

Продвижение в социальных сетях

Расскажем коротко
и по делу — кто мы такие

Sidorin.LAB

Разрабатывать стратегию
и тактические планы

Анализировать
эффективность каналов

Писать тексты

Создавать ботов

Запускать рассылки

Собирать мудборды
и фотографировать

Отслеживать тренды
в контенте

Снимать и монтировать
классные видео

Настраивать таргет

Разрабатывать
коллаборации

Работать с блогерами

Создавать графику

Придумывать
конкурсные механики

Умеем все это и даже больше

О компании Sidorin Lab



На рынке с 2010 года

Зарекомендовали себя как лидеры при работе с крупными брендами, медийными и политическими персонами



Крупнейшее агентство

Наши офисы находятся в России, Казахстане и Молдове. В штате более 200 сертифицированных экспертов



Собственная система мониторинга

Сидорин Лаб владеет старейшей на российском рынке системой мониторинга данных IQBuzz. Более 15 лет на рынке мониторинга



Авторы и спикеры

Авторы книг и курса по управлению репутацией



Работаем 24/7

Поддержка проектов 24/7 (включая праздничные дни)



Наши достижения



Топ – 20

Рейтинга лучших агентств:
SMM-продвижения 2022



Топ – 15

Рейтинга известности
SMM-компании 2023



Топ – 20

Агентств в рубрике: Реклама
в социальных сетях
РРАР-2024

Преимущества работать с нами



10 + лет опыта
в сфере SMM



50 кейсов в разных
сферах бизнеса



30 специалистов
в команде



Написали более
10 000 постов

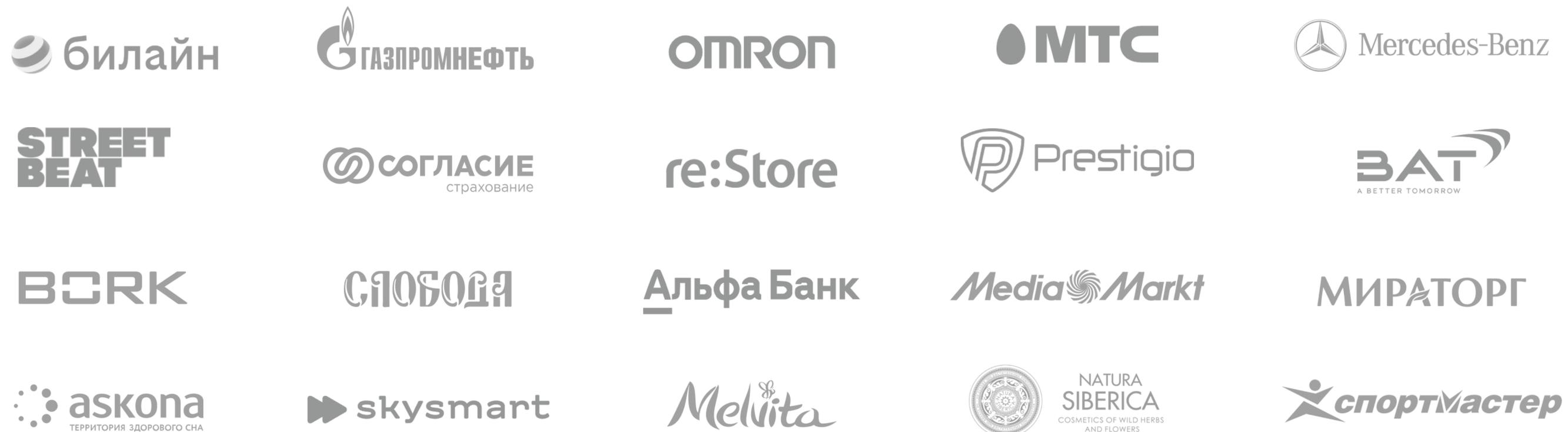


В 5 раз увеличили
охваты



2 + года - средний срок
работы с клиентами

Доверили нам свои проекты



О нас говорят

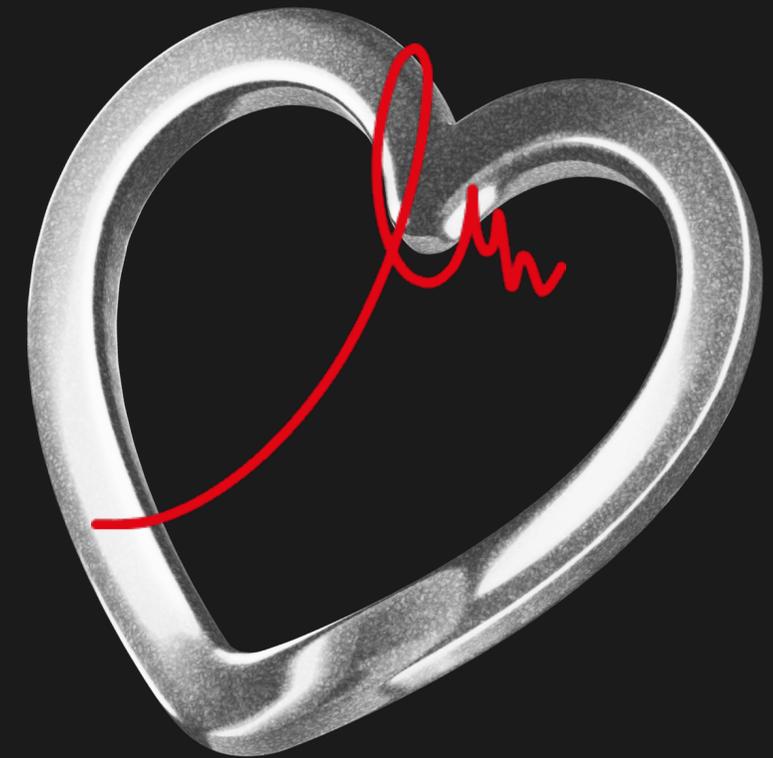


Почему клиенты выбирают нас *и делают это снова и снова*

Во-первых, ключевой приоритет для нас — репутация. Если мы взяли проект, значит, он будет реализован на самом высоком уровне.

Во-вторых, мы обеспечиваем максимальную прозрачность процессов.

В-третьих, нас не нужно просить несколько раз. Мы активно вовлекаемся в проект и сами предлагаем идеи.



Dream team

Наши руководители направлений



Алексей Ткаченко

РУКОВОДИТЕЛЬ И КООРДИНАТОР
ВСЕХ НАПРАВЛЕНИЙ



Глеб Нечунаев

ТАРГЕТ И КОНТЕКСТ



Анастасия Цапурина

СТРАТЕГИИ



Дарья Азовцева

ПОСЕВЫ И РАБОТА
С ИНФЛЮЕНСЕРАМИ



Юлия Конякина

ДИЗАЙН

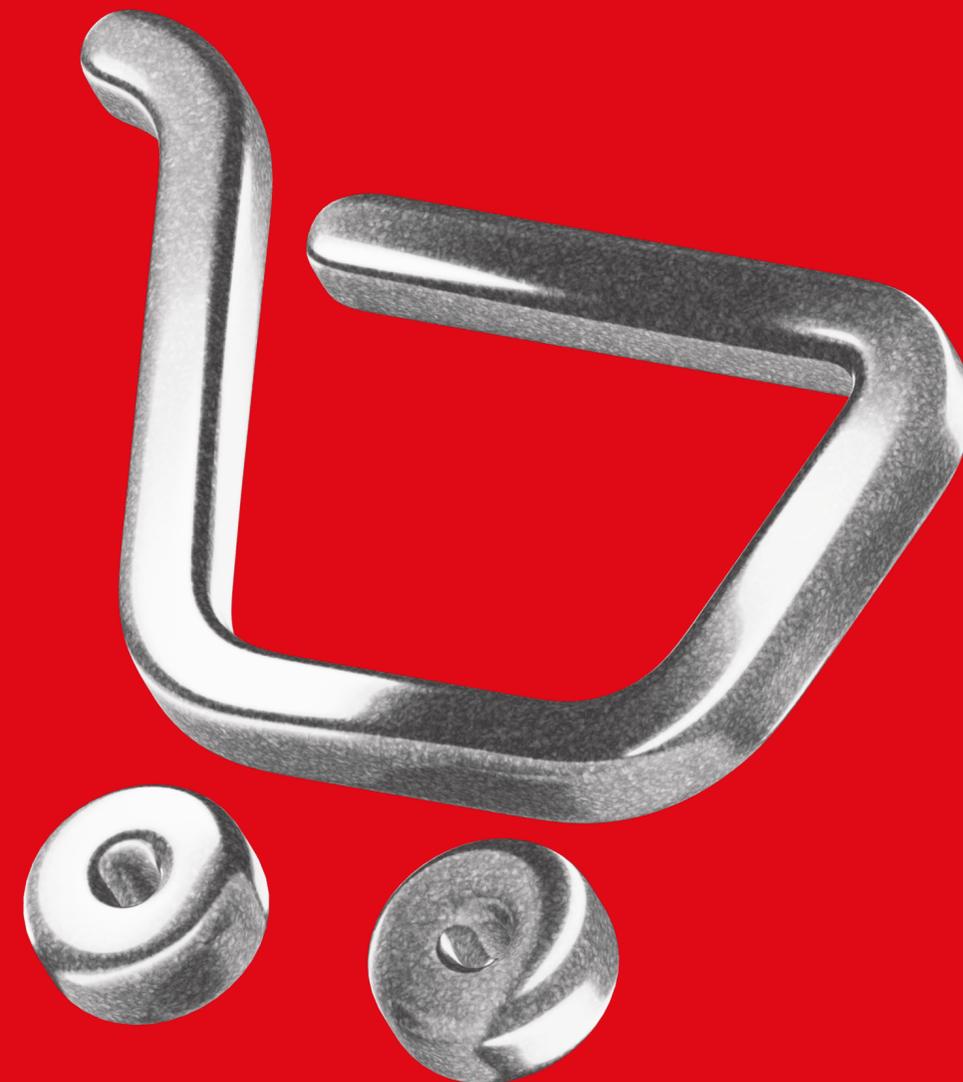


Анастасия Карпова

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Теперь переходим к
самому интересному —

*какие услуги мы
предоставляем?*



Разработка *стратегии*



Разработка стратегии

Разработаем пошаговую стратегию продвижения в социальных сетях и расскажем, как получить максимум от всех площадок.

По результатам вы получите PDF-гайд с детальным аудитом аккаунтов, анализом конкурентов и целевой аудитории, контент-стратегией, а также план по продвижению с полным описанием инструментов и прогнозом результативности каждого из них.

Обычно мы работаем комплексно, предлагая стратегию вместе с реализацией, однако данную услугу вы можете рассмотреть отдельно, чтобы перед стартом работы убедиться в уровне нашей компетентности.

Срок разработки стратегии — 3 – 4 рабочих недели



Что мы делаем?

1

Проводим аудит компании
в соцсетях

2

Определяем цели и задачи
SMM-стратегии, KPI

3

Анализируем целевую аудиторию и
конкурентов

4

Разрабатываем контент-стратегию

5

По запросу — разработка айдентики

6

Подбираем рекламные каналы

7

Производим индивидуальный
расчет бюджета для достижения
бизнес-задач

8

Тестируем гипотезы и проводим
аналитику

Разработка стратегии

Содержит

Вводные

- Цели и задачи проекта
- Текущее состояние

Анализ целевой аудитории

- Анализ аудитории
- Сегментирование аудитории
- Мотивация, барьеры, инсайты
- Выбор площадок присутствия

Работа по продвижению

- Таргетированная реклама
- Инфлюенс-маркетинг
- Остальные форматы рекламы
- Медиаплан
- KPI

Конкурентный анализ

- Площадки присутствия
- Анализ контента конкурентов
- Анализ продвижения конкурентов
- Конкурсные механики

Контент-стратегия

- Креативная концепция
- ToV
- Предложения по визуальному стилю
- Рубрикатор
- Примеры контента

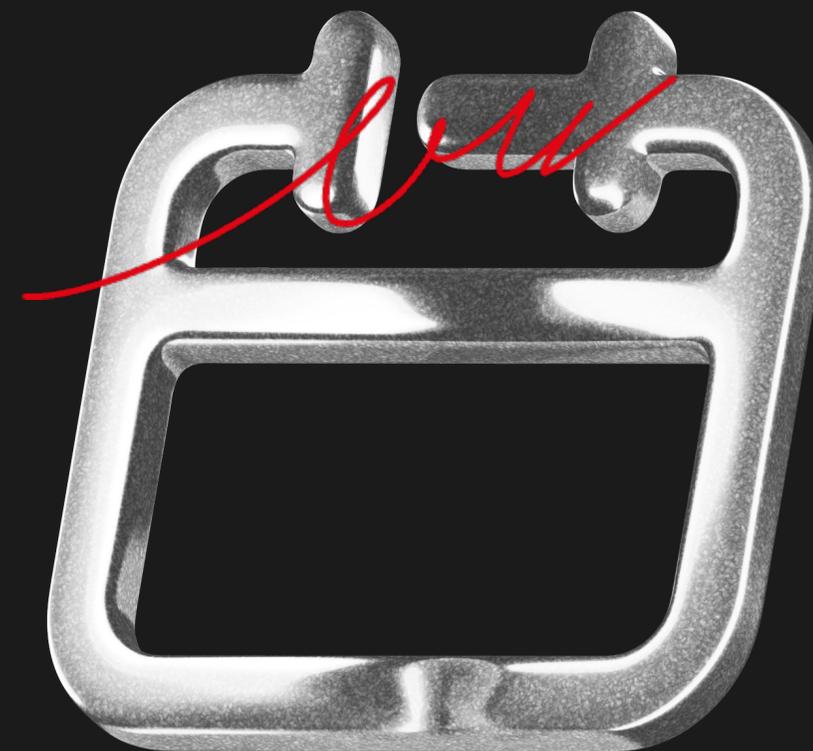
Главное в работе — KPI

Показатели, с которыми мы работаем

- **Стоимость лида (CPL)**
Контакт, который используется в воронке продаж.
- **Достигнутые цели (CPA)**
Стоимость целевого действия.
- **Вовлеченность (ER)**
Показатель уровня вовлеченности аудитории.
- **CPM**
Стоимость за 1 000 показов рекламы.
- **Охват (Reach)**
Процент целевой аудитории, которая контактировала с рекламой или контентом в заданный промежуток времени.
- **Коэффициент конверсии (CR)**
Процент пользователей, которые осуществили нужное действие: зарегистрировались, подписались на рассылку, заполнили форму, подали заявку, оформили покупку.
- **Кликабельность (CTR)**
Процентное отношение количества кликов к количеству показов рекламного объявления.
- **Стоимость клика (CPC)**
Сумма, которую рекламодатель платит за клик по объявлению, сделанный пользователем.

Все показатели работают на ваши цели: увеличение количества лидов и продаж, улучшение показателей конверсии и повышение узнаваемости бренда.

Разработка *контент-плана*



Разбираемся в терминах

Рубрикатор

— инструмент, который помогает структурировать и организовать контент для публикации в социальных сетях.

Состоит из списка категорий, в которых группируется контент.

Цель рубрикатора – отразить основные категории контента, которые будут работать на достижение ваших бизнес-целей. Каждая рубрика должна работать на одну из целей: привлечение аудитории, удержание, увеличение вовлеченности подписчиков и узнаваемости бренда.

Контент-план

— это график публикаций контента в виде таблицы, в которой мы указываем темы постов или статей, даты и время выхода, виды и форматы контента, площадки.

План помогает эффективно реализовывать стратегию развития каналов и тематических сообществ, а также поддерживать связь с аудиторией, увеличивать узнаваемость и привлекать новых подписчиков.

Создание контента

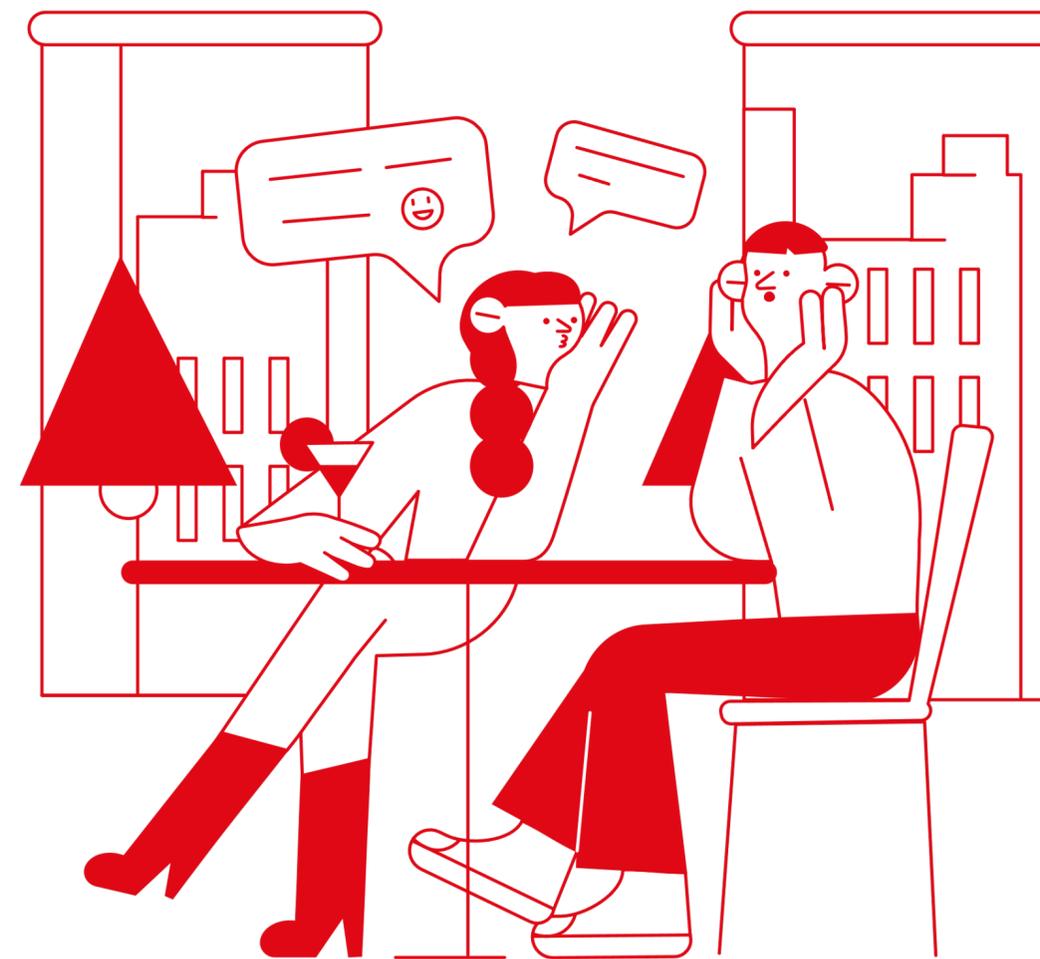
В коммуникации с пользователями в социальных сетях большую роль играет визуальный и текстовый контент.

Мы предлагаем полный спектр услуг по созданию контента.

- **Отдел дизайна.** Разработка айдентики, отрисовка графических баннеров, инфографики, анимации и т. д.
- **Отдел контента.** Написание статей, постов, рекламных объявлений, рассылок и т. д.
- **Фото- и видеопродакшен.** От съемки вертикального контента (Reels, VK клипы, Shorts) до реализации масштабных проектов полного цикла.

Стадии подготовки контента

1. Заполнение брифа;
2. Формирование рубрикатора и контент-плана;
3. Создание визуального контента;
4. Создание текстового контента;
5. Съемка фото- и видеоконтента;
6. Согласование;
7. Размещение.



Категории контента

Создадим контент под ваши цели

Полезный

Цель — ответить на актуальные вопросы подписчиков и возможных клиентов, решить их вероятные проблемы. Такие посты люди особенно часто репостят и добавляют в закладки, чтобы не потерять.

Форматы: лайфхаки, гайды, подборка полезных инструментов и сервисов.

Вовлекающий

Цель — получить новых подписчиков и повысить вовлеченность аудитории. «Оставить реакцию, написать комментарий».

Форматы: тесты и опросы, игры, розыгрыши.

Репутационный

Цель — увеличить лояльность ЦА к бренду, аргументировать УТП, показать свою экспертность.

Форматы: новости компании, отзывы, конкурентные преимущества.

Рекламный

Цель — увеличить объем продаж. Это продающие посты, которые содержат информацию о преимуществах продукта, новинках, акциях и распродажах.

Форматы: скидки, акции, спецпредложения, новинки.

Развлекательный

Цель — увеличить лояльность аудитории, развлечь подписчиков.

Форматы: мемы, комиксы, развлекательный фото- и видеоконтент.



Категории контента

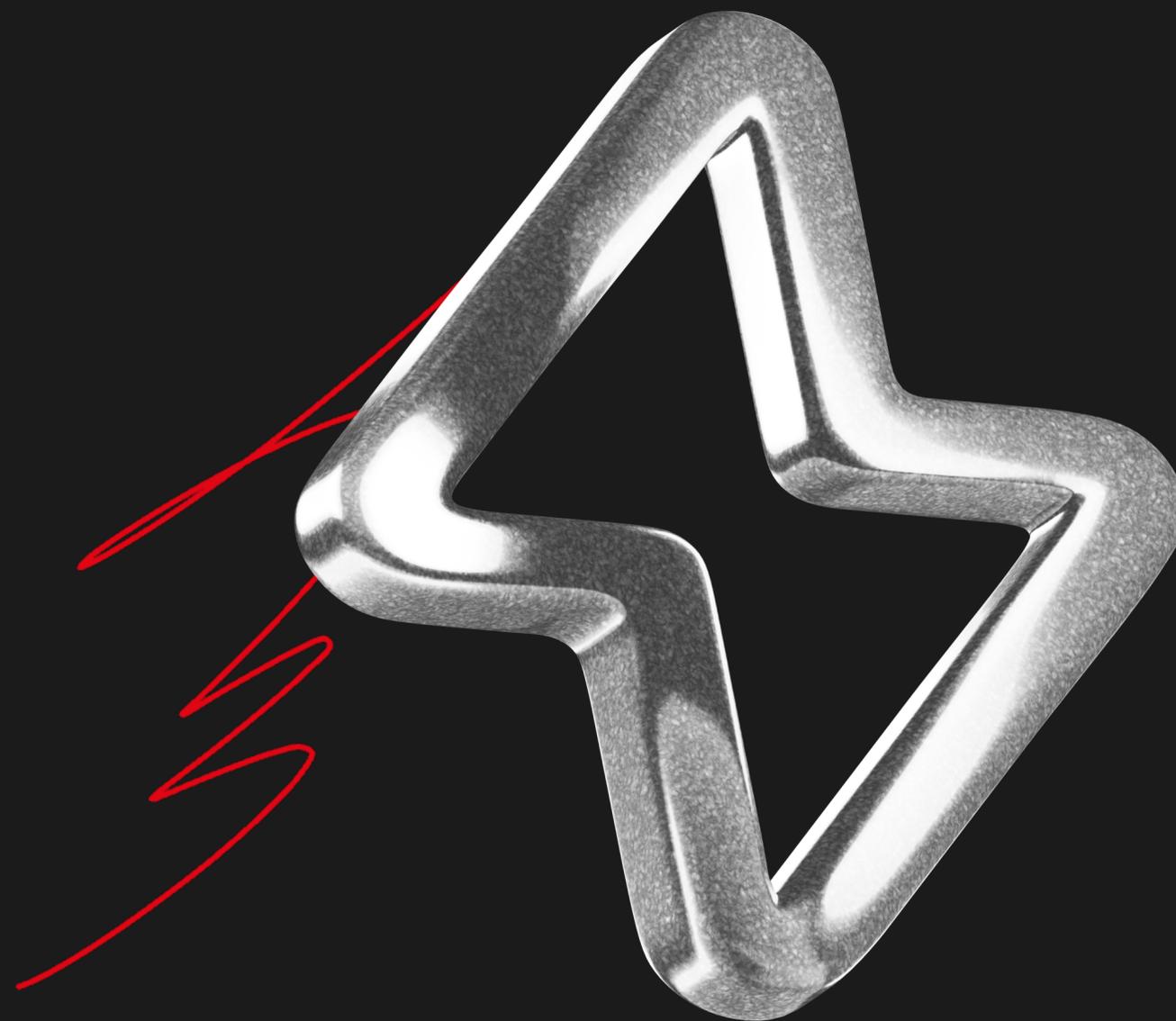
Исходя из общих SMM-целей мы определяем наиболее *актуальные* направления и формируем *тематические* рубрики.

У нас удачно получается интегрировать в контент-стратегию *нюсджекинг* и *ситуативный маркетинг*. Чтобы создавать виральный контент, мы следим за трендами и *новостной повесткой*.

Пример контент-плана для сети продуктовых супермаркетов

Тип контента	Тема	Дата публикации						
		ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
Информационный	Статистика по сбору вторсырья в магазине	12:00						
	Инструкция по использованию бонусной карты		16:00					
	Видеорецепт от шефа			11:00				
Развлекательный	Видеоролик с пятничным танцем поваров					14:00		
	Забавные факты про помидор			9:30				
Продающий	Скидочный промокод на текущий месяц					10:00		
	Подборка горячих предложений				12:00			
Пользовательский	Пост с рецептом из предложки		9:30					
	Подборка отзывов покупателей						16:00	

Тематические *посевы*

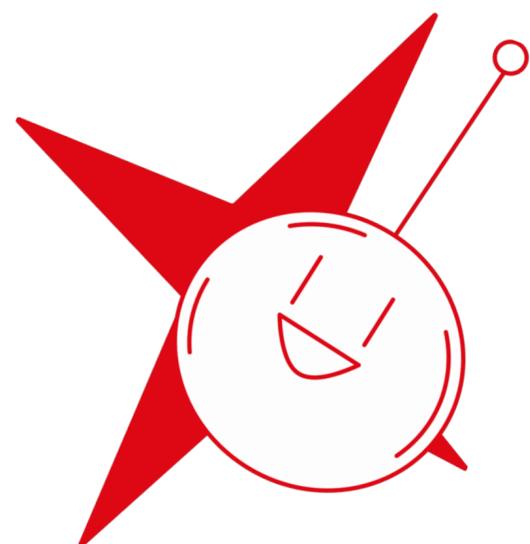


Посевы

Посевы в социальных сетях

— это размещение рекламных постов в сторонних группах и сообществах.

При посеве пост размещают от имени сообщества, он отображается у всех участников. Пользователь видит такую рекламу в новостной ленте на странице сообщества.



Плюсы канала продвижения

Лояльность аудитории

Публикация в ленте от имени сообщества вызывает естественный интерес пользователей к контенту.

Контакт с целевой аудиторией

В этих сообществах находятся те, кто уже интересуется данной тематикой или связан с нишей.

Низкая стоимость

Оплата за размещение нативных форматов происходит по системе CPM — стоимость за 1 000 показов. В зависимости от ниши и размера охватов цена CPM-посева может оказаться в 2–3 раза ниже, чем стоимость других каналов.

Посевы

Где мы можем размещаться

- Сообщества VK, Одноклассники
- Каналы Telegram
- Блоги и тематические сайты: Дзен, LiveJournal и т. д.

На что обращаем внимание

- Количество подписчиков и уникальных посетителей
- Наличие ботов и неактивных аккаунтов
- Вовлеченность пользователей и охваты
- Социально-демографические характеристики пол, возраст, интересы
- Стоимость за 1 000 показов (CPM)

Посевы

Этапность работ:

- Подбор и согласование сообществ для дальнейшего размещения;
- Разработка рекламного тизера (может носить как явный рекламный характер, так и быть нативным — данный момент обсуждается перед запуском кампании с клиентом);
- Тизер может быть универсальным для ряда сообществ, так и уникальным для каждого из согласованных сообществ;
- Интеграция в рекламные тизеры системы отслеживания эффективности (UTM-метки, промокоды);
- Подготовка рекламных токенов;
- Договоренность с администраторами сообществ, закуп размещений;
- Контроль размещений и подготовка отчетности по итогам кампании.



У вас не останется переживаний по поводу закона о рекламе: **мы полностью берем на себя взаимодействие с оператором рекламных данных (ОРД), подготовку токенов и отчетности.**

Инфлюенс- *маркетинг*



Инфлюенс-маркетинг

Преимущество инфлюенс-маркетинга — возможность нативно выйти через лидера мнений на целевую аудиторию, максимально заинтересованную в продукте.

К лидерам мнений обращаются:

- для повышения узнаваемости компании;
- увеличения количества продаж;
- роста охвата целевой аудитории.

Преимущества работы с лидерами мнений:

- блогерам доверяют, а значит, верят услугам и товарам, которые они рекламируют;
- высокая эффективность рекламы и продвижения;
- выбор ЦА по интересам;
- завуалированный вид рекламы по доступной цене;
- возможность показать продукт с разных ракурсов.

Форматы оплаты инфлюенсеров

Партнерские программы

Блогер получает оплату за каждую регистрацию по ссылке из его профиля.

Фиксированная оплата за пост

Блогер делает определенный пост или сторис, за которые получает установленную сумму.

Оплата за сделку

Цена зависит от коэффициента конверсии публикации. Рекламодатель платит блогеру только за клиентов, которые прошли весь путь до конца.

Бартер

За рекламу блогер получает товар или услугу бесплатно.

Оплата за просмотр

Цена зависит от количества просмотров поста.

Программа лояльности

Бонусы, скидки, кешбэки.

От чего зависит стоимость

Цели кампании

Если компания заинтересована в продажах, необходимо искать блогеров с платежеспособной аудиторией.

Если же нужны подписчики, лучше выбрать блогеров с большой аудиторией.

Стоимость рекламы будет зависеть от конкретной цели кампании.

**FOMO or Fear of Missing Out
(страх пропустить что-то интересное)*

Формат рекламы

Видеореклама дороже постов, а посты дороже рекламы в сторис, которая исчезает через сутки и обладает FOMO- эффектом*. Логика здесь простая: чем больше требуется работы, тем выше вовлеченность в формат и выше стоимость услуги.

Количество рекламы

Если на канале блогера имеется множество рекламных постов различной тематики, стоит учитывать, что эффективность рекламы может быть невысокой. Люди привыкают к постоянным рекламным сообщениям и перестают обращать на них внимание. В таком случае не стоит переплачивать.

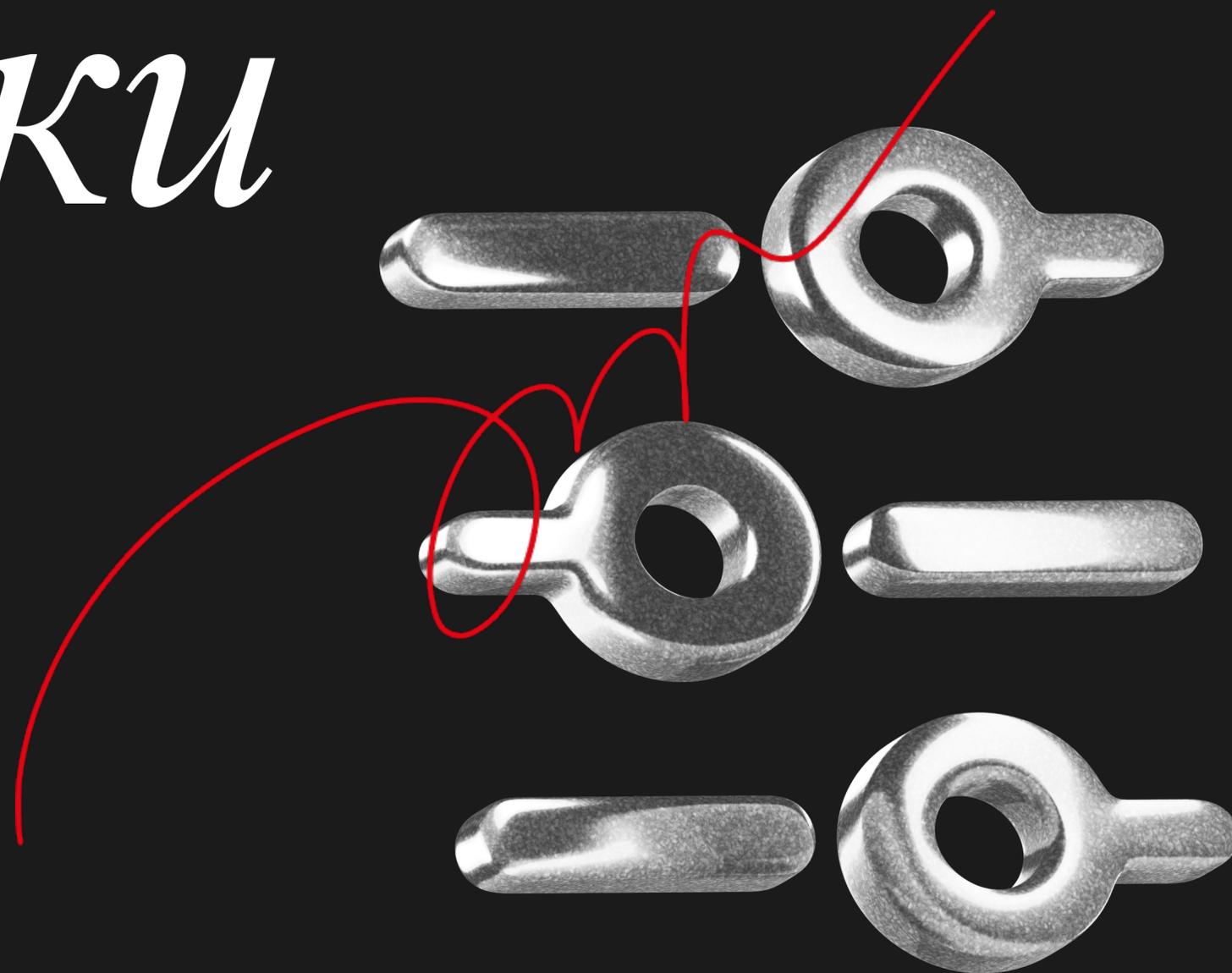
Инфлюенс-маркетинг

Этапность работ:

- Разрабатываем стратегию продвижения с анализом целевой аудитории и площадок;
- Подбираем и анализируем страницы блогеров;
- Согласовываем таблицу с лидерами мнений для дальнейшего размещения;
- Разрабатываем техническое задание и прописываем сценарий;
- Интегрируем в рекламные материалы систему отслеживания эффективности (UTM-метки, промокоды, QR-код);
- Подготавливаем рекламные токены;
- Контролируем размещения и подготавливаем отчетность по итогам и результатам рекламной кампании.



Конкурсные *механики*



Конкурсные механики

У вовлекающих механик — как конкурсов, так и геймификации — две основные цели:

- Сформировать лояльную аудиторию. Когда подписчики включены в жизнь сообщества, они более расположены к действиям внутри комьюнити.
- Увеличить охваты. Любая активность влияет на охват публикации, значит, ее увидят больше пользователей соцсети. Кто-то из них станет вашим новым подписчиком.

В зависимости от вида активности вовлекающие механики могут решать дополнительные задачи:

- Привлекать новых подписчиков. На эту цель работают классические конкурсы.
- Мотивировать пользователей создавать контент (UGC).

Конкурсные механики

Для привлечения наибольшего количества участников предлагаем ориентироваться на механики исключительно с онлайн-участием. Условия могут быть следующими:

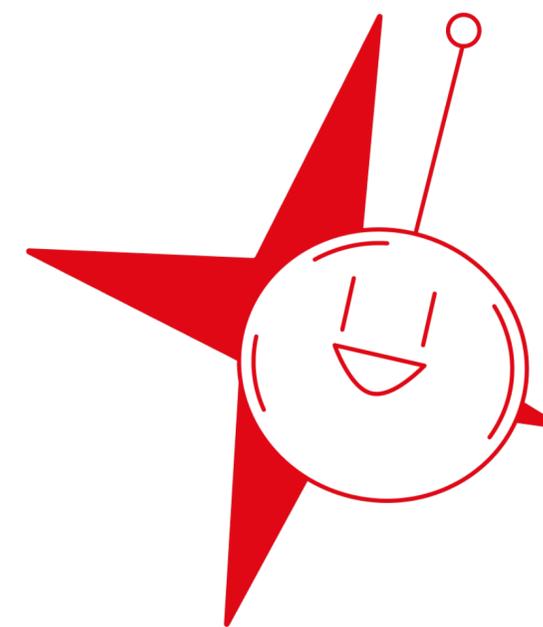
для Telegram

- Нажать кнопку под постом + подписаться.
- Написать комментарий под постом + подписаться.

для VK

- Нажать «лайк» + подписаться.
- Сделать репост + подписаться.

Конкурсный пост идеально подойдет для посевов в тематических сообществах — приз привлекает новую аудиторию, а конкурсное условие не отталкивает своей сложностью.



Конкурсные механики

Этапность работ:

- Определяем площадку для проведения конкурса.
- Разрабатываем условия и документацию проведения конкурса.
- Разрабатываем креатив (тексты и баннеры).
- Готовим план продвижения конкурса.
- Осуществляем запуск конкурса и отслеживаем результаты.
- Реализуем медиаплан продвижения.
- Готовим отчетность.



WAX

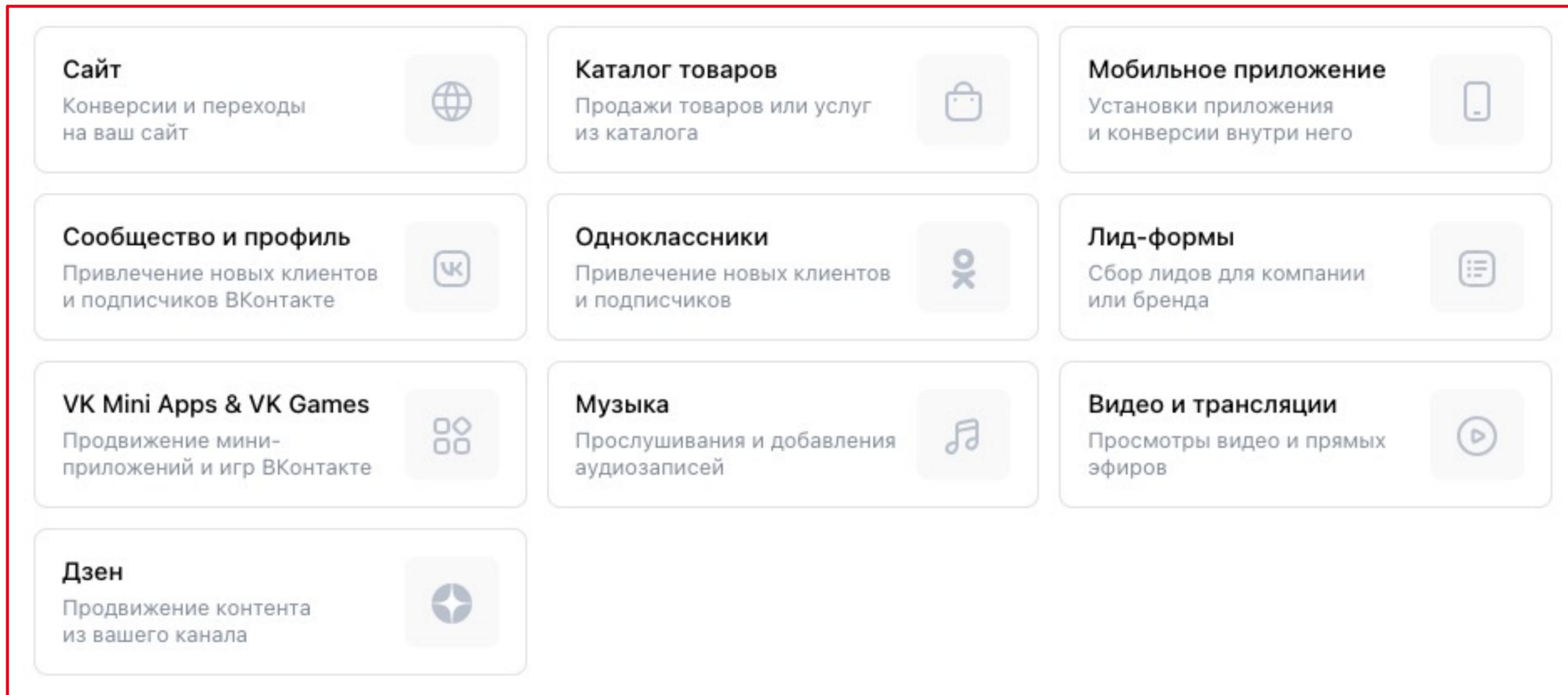
Ads

Преимущество таргетированной рекламы

- В социальных сетях люди не только общаются, но и покупают товары и услуги.
- Объявления можно показывать в ленте новостей, stories, размещать рекламные записи в сообществах.
- Благодаря гибким настройкам таргетинга здесь можно найти любую аудиторию.
- Различные рекламные форматы: видео, изображения, записи с кнопкой действия, сбор заявок прямо в соцсетях и др. В Одноклассники и ВКонтакте можно запустить рекламу даже без сайта. Вариантов много.



Целевые действия



ДЛЯ КАКОГО БИЗНЕСА ПОДОЙДЕТ ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА?

Практически для любого — и для b2b, и для b2c секторов, и для персон.

При настройке целевой аудитории в социальных сетях есть возможность выбирать, кому, где и когда показывать нашу рекламу, учитывая множество параметров. Это обеспечивает точное попадание в целевую аудиторию и высокое качество потенциальных клиентов.

Таргетинги:

- Ключевые слова
- Интересы
- Клиентская база
- Ретаргетинг
- Сообщества
- Регионы показа
- Возраст
- Демография
- Парсинг теплой аудитории

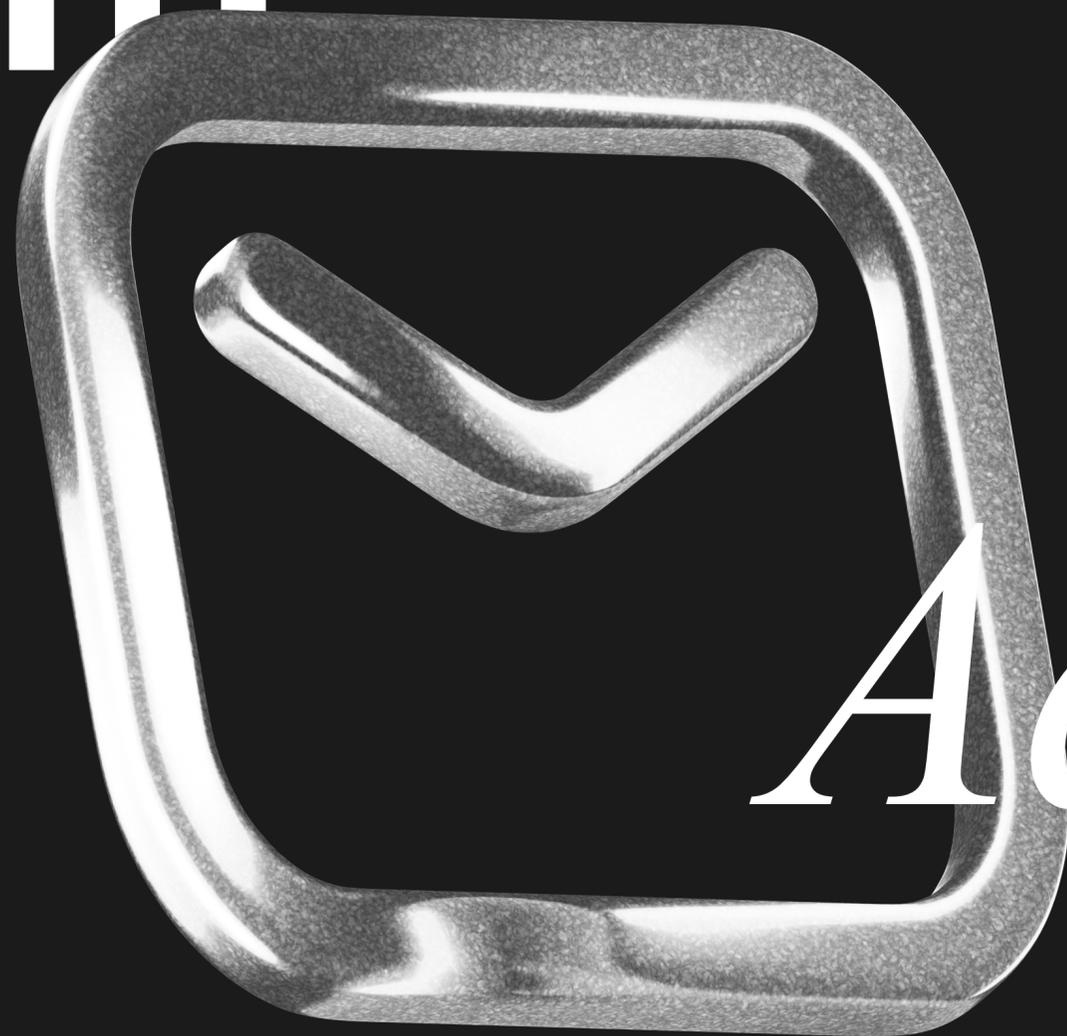
VK Ads

Этапность работ:

- Оценка целей рекламной кампании.
- Заполнение брифов.
- Первоначальный расчет показателей.
- Анализ рынка, целевой аудитории, конкурентов.
- Настройка аналитики, настройка пикселя
- Подготовка эффективной стратегии продвижения.
- Согласование рекламных объявлений и креативов.
- Запуск рекламной кампании.
- Прохождение модерации.
- Проведение A/B-тестов.
- Оптимизация кампании.
- Настройка ретаргетинга.
- Масштабирование рекламной кампании.
- Анализ результатов и подготовка понятного отчета.
- Внесение предложений по оптимизации продвижения.



Telegram



Ads

Telegram Ads

58%

пользователей интересуются
образовательными каналами

+70 млн

активно пользуются
мессенджером каждый месяц

более 700 000

каналов создано в 2023 году

58%

мужчины

+200%

прирост аудитории за 2 года

42%

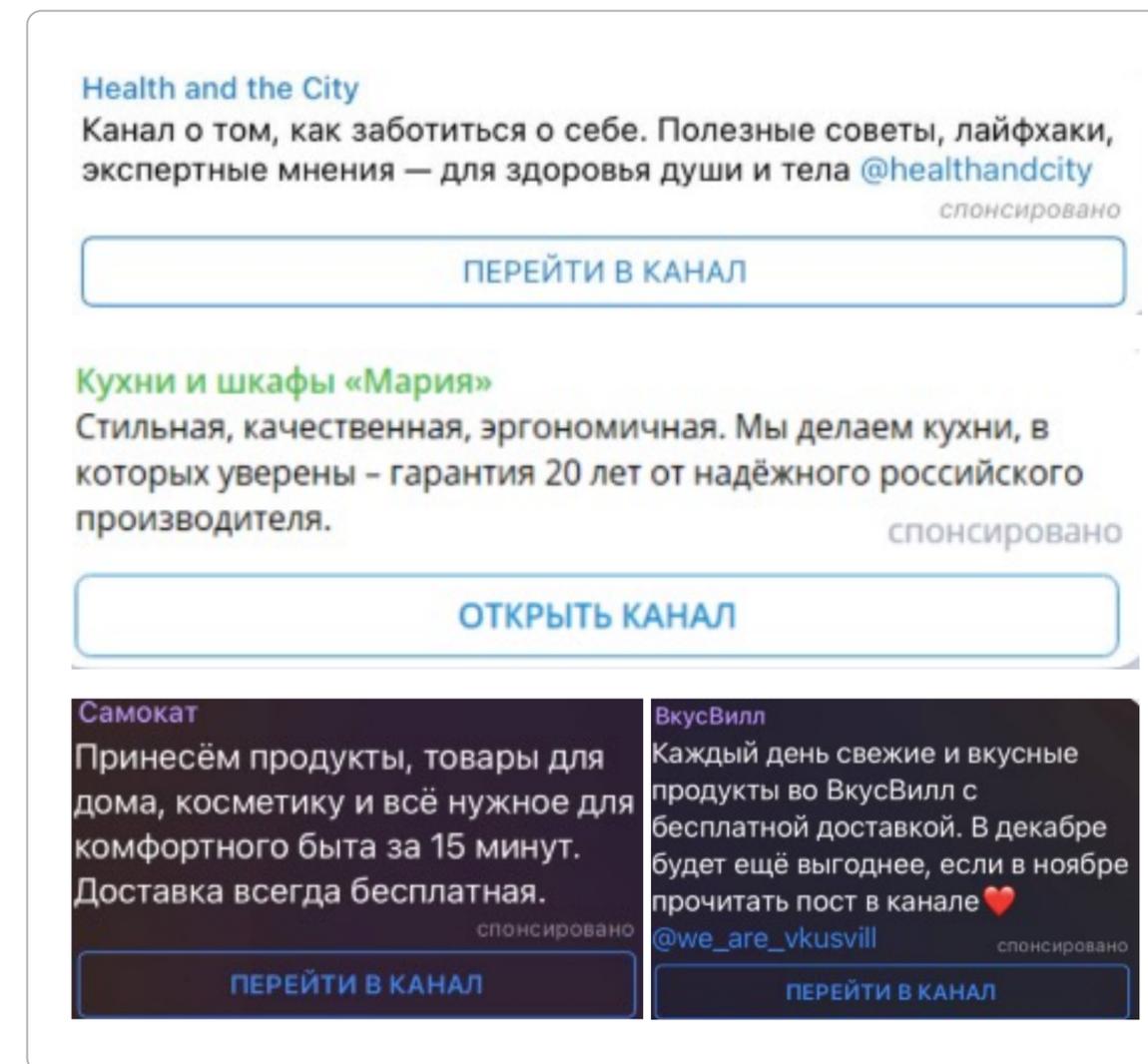
женщины

*По данным открытого исследования TGStat в 2023 году

Telegram Ads

Особенности платформы

- Рекламный формат — текст в 160 символов, включая пробелы, без графики, внизу находится кнопка для перехода по ссылке.
- Рекламный пост показывается ниже всех информационных сообщений и контента в Telegram-канале, поэтому его невозможно пропустить в ленте новостей.
- Трафик можно вести на воронку внутри самого мессенджера — чат-ботов, публичный Telegram-канал или пост в таком канале и на сайт.



Примеры объявлений для привлечения потенциальных подписчиков и покупателей

Таргетинги

По тематикам

Рекламодатели могут выбирать тематики каналов для размещения объявлений или исключать нерелевантные. На выбор доступны 42 тематики, включая искусство, образование, маркетинг и путешествия.

По базе номеров

Рекламное объявление будет показываться владельцам номеров телефонов, на которые зарегистрированы аккаунты в Telegram.

По каналам

Рекламодатели могут указать каналы для размещения рекламы или исключить неподходящие, а также таргетироваться на аудиторию конкретных каналов.

По локациям

Рекламное объявление будет показываться пользователям с соответствующими IP. Можно выбрать как город, так и ПГТ (но пока есть не все).

По интересам

Рекламодатели могут таргетировать пользователей по интересам, определяемым категориями каналов, на которые они подписаны. При настройке таргетинга можно выбрать пересечение аудиторий, чтобы избежать дублирования.

По устройствам

Рекламодатель может выбрать на каком устройстве будет показываться его рекламное объявление.

Telegram Ads

Этапы работы

- Заполнение брифа
- Проводим аудит вашего Telegram-канала или чат-бота на соответствие правилам модерации

Срок выполнения: 1 день

- Отправляем ваш Telegram-канал на первичную премодерацию

Срок выполнения: 1 день

- Разрабатываем стратегию продвижения, собираем каналы (аудиторию)

Срок выполнения: 2-3 дня

- Разрабатываем и согласовываем рекламные посты

Срок выполнения: 2-3 дня

- Первичная модерация рекламных объявлений в Telegram Ads

Срок выполнения: от 2 дней

- Тестирование гипотез, получение первых стабильных результатов

Срок выполнения: 2-5 дней

- Оптимизация рекламных кампаний, масштабирование и поддержание результатов

Срок выполнения: каждый день

Условия работы

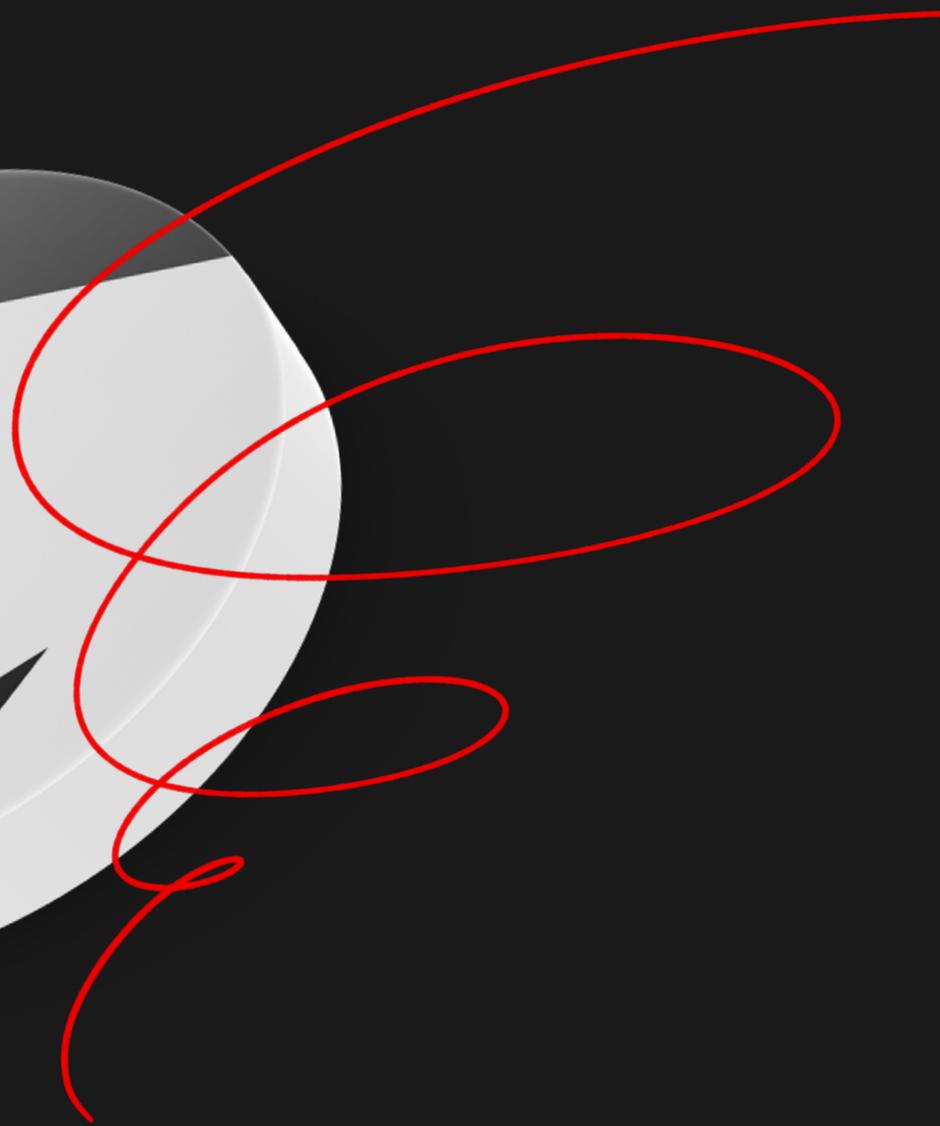
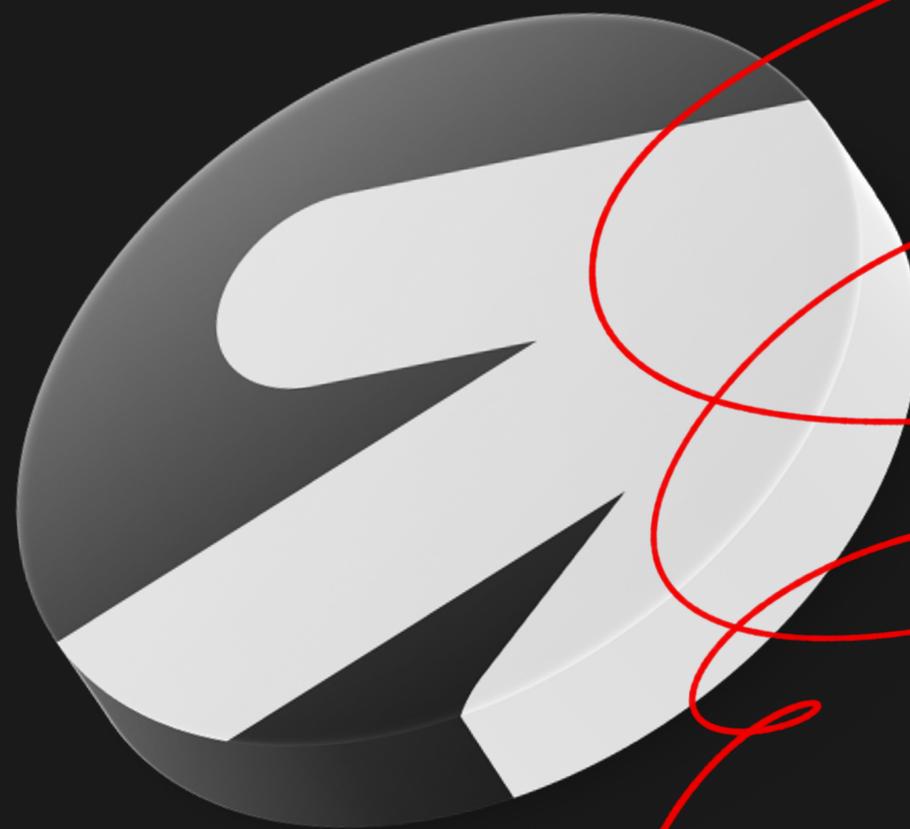
*У вас должно быть от 100-150 подписчиков в канале, возраст канала от 3 недель.
Публикация постов минимум 3 раза в неделю.*

Запрещены тематики: оружие, алкоголь/наркотики, табачная продукция, ставки, казино, вредоносное ПО и прочее.

Рекламный бюджет можно реализовать за срок до 3 месяцев

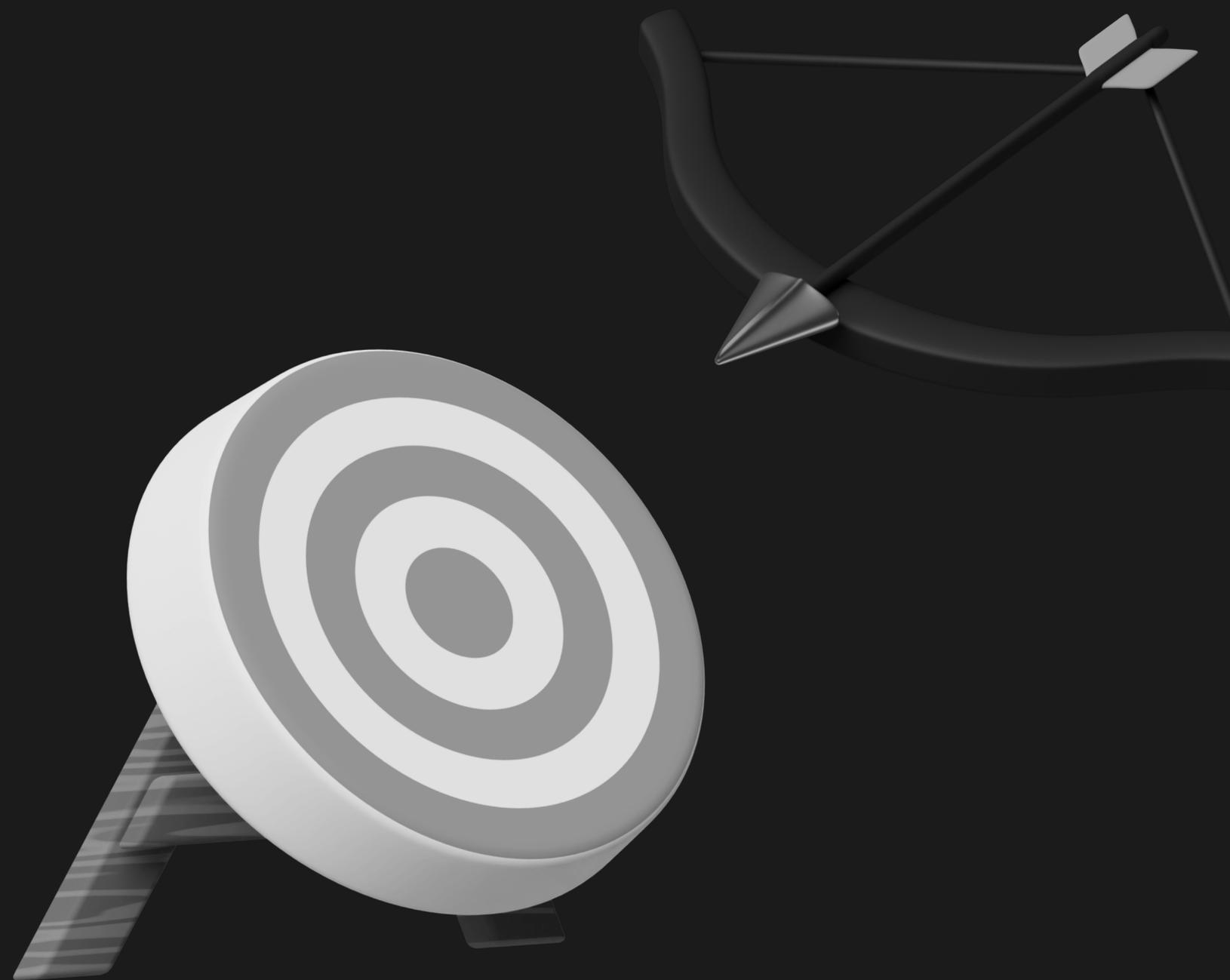
*Бюджет от 1 500 евро.
Дополнительно оплачивается комиссия платежной системы 15-20% + НДС 20%.*

Контекстная *реклама*



Контекстная реклама: *настройка и ведение*

- Работаем с целями от лидов до ROI.
- В 90% случаев достигаем поставленных целей.
- Открываем доступы в кабинеты и передаем РК после окончания работ.



Зачем нужна контекстная реклама



Позволяет
быстро привлечь
заинтересованную
аудиторию

Охват контекстной
рекламы более 90%
пользователей
интернета

Предоставляет *возможность*
для расширения бизнеса с
помощью эффективных
инструментов.



Реклама
прозрачной
отчетности
для бизнеса
любого уровня

Примеры использования контекстной рекламы



Увеличение продаж в определенном регионе

Контекстная реклама покажет пользователю именно то, что он ищет - товар или услугу, соответствующую его запросу.



Продажа товаров или услуг

Эффективный способ привлечь клиентов и увеличить продажи в конкретном регионе.



Привлечение трафика на сайт

Если у вас хороший контент или нужно повысить узнаваемость бренда, контекстная реклама поможет привлечь больше внимания к вашему продукту.

Что включает настройка контекстной рекламы

Шаг 1

- Анализ и подготовка
- Изучение вашей продукции, услуг, конкурентных преимуществ.
- Определение потребностей и возможностей, согласование целей рекламной кампании.
- Анализ конкурентов и выбор рекламной стратегии.

Шаг 2

- Разработка стратегии.
- Составление и утверждение технического задания на проект.
- Формирование и согласование списка ключевых запросов (семантического ядра).
- Создание и согласование текстов объявлений.
- Создание и настройка аккаунтов в системах контекстной рекламы.
- Настройка параметров рекламных кампаний в соответствии с целями.
- Подключение, проверка и настройка базовых систем аналитики (Яндекс Метрики и Google Analytics), сторонних сервисов аналитики, настройка целей.

Что включает настройка контекстной рекламы

Шаг 3

- Изменение приоритетов объявлений и ключевых фраз, оптимизация конверсии через различные группировки, добавление «минус слов».
- Управление ставками и бюджетом с учетом целей, покупательского спроса и достигнутых показателей контекстной рекламы.
- Корректировка стратегии рекламной кампании в зависимости от потребностей вашего бизнеса (изменение автоматических стратегий, изменение формата объявлений, изменение целевой аудитории и прочее).
- Проведение А/Б-тестирования объявлений. Подключение расширений и новых возможностей систем размещения контекстной рекламы.

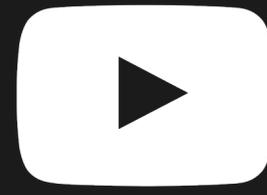
Шаг 4

- Измерение эффективности рекламных кампаний.
- Формирование ежемесячных отчетов.
- Разработка плана развития с учетом полученных показателей.

Интернет-реклама на русскоязычную аудиторию по всему миру



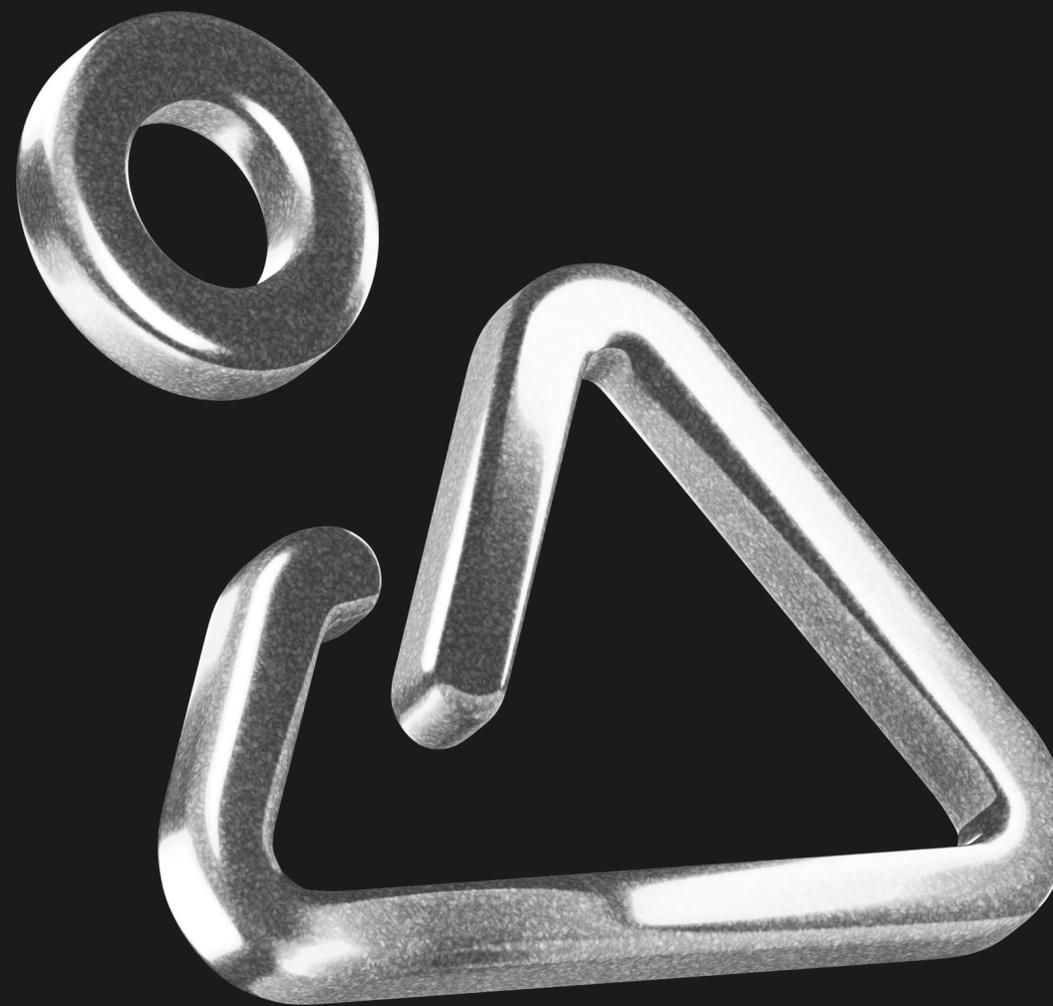
Google Ads



- **Глобальные охваты:** достигайте своей целевой аудитории в любой точке мира.
- **Гибкие рекламные платформы:** оптимальные инструменты для продвижения вашего бренда и масштабирование бизнеса.
- **Таргетированная аудитория:** привлечем потенциальных клиентов, настроив точное географическое и поведенческое таргетирование.
- **Эффективность и результативность:** получайте максимальный эффект от рекламных кампаний благодаря аналитике и оптимизации.

* Организация признана Минюстом экстремистской.

Маркировка *рекламы*



Маркировка рекламы

- С 1 сентября 2023 года в соответствии с новым законодательством о маркировке рекламы обязательно размещение специальной метки на всей цифровой рекламной информации.
- Процесс маркировки рекламы может быть сложным, особенно если вы используете несколько каналов для продвижения.
- Каждому такому сообщению будет присвоен уникальный токен – идентификатор, который гарантирует включение рекламы в единый реестр интернет-рекламы и обеспечивает возможность отслеживания со стороны налоговых служб.

На сегодня нет законодательного механизма, регулирующего ответственность за немаркированную рекламу.

Но нарушения попадают под статью 14.3 КОАП, предусматривающую следующие штрафы:

- до 2 500 рублей для физических лиц;
- до 20 000 рублей для должностных лиц;
- до 500 000 рублей для юридических лиц.

Мы готовы разместить метки на всех ваших рекламных материалах, обеспечить защиту от возможных юридических проблем и поддерживать высокий уровень доверия со стороны пользователей.

Маркировка рекламы

Этапность работ:

- Получение цифровых идентификаторов рекламных материалов;
- Подача статистики о размещенных рекламных материалах;
- Подача отчетности по итогам месяца о размещенных рекламных материалах;
- Ведение внутреннего учета информации и контроль данных, необходимых для получения рекламных материалов и подачи статистики в Excel;
- Координация процесса сбора данных для подачи в ОРД;
- Отслеживание разъяснений контролирующих органов по вопросам маркировки рекламы;
- Отслеживание "лучших практик" рекламного рынка в части взаимодействия с ОРД;
- Контроль соответствия размещаемой в рекламных материалах маркировки требованиям законодательства, и условиям закрепленными с контрагентами.



Кейсы



Как мы достигли **7 миллионов** охвата за 25 дней с помощью размещения в Telegram-каналах для продвижения продуктов оператора связи в России.

ЗАДАЧИ

1. Проведение информационных мероприятий о продуктах и сервисах компании в России.
2. Разработка креативных постов и визуальной концепции для увеличения вовлеченности аудитории.
3. Размещение информационных постов в тематических каналах и запуск таргетированной рекламы Вконтакте.

РЕШЕНИЕ

Для достижения поставленных целей мы разработали комплексную стратегию продвижения. Провели анализ и определили наиболее подходящие тематические Telegram-каналы по городам и регионам РФ. Разработали креативные посты и визуальные решения. Разместили информационные посты для привлечения новой аудитории. Запустили таргетированную рекламу, которая была настроена на показ целевой аудитории, что позволило нам максимально эффективно использовать бюджет на рекламу.

РЕЗУЛЬТАТ

Посевы в тематических сообществах

Количество размещений – **905**
Средний охват в месяц – **7 173 355**
ER – **15%**

Таргетированная реклама

Минимальный CPM – **170, 98 ₺**
CTR – **0.78%**
Охват: **1 509 234**

Гонка к успеху: как автомобильный завод набрал 1500 подписчиков за 15 дней с помощью рекламных инструментов TG Ads и посевов

ЗАДАЧИ

1. Увеличение подписчиков в Telegram-канале
2. Увеличение узнаваемости и вовлеченности аудитории с помощью рекламных инструментов (посевы в тематических сообществах, TG Ads, реклама через партнерские TG-каналы Яндекс).

РЕЗУЛЬТАТ

Посевы в тематических сообществах

Количество размещений – **20**
Бюджет – **200 000 руб**
Средний охват в месяц – **931 599**
Переходы по ссылке – **2 794**
Стоимость привлечения одного подписчика (CPS) – **358 рублей**
ER – **19%**
CTR – **0,3%**
Цена за просмотр одной публикации (CPV) – **0,28 руб**
Привели **558 пользователей** на канал

РЕШЕНИЕ

Мы провели детальный аудит и разработали комплексную стратегию продвижения. Разработали креативные посты и визуальные решения для каждого рекламного инструмента. Подобрали и разместили посты в тематические сообщества для привлечения новой целевой аудитории. Создали рекламный кабинет в TG Ads и запустили рекламу по тематикам и каналам. После тестового периода, провели оптимизацию и масштабирование рекламных кампаний, что помогло увеличить эффективность продвижения. Параллельно создали рекламу TG в Мастере кампаний и разработали промо-сайт с целью уменьшить стоимость в подписку. Подключили аналитику, настроили события по целевому действию и оптимизировали кампании с оплатой за конверсию.

Таргетированная реклама

Стоимость за 1000 показов (CPM) – **2,6 €**
Бюджет – **1 450 €**
Среднее количество просмотров одного объявления – **861 064**
Стоимость привлечения одного подписчика (CPS) – **2,3 €**
Привели **623 пользователей** на канал

Реклама в телеграм-каналах Директ

Показы – **705 075**
Переходы – **2 563**
Цена одного пользователя по объявлению – **34 руб**
Стоимость подписчика с НДС – **272 руб**
Привели **394 пользователей** на канал