

**Запуск услуги таргетированной
рекламы в агентстве: каких
ошибок нужно избегать, чтобы не
потратить деньги впустую**

Анчаков Кирилл



- продакт и проджект менеджер
- руковожу командой в маркетинговом агентстве
- преподаю

Оглавление

1. Предыстория к запуску
2. Экономика
3. Проектная команда
4. Клиенты
5. Итог



Экономика

$$ROI = \text{абонентка} - (\text{ЗП} + \text{маркетинг}) / (\text{ЗП} + \text{маркетинг}) * 100$$

Проектная команда



Где искали

1. hh
2. телеграм
3. рекомендации

Кого нанимали

1. аутсорс
2. стажеры
3. джуны+

Клиенты



Как искали

1. таргет
2. контекст
3. SEO
4. допродажи

- 1. таргет - низкая стоимость и низкое качество**
- 2. контекст - высокая стоимость и среднее качество**
- 3. SEO - средняя стоимость и среднее качество**
- 4. допродажи - средняя стоимость и высокое качество**



Экономика у нас

$$ROI = 300 - (480 + 220)/(480 + 220) * 100$$

$$ROI = -61$$

Что не учили

$$ROI = (\text{абонентка} + \text{Елама}) - (\text{ЗПспеца} + \text{ЗПпроджекта} + \text{маркетинг}) / (\text{ЗПспеца} + \text{ЗПпроджекта} + \text{маркетинг}) * 100$$

Почему не получилось

1. команда в целом (новые сотрудники + текущие)
2. управление
3. потребности клиентов
4. коронавирус (нет)

Эффективных **э**кспериментов!

t.me/brusbergg - я

optimizer.su - агентство