость

- зависимость от поисковиков — алгоритмы, условия и поисковых систем
- партнерские условия площадок
- политические / другие неконтролируемые риски — блокировки, регулирование

## **Риски и выживание**

# Минусы: нет горизонтального роста

- недоступно формирование комплексных стратегий
- ррс-специалист закрыт в рамках контекста и осваивает другие инструменты только в теории
- комплексные / сложные аналитические решения работают частично: можем оценить влияние нескольких каналов, вклад и ценность, но перераспределить усилия — не можем.
- следствие — меньше маневр для нематериальной мотивации (интерес)

Как выбрать фокус  
при запуске нового  
направления



# Внешние факторы. Возможности

- запросы от постоянных клиентов
- столкнулись со сферами, где нет сформированного спроса, перегрет аукцион, долгий цикл принятия решений и т.д. — нужны новые инструменты
- запросы > критической массы (можно сформировать команду и запуститься хотя бы в 0)
- потенциальные клиенты, лиды, тендеры и партнеры: целевые запросы по услуге или на комплексное продвижение
- есть специалисты: найм / консультации эксперта

# Внешние факторы. Проблемы

- риск работы с новым клиентом: 1 инструмент = 1 шанс на ошибку
- репутационные риски / потенциальная потеря постоянных клиентов

# Внутренние факторы. Возможности

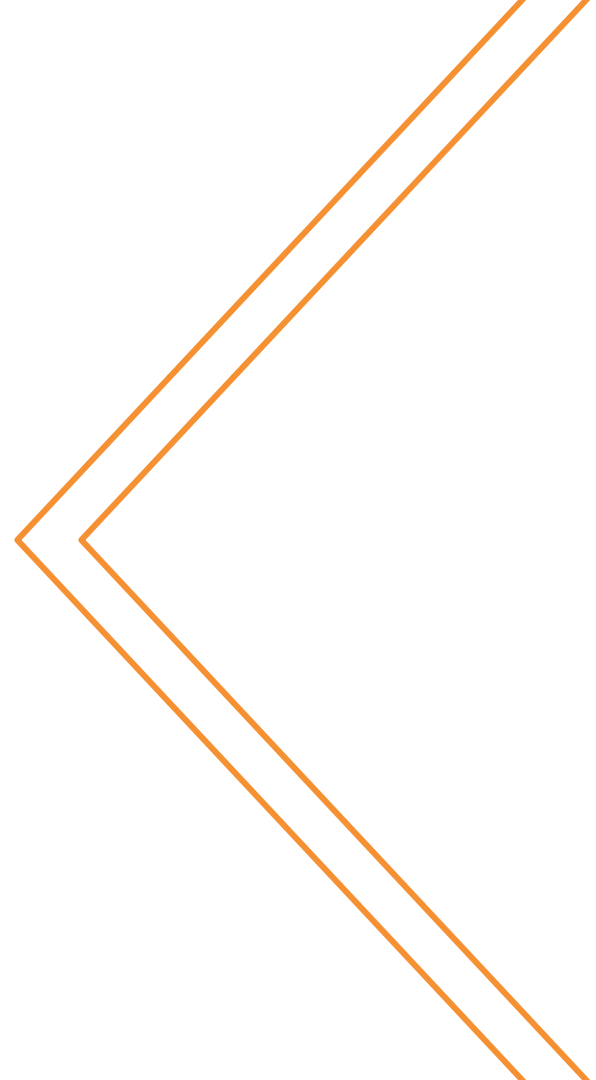
- понятные механизмы работы — при всей специфике, платный трафик есть платный трафик
- процессы и структура отдела готовы
- часть учебных материалов есть
- запрос от сотрудников на развитие / горизонтальный рост — дополнительная мотивация

# Внутренние факторы. Проблемы

- рост нагрузки на специалистов и проджектов
- “серые” зоны в управлении — распределение бюджетов / приоритетов / ответственности за общий результат



Личный опыт



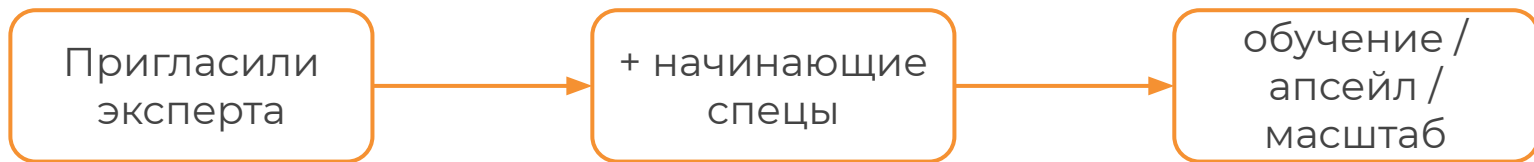
# Выделили ключевые риски

- Не взлетит — сработаем в минус, но резерв есть. **OK**
- Завалим работу и испортим отношения с лояльными клиентами. **Решить.**
- Ошибемся на старте, свернем работу — останемся без перспективного направления. **Решить.**
- Направление выбрано неправильно в долгосрочной перспективе). Поможем своим клиентам — это уже **OK**

# Ограничения: разбираемся с рисками

- Экспертиза — ключевой фактор. Оказывать услугу можно только качественно, нельзя ставить эксперименты и обучаться на своих клиентах.  
**Решение** — нанять эксперта.
- Ресурсы (время / деньги) — заложить срок окупаемости нового направления. 3-6 месяцев работы в лучшем случае в 0.
- Дополнительное время проджектов, аналитиков, продажников — нужно ввести в арсенал новые инструменты.  
**Решение** — приоритеты по внутренним проектам.
- Подготовка документации / процессов: регламенты, стандарты.  
**Решение** — подключение руководителя направления

# Этапы



# Этап 1

Пригласили в команду специалиста с опытом. Закрыли следующие вопросы:

- теория для организации системы и обучения внутри;
- практика для запуска эффективных кампаний.

Клиентам, которые запрашивали услугу — сделали предложение.

## Результаты

Через 1,5 месяца смогли взять 4 проекта на ведение (FB, Instagram, VK, MT)

По прибыли направления в небольшом минусе (но близко к 0)

Проработали основные процессы взаимодействия внутри

**Win-Win**

# Этап 2

+2 специалиста уровнем пониже — помощь с объемом / рутинной. У тимлида около 30% оставили на развитие, процессы и обучение:

- для всех направлений есть карты скилов;
- для каждого сотрудника раз в квартал аттестация и формирование ИПР;
- через 6-9 месяцев получаем готовых опытных специалистов с нужными навыками

## Результаты:

За 4-5 месяцев вышли в плюс.

Прирастаем по 3-4 клиента в месяц без активного продвижения. Только рекомендации и апсейл.

В портфеле **20+** постоянных проектов

# Этап 3. Итоги 8 месяцев

- Команда внутри — 5 человек
- Есть проверенные ресурсы / аутстафф для подстраховки — клиентские проекты и наши внутренние задачи не пострадают при любом раскладе
- Отдел встроен в структуру Performance-направления — все процессы по единым стандартам агентства: от найма и обучения сотрудников, до запуска и оптимизации клиентских кампаний
- Положительная рентабельность отдела + хорошая динамика

## **Результаты:**

**25+** клиентов

до **20%** выручки Perf-направления

положительная динамика в комплексных проектах

# Ошибки и проблемы

## Не все прошло гладко:

- не смогли правильно оценить на старте трудозатраты на контент (тексты, креативы) — не построили на старте процесс производства;
- сказали “А” (таргетированная реклама), но не сразу оказались готовы к логичному “Б” — взять на SMM-ведение и сами аккаунты клиентов;
- запустились раньше, чем были готовы все регламенты и инструкции — временами это больно и некомфортно. Чаще для клиентов (например, инструкции по выдаче доступов, ТТ для креативов и подобные).