



Описание компании

Производитель гель лаков для профессионального маникюра.

На протяжении 16 лет компания Nika Nagel открывает двери в невероятный мир красоты и шика! В среде профессионалов нейл-индустрии имя компании Nika Nagel уже много лет является знаком высокого качества производимой продукции. Клиентам предлагается продукция для наращивания и дизайна ногтей, разработанная в Германии по новейшим технологиям и стандартам качества.

Задача

- Увеличение числа заявок на сайте интернет-магазина
- Повышение узнаваемости бренда.
- Снижение цены лида

Показатели рекламных кампаний клиента до обращения в компанию Dial:

расход	185 000,00р.
Клики	11641
Ср. цена клика	16,67р.
заявки	9
цена заявки	20 555,56р.
период	4 месяца

Основная сложность заключалась в том, что лаки конкретно этого бренда на территории России ищут в сети очень маленькое количество людей. А также стоимость продукции выше средней по рынку.

Что было сделано:

1. На начальном этапе было принято решение сделать основной упор на рекламные кампании с тексто-графическими объявлениями. Были созданы 11 кампаний в яндексе и в google, разделены они были по типу графических объявлений, видео объявления, а так же по кампаниям для мобильных устройств и десктопных устройств. группы в кампаниях были разделены по целевым аудиториям (владельцы салонов красоты, мастера маникюра, желающие открыть свой бизнес в этой нише и т.п.)

2. На основе данных систем аналитики о поведении трафика за последний год, были сегменты аудиторий.
3. В каждой группе объявлений был заложен А/В-тест - по 3-4 варианта текста объявления, к каждому из которых по 8 вариантов креатива (уникальных брендированных графических баннера под каждое направление - лаки, декор, оборудование и т.п.). Для каждого объявления были прописаны специальные utm-метки для анализа А/В-тестирования.
4. Для повышения конверсии сайта было предложено внедрить на сайт специальный виджет для трансляции по определенным поведенческим условиям акционного предложения с ограничением по минимальной сумме заказа для участия и с ограничением по времени - для сокращения времени принятия решения.
5. Была настроена кампания ретаргетинга для возврата пользователей, уже посещавших интернет-магазин в прошлом, были настроены более 20 различных условий показа объявлений, также был заложен А/В-тест объявлений в каждой группе объявлений.
6. Были созданы кампании для поиска, которые были настроены по принципу 1 групп = 1 ключевой запрос = 3 соответствия. Т.к. данный приём обеспечивает наилучшие показатели ctr. Было собрано более 7000 запросов, после тщательного анализа было оставлено не более 800 самых целевых коммерческих запросов. Собрано более 400 минус слов.

Результаты рекламных кампаний DIAL:

	Показы	Клики	Цена клика	Расходы	Заявки	Цена заявки	Заявки с виджета	всего	стоимость лида общ
Январь	94052	387	25,58	9899,00р.	2	4949,50р.	3	5	1 979,80 р.
Февраль	3544119	25544	6,16	157316,00р.	50	3146,32р.	30	80	1 966,45 р.
Март	3465351	15255	10,47	159657,17р.	59	2706,05р.	97	156	1 023,44 р.
Апрель	1434802	8995	8,13	73123,27р.	44	1661,89р.	92	136	537,67 р.
Май	625925	3457	8,24	28486,62р.	17	1675,68р.	54	71	401,22 р.
Июнь	1098804	5309	8,57	45513,09р.	20	2275,00р.	62	82	555,04 р.



