



**Реактив
медиа**

интернет-агентство

Российское SMM-агентство **РЕАКТИВ МЕДИА**

10 лет на рынке | Москва + Волгоград



Реактив медиа



Экспертиза по продвижению в соцмедиа (SMM, таргетинговая реклама, блогеры) и сети интернет (создание и продвижение сайтов через контекстную рекламу и SEO), основанная на многолетнем опыте и работе с более чем 300 брендами, позволяющая нашим клиентам **повышать продажи и выстраивать эффективную коммуникацию с клиентами.**

По версии [Рейтинга Рунета 2022](#) входим в:

- топ-18 SMM-агентств России
- топ-30 агентств таргетинговой рекламы России
- топ-84 агентство интернет-маркетинга России
- Член Торгово-промышленной палаты.
- Сертифицированные рекламными системами сотрудники.
- Десятки благодарственных писем от клиентов.
- Участники более 100 профессиональных конференций.



Ключевые компетенции

- ✓ Разработка стратегии по интернет-маркетингу для брендов и персон.
- ✓ Лидогенерация из всех социальных сетей и контекстной рекламы Яндекс и Google. Медиапланирование.
- ✓ SMM под ключ: контент, креатив, модерация, продвижение и т.д.
- ✓ Разработка дизайн-концепции для групп бренда: оформление групп, публикаций и спецпроектов.
- ✓ Контент-маркетинг: от сценария до постобработки: видео, тексты, спецпроекты и др.



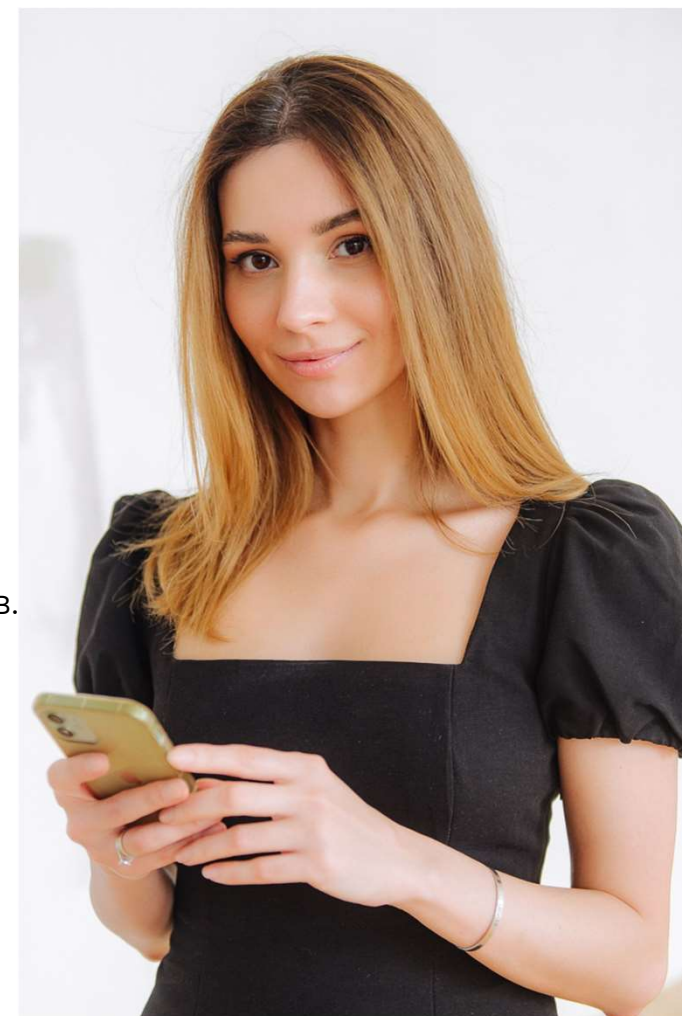
Работая с нами, вы получаете:

- ✓ Команду экспертов, способную решить вашу бизнес-задачу максимально эффективно.
- ✓ Экспертизу и передовой опыт рынка: эксперты агентства анализируют новые инструменты и внедряют только результативные механики.
- ✓ Обучение ваших сотрудников работе с соцмедиа.
- ✓ Прозрачное ценообразование.



Как мы работаем

- ✓ Знакомимся с бизнес-задачами бренда посредством брифа, исследования аудитории и интервью. Формулируем ключевые рыночные инсайты.
- ✓ Разрабатываем стратегию присутствия бренда в соцмедиа и других каналах интернет-маркетинга.
- ✓ Формируем команду проекта, которая состоит из минимум 3 экспертов: стратег по работе с контентом, стратег по рекламному продвижению и менеджер проекта.
- ✓ Создаем рабочий чат в мессенджере с представителями бренда для согласования контент-плана, продвижения и обработки вопросов клиентов. Оперативно реагируем на запросы клиента.
- ✓ Даем еженедельный статус для обсуждения промежуточных результатов работы. Оперативное внесение изменений в продвижение.
- ✓ Готовим ежемесячный отчет по оговоренным KPI. Выводы и рекомендация по развитию проекта.



Ключевые эксперты агентства



Стукалов Сергей

Основатель агентства.
С 2007 года в SMM



Никитин Максим

Руководитель Блока
продвижения.
С 2013 года в SMM



Ильяшенко Иван

Руководитель Блока
управление проектами.
С 2015 года в SMM



Авраменко Алена

Менеджер проектов.
Опыт работы более 4 лет.



Калинина Анастасия

Менеджер проектов.
Опыт работы более 4 лет.



Минакова Ксения

Менеджер проектов.
Опыт работы более 3 лет.

Нам доверяют



Ренессанс страхование

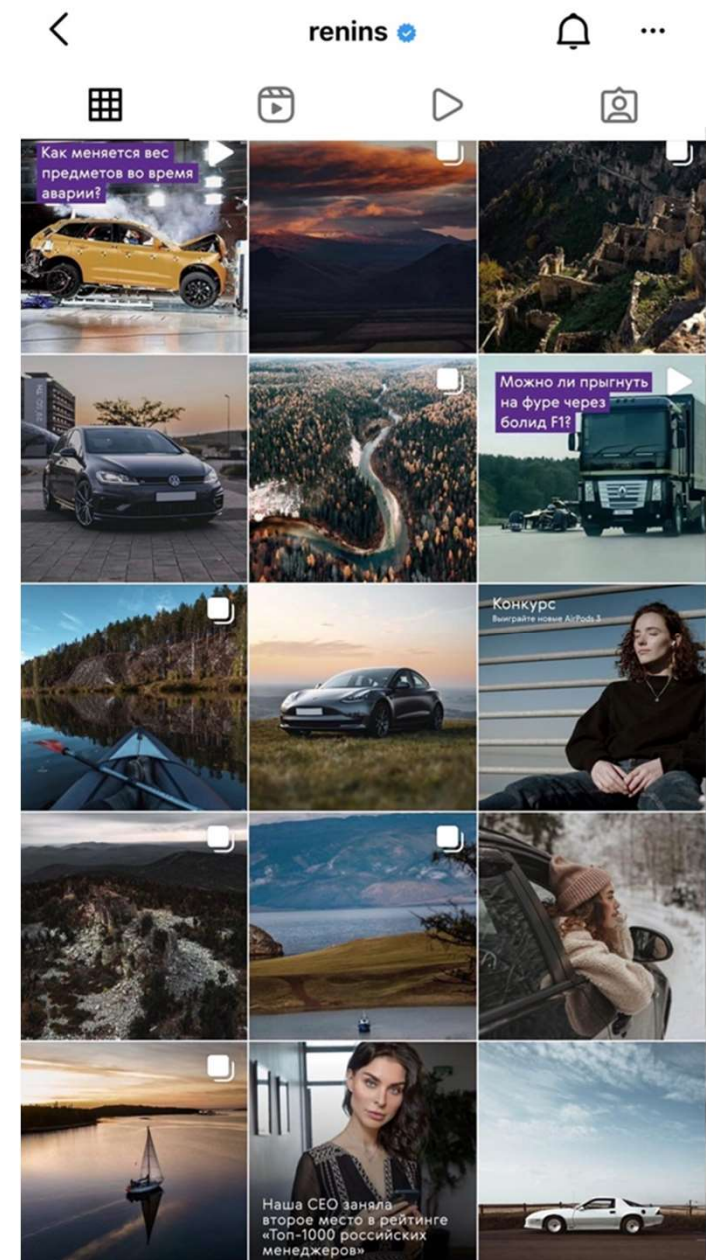
Задача: организация сообщества автолюбителей вокруг бренда.

Что делали:

- Разработали дизайн профиля с нуля: разработка цветовой гаммы, интеграция графических элементов, строгие требования к иллюстрациям.
- Создали бренд-медиа на основе полезного и развлекательного контента.
- Создали анимационный контент для ленты и сторис, в том числе, карточки в сторис (тесты в 4-5 сторис).
- Внедрили модерацию комментариев и консультирование по услугам.

Результат за 12 месяцев:

- **+20 000** новых подписчиков в ВК/ИН
- **8 000 000** контактов с аудиторией
- Коэффициент вовлеченности **9,5%!** при среднем у страховых компаний 2%.



Сервис Budu health

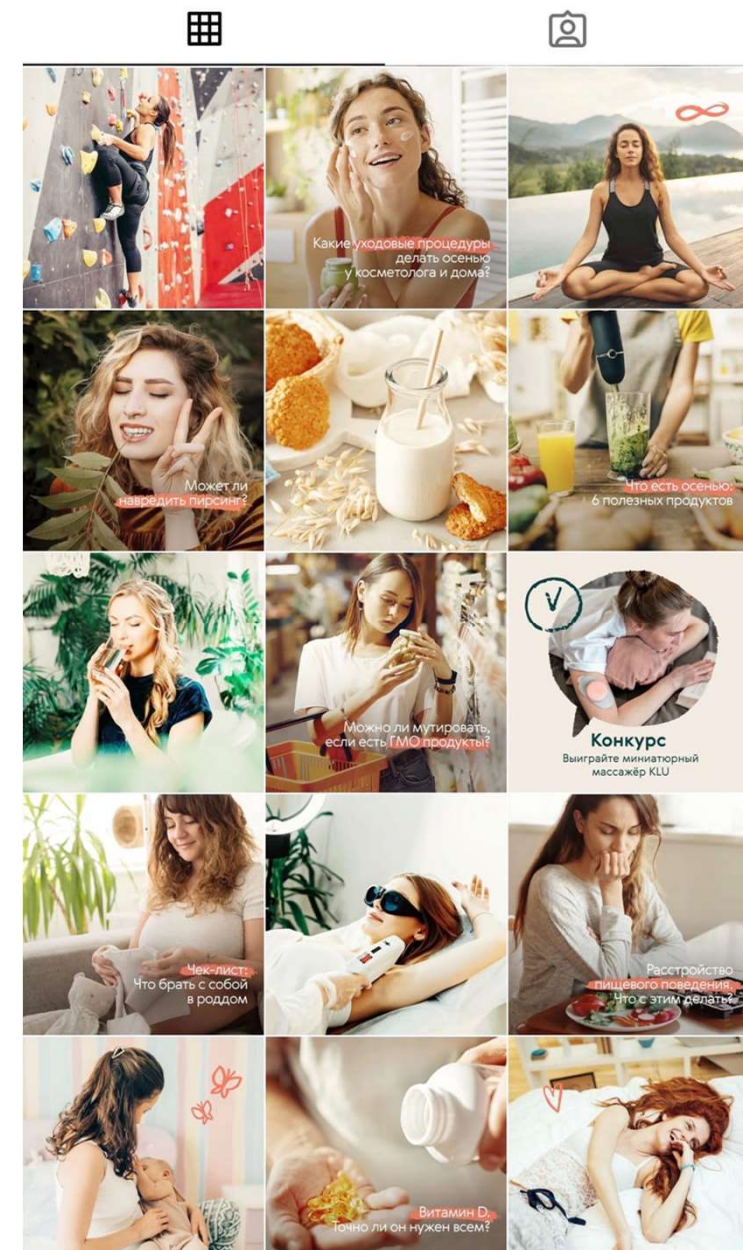
Задача: ведение соцсетей бренда Budu с нативной интеграцией medtech-сервиса по управлению здоровьем.

Что делали:

- Запуск бренд-медиа “Не стыдно спросить”
- Разработка рубрикатора, подготовка постов с сильной доказательной базой в сфере здоровья.
- Определили новые метрики оценки эффективности

Результаты за год:

- Рост подписчиков в трех соцсетях с нуля до 21 000 пользователей.
- Охват аудитории – более 3 500 000 просмотров.
- Получено более 62 000 взаимодействий с постами (лайки, комментарии, сохранения и т.д.).



СберЛизинг

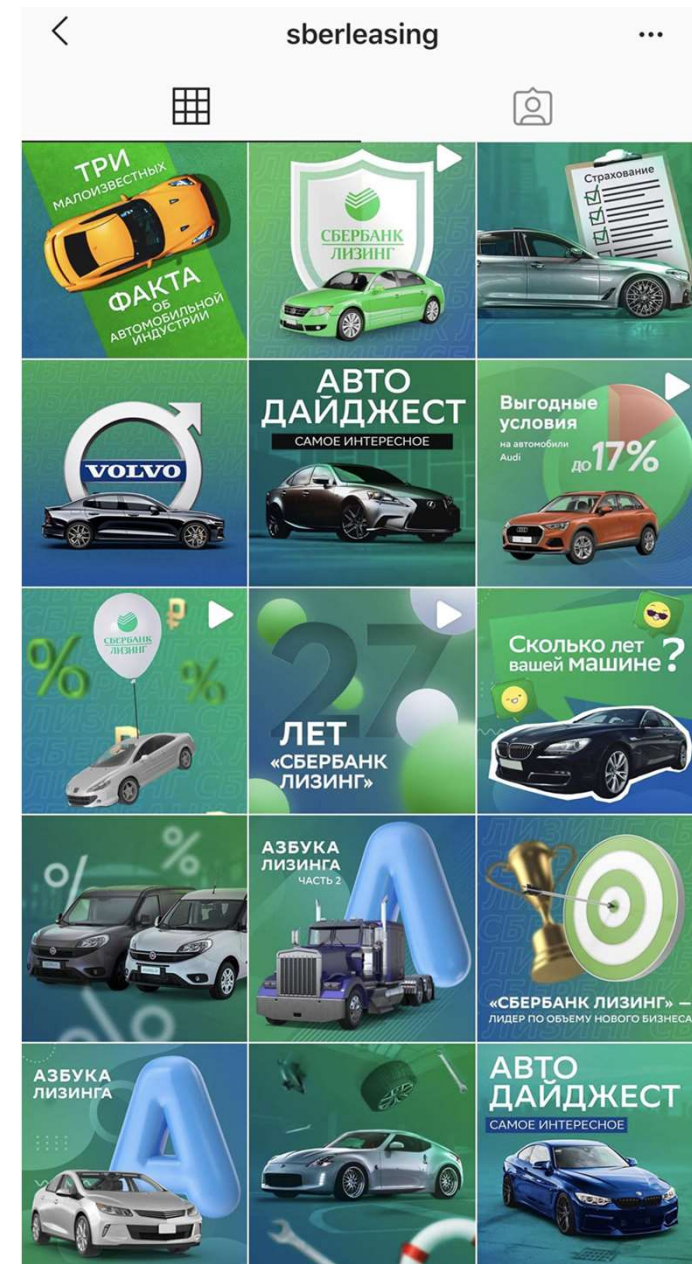
Задача: при минимальном бюджете бизнес-единицы встроиться в коммуникационную стратегию экосистемы Сбербанка, при этом иметь “свое лицо”.

Что делали:

- Разработали дизайн профиля с нуля
- Внедрили рубрикацию, организовали производство контента, объем которого вырос в 5 раз.
- Создали анимационный контент для ленты и сторис, в том числе, карточки в сторис (тесты в 4-5 сторис).
- Внедрили модерацию комментариев и консультирование по услугам.

Результат за 6 месяцев:

- +4 000 подписчиков в ВК/ИН (вне KPI)
- 15 000 000 контактов с аудиторией
- X3 рост обращений за услугами



Бренды Pinotex и Hammerite

AkzoNobel является ведущей международной компанией по производству красок и покрытий. Компания, со штаб-квартирой в Амстердаме, ведет свою деятельность в более чем 150 странах. Мы работаем с российским представительством, но по стандартам штаб-квартиры в Нидерландах.

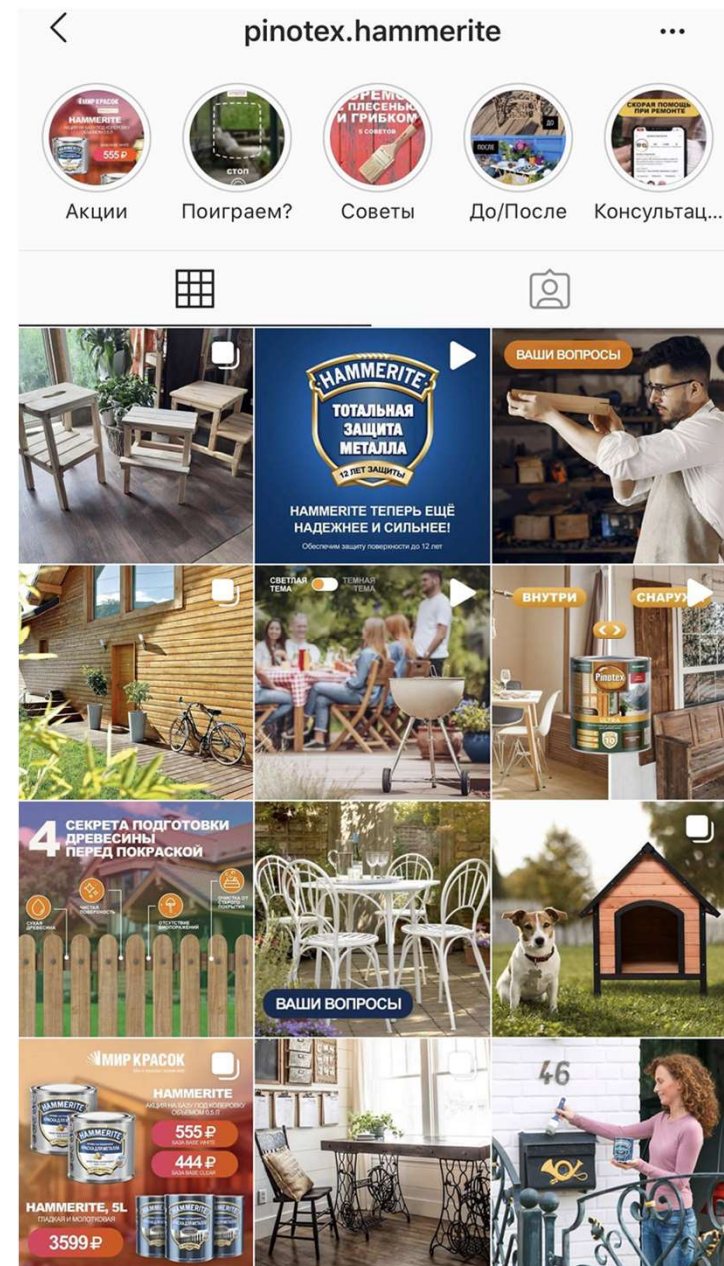
Задача: разработка и реализация SMM-стратегии бренда с целями: привлечение целевой аудитории, поддержка рекламных активностей и усиление лояльности действующих потребителей.

Что делали:

- Разработали дизайн для соцсетей
- Разработали и внедрили SMM-стратегию
- Расширили контент: игры, карточки-инструкции, анимация и т.д.
- Выстроили консультацию клиентов (более 200 обращений в месяц)
- Организовали работу с лидерами мнений и блогерами

Результаты за 6 месяцев:

- более 5 000 подписчиков в ВК/ИН/ФБ
- 12 700 000 контактов с аудиторией
- рост вовлечения к публикациям в 10 раз



Как получить 94 заявки на покупку новой ŠKODA OCTAVIA по цене 106 рублей за лид

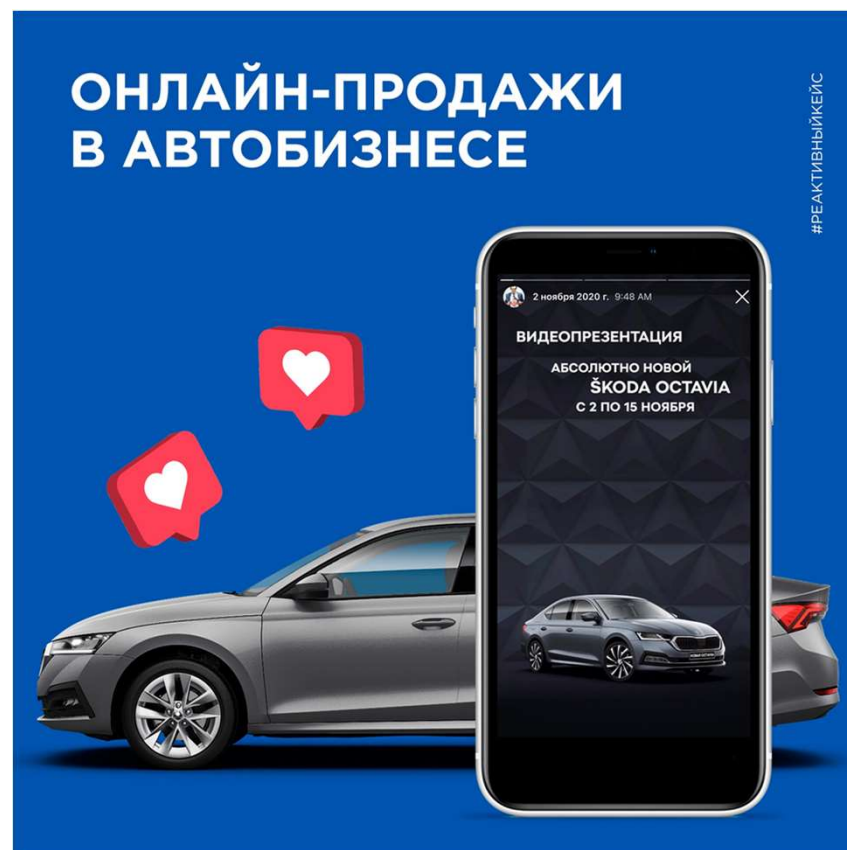
Цель рекламной кампании — получить максимум вовлеченности, просмотров видео и обратной связи, но основной упор на лиды.

Промотирование велось на:

1. Базу клиентов и посетителей сайта ŠKODA «Волга-Раст-Октава».
2. Семьи, заинтересованные в покупке автомобиля марки ŠKODA, предпочитающие активный отдых или отдых на даче.

Была введена дополнительная конкурсная механика в виде викторины, проводимой по мере выпуска новых видео. Пользователь мог перейти на посадочную страницу, зарегистрироваться, ответить на 5 вопросов, составленных по сюжету ролика и получить приз от ДЦ за правильные ответы.

В итоге, за две недели презентации мы охватили 244 277 пользователей, получили 979 переходов на сайт и страницу дилера в соцсетях и 94 заявки для подробного ознакомления с предложением. Как вам результат с учетом, что минимальная стоимость новой ŠKODA OCTAVIA 1 409 000 рублей?



Креативная дизайн-концепция Инстаграма для бренда воды Байкалика

«Мы не хотим копировать конкурентов!», - самая частая фраза, которую слышим от клиентов, но не каждый готов экспериментировать. Риск оправдан, когда в стратегии прописана четкая концепция. Визуальная отстройка – лучший способ подчеркнуть индивидуальность и уникальность бренда.

Разработали креативную визуальную концепцию для провайдера глубиной природной воды из байкальской линзы – Baikalika Provider.

Байкал приходит в город: у вас дома, за окном или по пути на работу. Создаем образы, где городские ландшафты сочетаются с пейзажами Байкала, а вода «Байкалика» органично вливается в окружающую среду.

Соединяем два измерения через геометрическую склейку, где объект из двух изображений соединяется в единый макет, который хочется разглядывать и разгадать замысел, прочитав текст.



Контекстная реклама для гостиницы Ахтуба: как превратить 45 000 рублей инвестиций в 675 000 рублей выручки

Наш клиент с 2013 года - крупнейшая в Волгоградской области гостиница Ахтуба – привлекает клиентов.

В первый год сравнивали эффективность SMM и контекстной рекламы. В сегменте гостиниц оказалось, что SMM плохо прогнозируется и сложно выделить ЦА, а возврат инвестиций каждый раз регулировался атмосферными осадками ☺. Другое дело – контекстная реклама, которая работает с теплыми запросами.

Бюджет на рекламу у Ахтубы всегда был небольшой, поэтому особенно важно найти методику, которая давала бы регулярный результат в продажах. Постоянно оптимизируя рекламную кампанию, в 2020 году мы пришли к результату:

Инвестиции в рекламу – 45 000 рублей.

Конверсия в продажу – 21.43%

Цена цели – 49.88 рублей.

Продажи принесли выручку – 675 000 рублей.

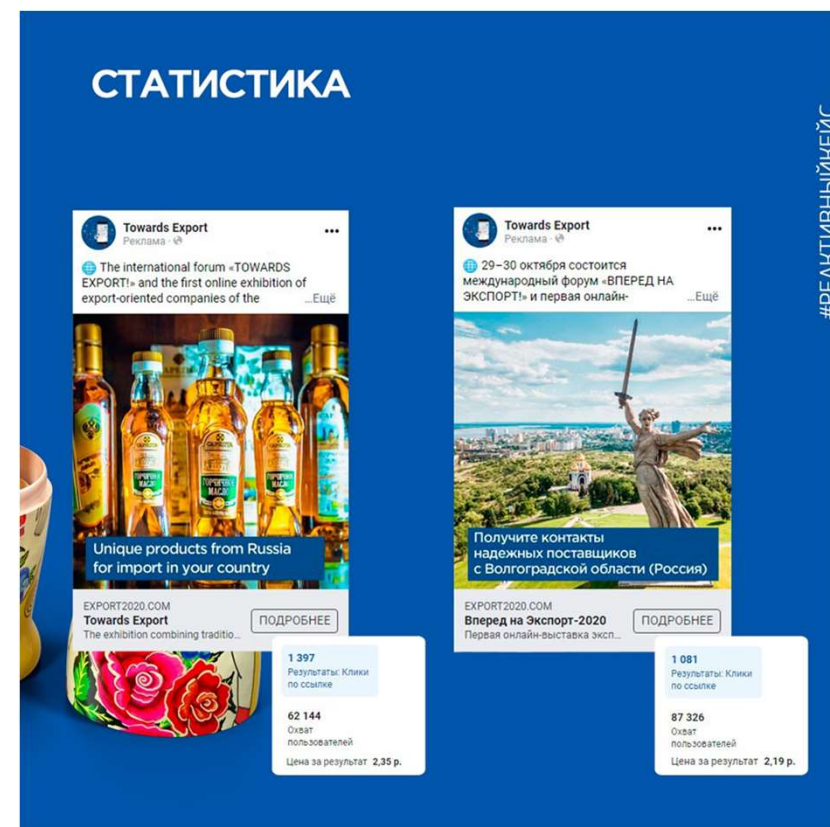


Продвижение экспортного форума за рубежом

В октябре 2020 года состоялся Международный форум «ВПЕРЕД НА ЭКСПОРТ!» и первая онлайн выставка экспортно ориентированных компаний Волгоградской области. Задача со звездочкой: привлечь к мероприятию импортеров, дилеров, дистрибьюторов, байеров, розничных покупателей, которые могут приобрести товары/услуги у экспортеров Волгограда и ввезти в свой город/страну для использования.

Как добились результата 6 579 кликов за 4 дня?

1. Выстраиваем аудитории по интересам: пользователи из СНГ, дальнего зарубежья и экспатрианты. Нужны были загруженные байеры из разных стран: Кипр, ОАЭ, Бахрейн, Германия, Катар, Саудовская Аравия, Казахстан, Украина, Беларусь и т.д.
2. Пишем тексты: на русском для СНГ и экспатов, на английском – для европейцев.
3. Собираем визуалы. Забегая чуть вперед: выстрелили макеты с узнаваемыми объектами города и продукцией.
4. Модерация осложнилась – более суток рекламная кампания на согласовании, частичное одобрение объявлений и сомнительные результаты. Важно сразу обращаться в службу поддержки, тексты на иностранных языках проходят тщательную проверку.
5. Получаем результат: высокая конверсия – более 6 500 кликов при охвате 320 000 пользователей. Получили позитивный отклик от клиента в части количества регистраций.



Видеостратегия для ГосЭкспертизы Новосибирской области

Государственная экспертиза Новосибирской области, занимающаяся вопросами проверки проектной документации объектов и их результатов инженерных изысканий. При разработке контентной стратегии возникло несколько вопросов: как придумать интересный и «не душный» контент? Как рассказать о деятельности организации «человеческим языком»?

Решили презентовать объекты, прошедшие экспертизу и получившие положительное заключение, в формате коротких видеороликов. Ставка на то, что большинство горожан знает об объектах, но не знает, как они строились и какую функцию выполняла ГосЭкспертиза

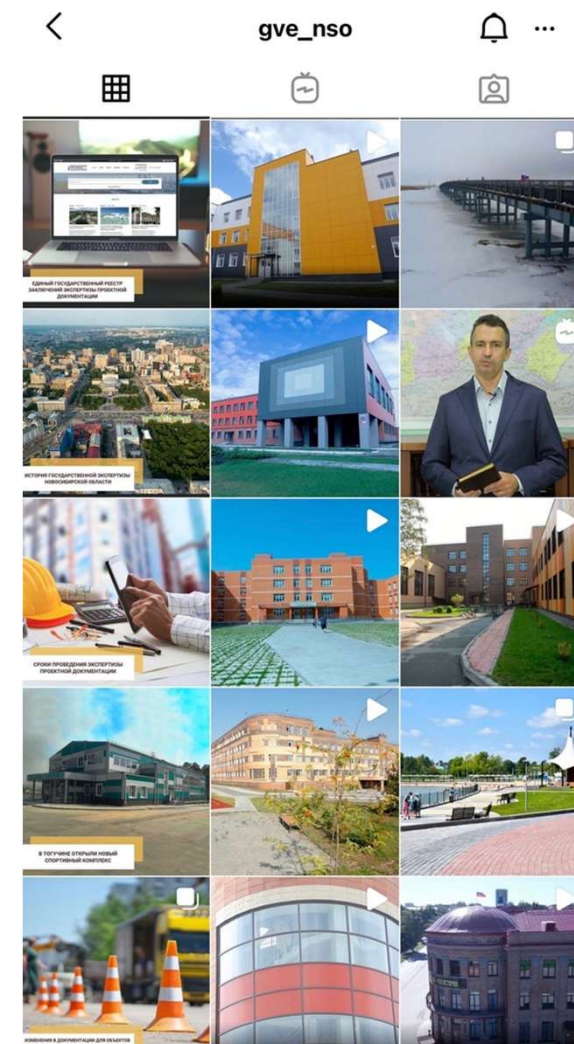
За 6 месяцев работы мы отсняли 32 объекта, получили более 500 000 просмотров видео и тысячи реакций. К видео мы разработали фирменный стиль: логотип организации, видеозаставку и графические элементы.

Примеры: комментария эксперта, видеоотчета о деятельности и отчет по объекту.

Что нам дала видеостратегия:

Во-первых, мы установили контакт с целевой аудиторией, получили ее положительный отклик, который был особенно виден при размещении видео в популярных сообществах Новосибирска.

Во-вторых, мы выполнили главную поставленную нам задачу: рассказали новосибирцам о существовании данной организации, наглядно показав ее деятельность.



Закрываем массовые вакансии гиперлокальным таргетингом за 3 недели

Продолжаем многолетнюю работу с одним из лидеров рынка кадровых услуг **ManpowerGroup**, с которым ранее закрыли вакансии экспедиторов. В этот раз получили запрос на лидогенерацию на вакансии работников склада в Московской области.

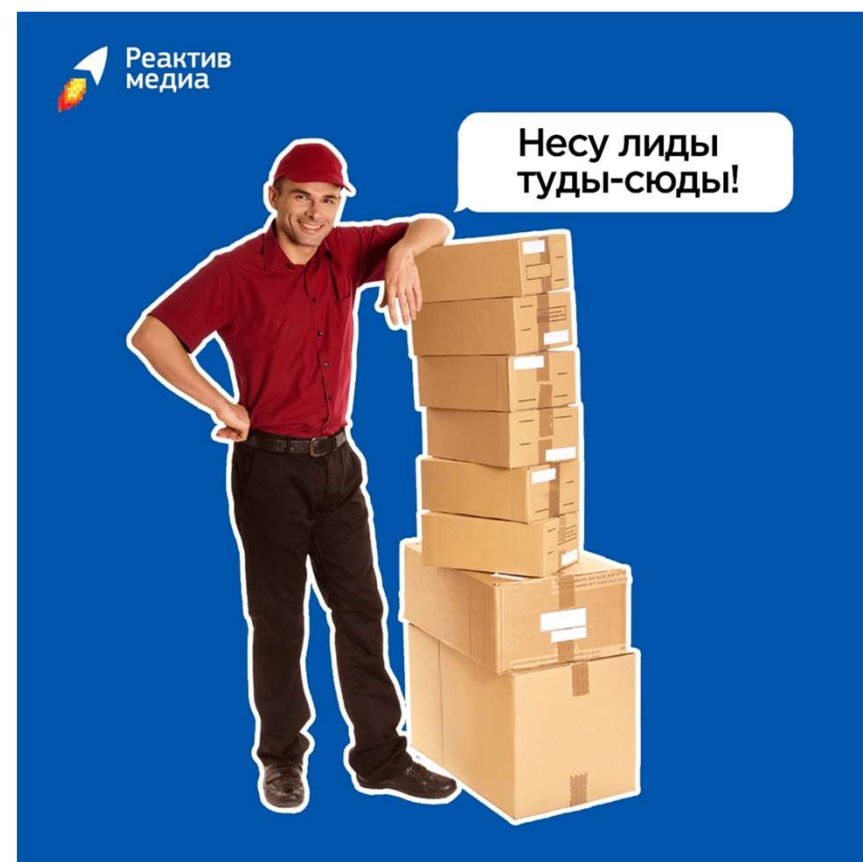
Ключевой особенностью было то, что сами вакансии были разделены на 2 типа по графику работу - вахтовым способом или 2/2. Поэтому для географии продвижения работы вахтой выбраны близлежащие к Москве регионы, а для сменного графика - локальный таргетинг в вилке нахождения самого склада между двумя направлениями движения электричек в Москву.

Для реализации план было выбрано 2 параллельных пути:

Первый - создание лендингов под каждую вакансию с анкетами и подробным описанием вакансий, фотографиями и всей необходимой информацией. Использовали гибкую Tilda. Цель - играть в долгую с трафиком.

Второй - продвижение лид-форм во ВКонтакте и Инстаграме с акцентом на получение заявок в краткосрочной перспективе.

За тестовый период (3 недели) со всех каналов получили 156 лидов на 5 вакансий. Следим за статусами трудоустройства, после чего уточним, какой путь сработал лучше, а также какие настройки таргетинга.



5 000 участников онлайн-форума «За бизнес – 2020»

В октябре 2020 состоялся online-форум «ЗА БИЗНЕС» для молодых предпринимателей. Уникальная площадка для обмена опытом и общения с лидерами российского бизнеса.

Перед нами стояла задача оживить аккаунты после годовой паузы и продвинуть мероприятие в формате «онлайн» с помощью таргетинговой и контекстной рекламы.

Какая работа была проделана?

- техническая настройка и дизайн групп в ВКонтакте, Instagram, Facebook, Одноклассники, Tik-Tok, Telegram и YouTube;
- комьюнити-менеджмент, проведение интерактивов и конкурсов;
- работа с контентом, в том числе съемка и монтаж видеороликов с участием волгоградских предпринимателей;
- комплекс продвижения через таргетинг, контекст, блогеров и посеы.

Цифры по итогу запущенных рекламных кампаний: получили 2 385 797 показов, полностью охватив целевую аудиторию в регионе, и более 5000(!) зрителей во время прямой трансляции online-форума. Отличный результат нового для Волгограда формата проведения мероприятия.



2 000 регистраций за 7 дней на мероприятие

Задача: Привлечение зрителей на финал Спартакиады Моспром – главное спортивное соревнование среди сотрудников промышленных предприятий Москвы. Масштаб мероприятия: десятки видов спорта, сотни участников, тысячи зрителей и концерт звезд. Сложность: от постановки задачи до реализации – 2 дня, рекламная кампания – 7 дней.

С учетом экстремально сжатых сроков реализовать такую задачу можно только через таргетинговую рекламу. Для продвижения использовались соцсети ВКонтакте и Инстаграм. До начала работы настроена сквозная аналитика, которая позволила управлять регистрациями в режиме реального времени, а не только кликами.



Разделили аудиторию для таргетинга в логике:

1. Сотрудники предприятий, которых находили через: Гиперлокационный таргетинг (адрес предприятия); Корпоративные группы; • Профессиональные сообщества.
2. Зрители. Изначально портрет аудитории определен как "вся Москва", что создавало риск распылить бюджет и не получить регистрации. В работу взяли два больших сегмента "ЗОЖ и спорт" и фан-сообщества артистов. Для каждого артиста собраны пользователи, проявляющие активность в фан-сообществах. Аудитории и креативы уникальны для каждого артиста. Микровывод: Тимати и Тима Белорусских рулят, остальные – средне 😊

Результаты за 7 дней: Получили 15 875 переходов на лендинг; 2 111 регистраций, 1 890 активаций билетов на мероприятии.

Как увеличить активность в сообществе ВКонтакте в 14,5 раз?

Рассказываем, как поднять вовлечение при помощи конкурса с динамической обложкой - на примере сообщества Волга-Раст. Стартовые показатели: Крупный автомобильный холдинг в Волгоградской области. В сообществе более 9 000 подписчиков. Средняя вовлеченность на пост \approx 15-20 лайков и комментариев.

Задача: "Оживить" сообщество, повысить активность пользователей.

Решение: Проведение конкурса активности с использованием динамической обложки.

Динамической называется обложка, которая автоматически меняет свое содержимое в зависимости от поставленных целей. Мы ставили цель показа аватарок 10-ти самых активных участников сообщества, набравших наибольшее количество баллов во время проведения конкурса активности. По завершению конкурса 5 самых активных участников сообщества получили призы от компании «Волга-Раст». Бюджет - 5 брендированных призов.

За 10 дней получили:

- 3273 интеракции к публикациям;
- Активность аудитории в сообществе увеличилась в 14,5 раз;
- Повысили лояльность подписчиков и создали позитивную атмосферу в сообществе.



ЖК Теплые края

Выстраивание коммуникаций и продаж для ЖК "Теплые края" в Волгограде от котлована до завершения продаж - 2 года сопровождения.

Задача:

- Формирование общественного мнения о ЖК.
- Продажи через соцсети

Что делали:

- Разработан дизайн для соцсетей
- Внедрена коммуникационная стратегия, в том числе, видеостратегия, захватывающая YouTube.
- Реализована эффективная рекламная кампания.
- Внедрили модерацию и консультирование по продукту в соцсетях.

Результаты:

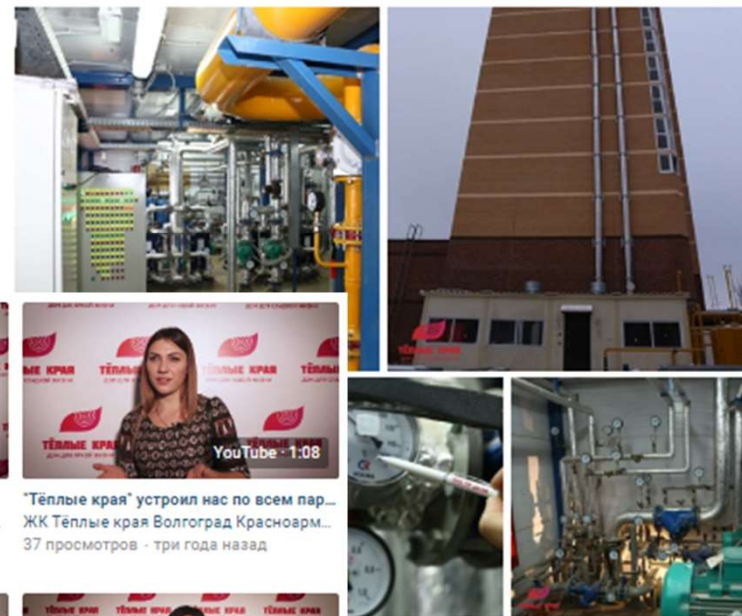
- Создано комьюнити тех, кто вложился в стройку, работа с возражениями до сдачи объекта.
- Привлечение 15 клиентов в месяц через соцсети..
- Продажа 80% квартир к моменту сдачи дома.

ЖК Теплые края Волгоград Красноармейски... Продвигать ***
29 дек 2018

Работы по организации и пуску системы отопления в ЖК "Теплые края" уже завершены. Все работает и ждет своих жильцов. Расскажем о ней подробнее

Котельная в вашем доме будет оснащена немецким оборудованием Висман - лидером по качеству изготовления котлов

Жильцы смогут самостоятельно регулировать теплоснабжение, тем самым создавать нужный микроклимат в квартире и экономить на коммунальных платежах 🙌 Все как в песне: "Главней всего погода в доме..." 🎵
Показать полностью...



Очень рады и очень ждем заселения ЖК Теплые края Волгоград Красноарм...
58 просмотров · три года назад



"Теплые края" устроил нас по всем пар... ЖК Теплые края Волгоград Красноарм...
37 просмотров · три года назад



Стройка идет быстрыми темпами ЖК Теплые края Волгоград Красноарм...
15 просмотров · три года назад



Дом действительно будет тёплый ЖК Теплые края Волгоград Красноарм...
43 просмотра · три года назад

Harat's pub Волгоград

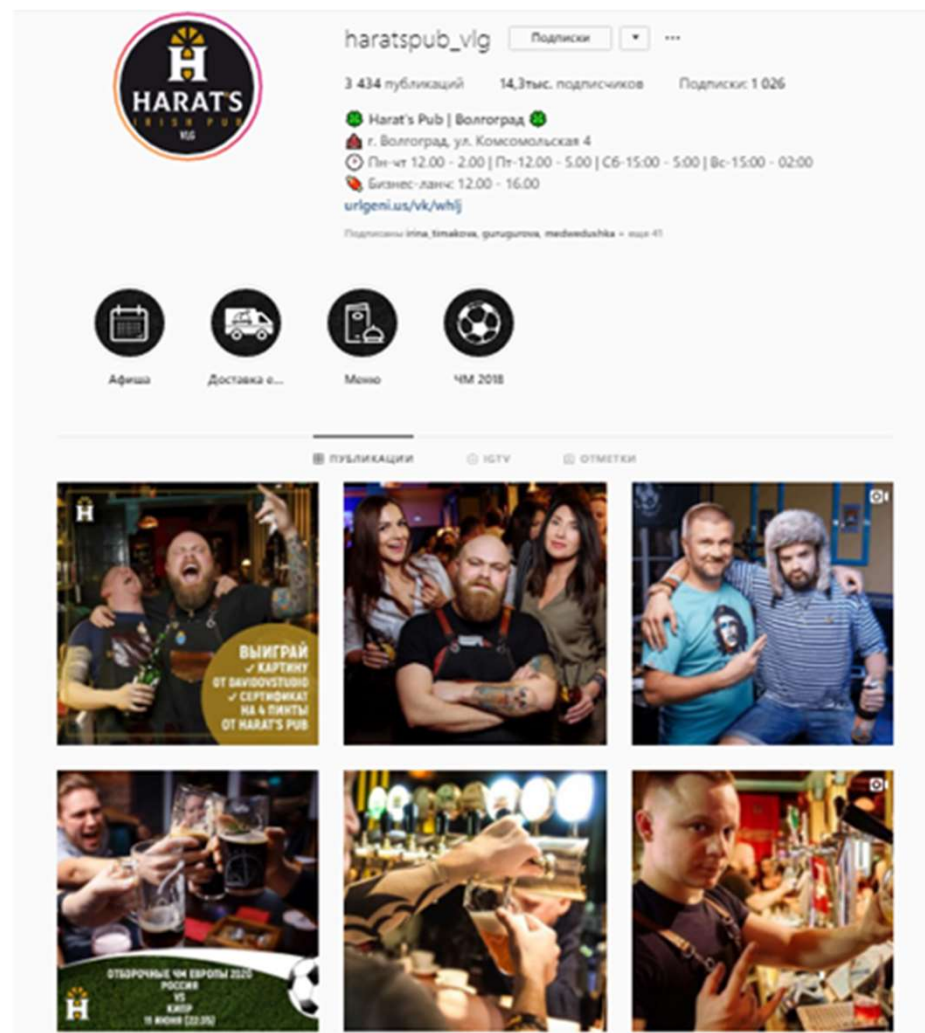
Продвижения событий и паба в Волгограде и Воронеже.
Продвижение без официальной рекламы из-за ограничения соцсетей - реклама алкоголя.

Что делали:

- Ведение контента: дизайн, копирайтинг и модерация активности.
- Занимались продвижением за счет неофициальных каналов рекламы: через группы и лидеров мнений. Проводили конкурсы и интерактивы.
- Продвижение открытия пабов в Волгограде (релокация) и Воронеж.

Результат ежемесячно:

- 500 новых подписчиков
- 70 000+ контактов с аудиторией;
- более 20 000 просмотров видео.



Chop-chop Волгоград

Цель: привлечение клиентов из соцсетей.

Что делали:

- Ведение контента: дизайн, копирайтинг и модерация активности. Проводили фотосессии.
- Занимались продвижением: таргетинг, посевы, блогеры и конкурсы.

Результаты:

- привлекли более 6000 подписчиков;
- более 50 000 контактов с аудиторией ежемесячно;
- более 2 000 целевых переходов ежемесячно по рекламе с ценой менее 6 рублей.

[Подробнее о кейсе на сайте.](#)



SMM и таргетинговая реклама для Юклиник

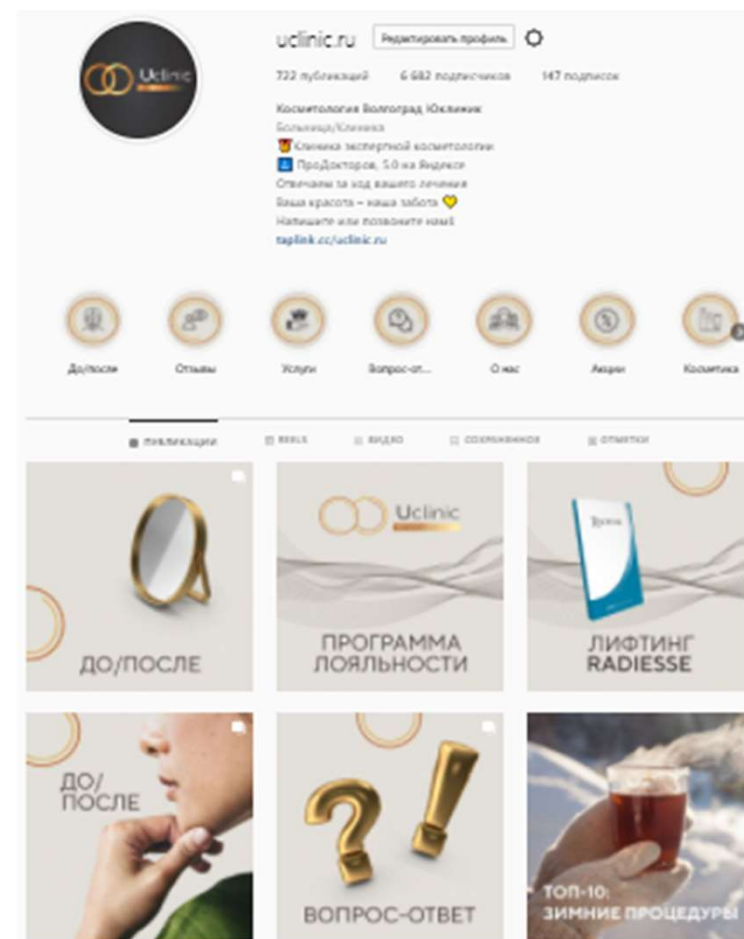
Цель: привлечение и удержание клиентов через соцсети.

Что делали:

- Ведение контента: дизайн, копирайтинг и модерация активности.
- Занимались продвижением: таргетинг через лид-форму, квизы, охват.

Результаты за 2 месяца:

- привлекли более 500 живых подписчиков;
- более 50 000 контактов с аудиторией ежемесячно;
- более 150 целевых переходов ежемесячно по рекламе с ценой менее 17 рублей.



SMM-сопровождение сети клиник “Диалайн”

Цель: комплексное продвижение услуг клиник.

Что делали:

- Ведение контента: дизайн, копирайтинг и модерация активности.
- Занимались продвижением: таргетинг через лид-форму, квизы, охват.
- Спецпредложение под сегментированную аудиторию

Результаты:

- довели показатель количества впервые обратившихся через интернет до 100+ клиентов в месяц;
- охват аудитории составлял - более 400 000 в месяц.



Сеть многопрофильных клиник Диалайн

11 мар в 17:35

Красота - это прежде всего здоровье, поэтому мы поговорим о женском здоровье с ведущими врачами-гинекологами сети многопрофильных клиник "ДИАЛАЙН".

Забота о женском здоровье в "ДИАЛАЙН" - это высокий уровень медицинского сопровождения, а также весь спектр гинекологических и акушерских услуг.

О ведении беременности, 3Ди 4D УЗИ, о лечении различных патологий смотрите в нашем видео 📺

#Диалайн #УслугиДиалайн #Волгоград #ГинекологВолгоград #УЗИВолгоград



Забота о женском здоровье в сети многопрофильных клиник "ДИАЛАЙН"

10 619 просмотров

SMM и таргетинговая реклама для Dr.DLIN

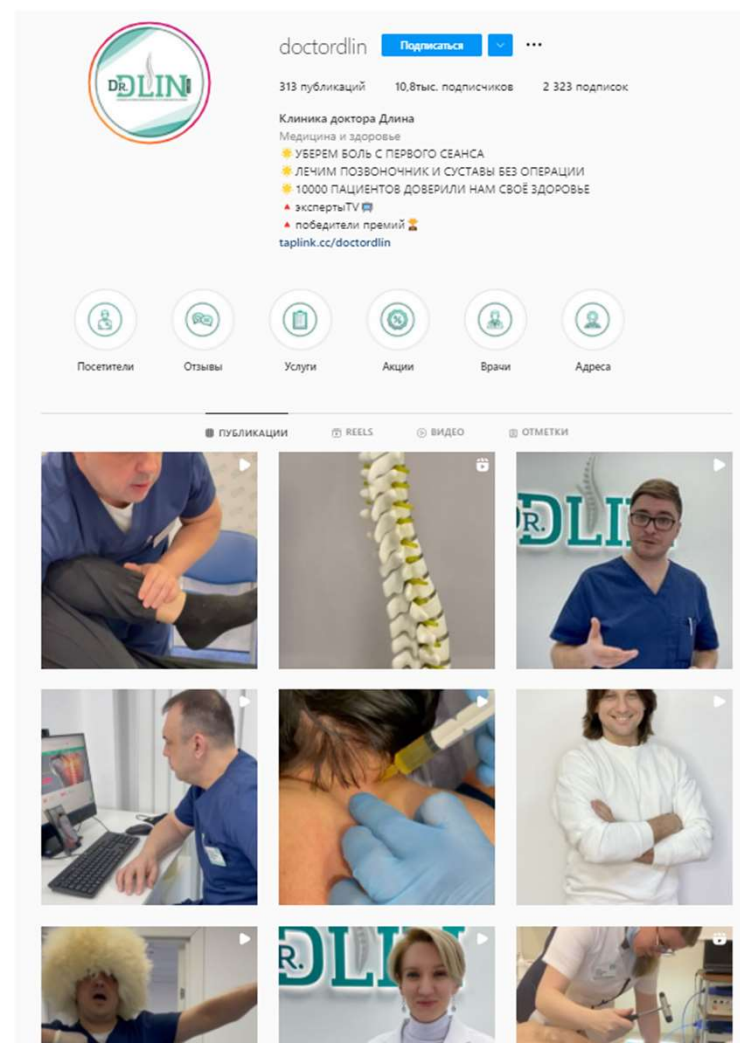
Цель: привлечение пациентов на платные услуги клиники

Что делали:

- Ведение контента: копирайтинг, дизайн и модерация аккаунта.
- Занимались продвижением: таргетинг через лид-форму, квизы, охват.

Результаты за 4 месяца:

- привлекли более 550 лидов;
- более 50 000 контактов с аудиторией ежемесячно.



SMM и таргетинговая реклама для Beauty Seasons

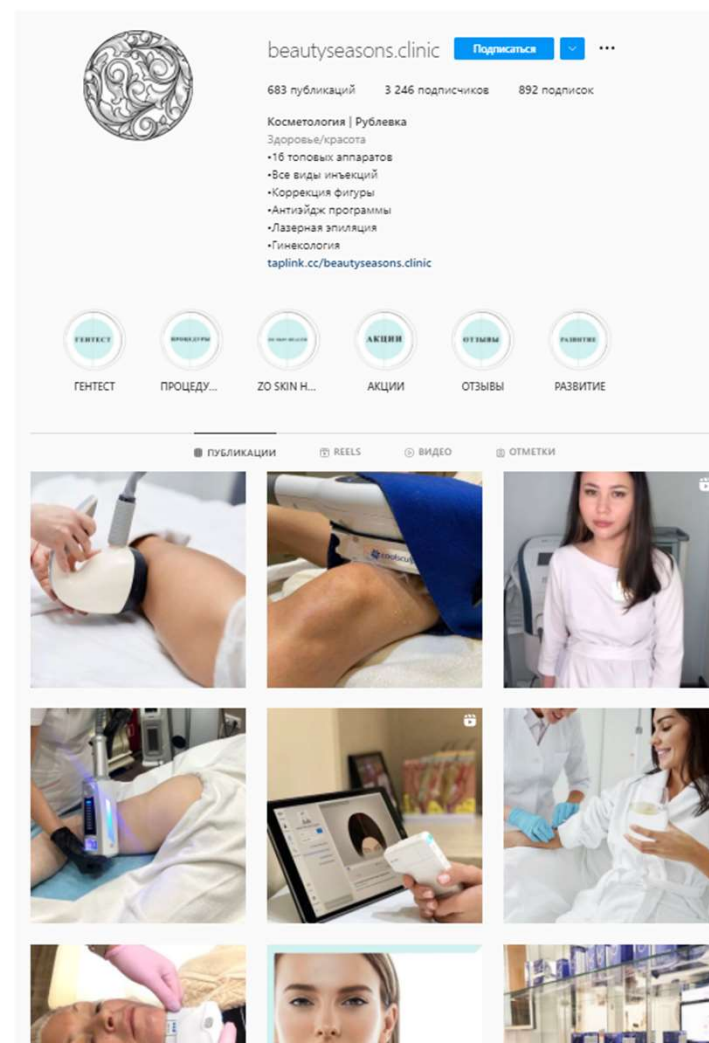
Цель: привлечение клиентов на платные услуги клиники и сопутствующие продажи

Что делали:

- Ведение контента: дизайн и копирайтинг.
- Продвижение услуг клиники: лидогенерация и охват.

Результаты за 5 месяцев:

- привлекли более 700 привлеченных клиентов;
- более 80 000 контактов с аудиторией ежемесячно.



SMM для студии лазерной эпиляции laser love

Цель: Стимулирование продаж услуг через Instagram и ВКонтакте, увеличение узнаваемости бренда.

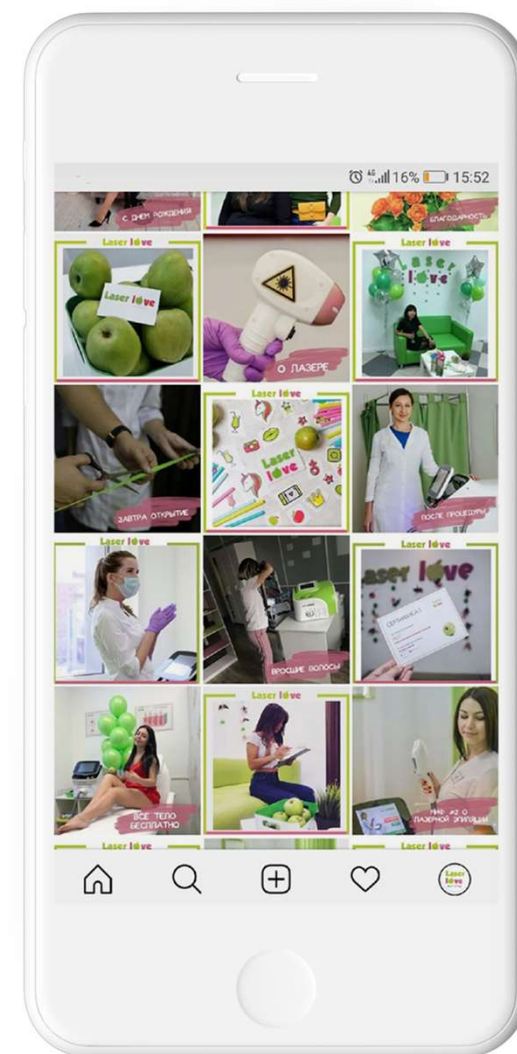
Что делали:

- Разработали дизайн "бесконечного" лендинга: каждый новый пост вписан в общее полотно. Разработали дизайн-концепцию.
- Проработали аудитории для таргетинга. Использовали рекламу в региональных сообществах.
- Вовлекали аудиторию через интерактивы и конкурсы.
- Разделили контент на разные типы и ввели рубрики

Результаты:

- 4000+ новых подписчиков
- 120 000+ охват аудитории в месяц, на 945.37% вырос охват аккаунтов в соцсетях
- 100-160% - ROI по соцмедиа

[Подробнее о кейсе на сайте.](#)

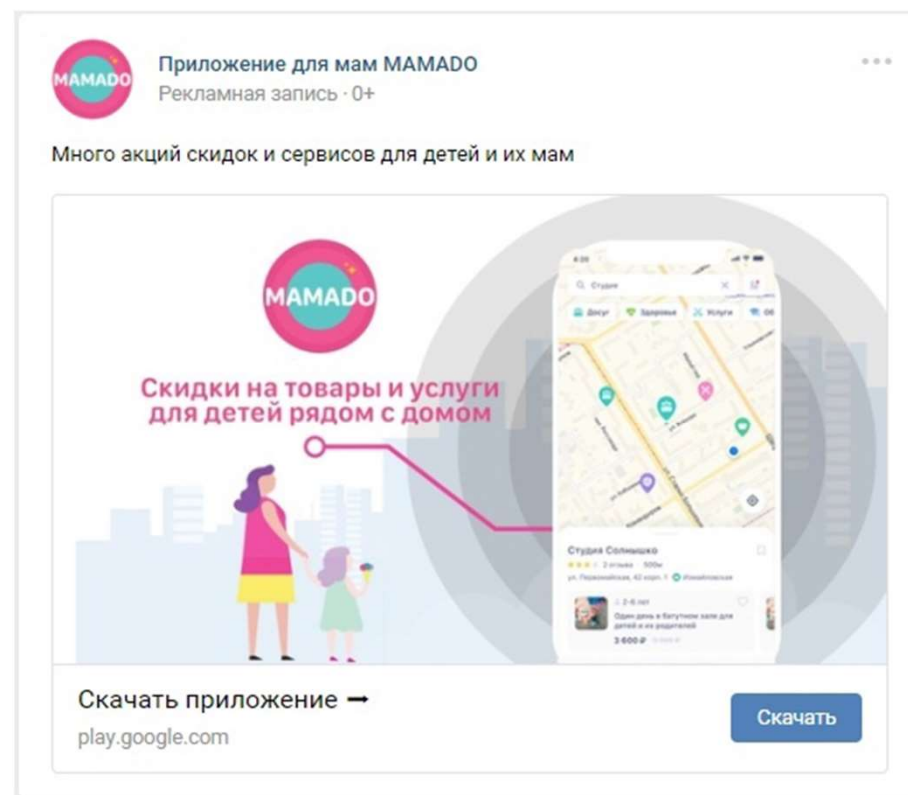


Продвижение приложения Мамадо

Результат: 5 075 установок мобильного приложения со ценой 50,8 руб./установка.

Как достигали:

1. Разработали систему креативов. Провели тестирование и оставили удачные.
2. Оформили таргетинговые кампания во ВКонтакте, My target (показ в Одноклассниках), Facebook и Instagram.
3. Еженедельная оптимизация: креативов, аудиторий и конверсий.



Название группы объявлений	Результаты	Охват	Показы	Цена за результат
краснодар 36-39 Инспектор 1 дн. после к...	252 Установки мобилн...	22 384	65 796	50,43 р.
краснодар 32-35	219 Установки мобилн...	27 848	79 696	57,95 р.
краснодар 28-31	120 Установки мобилн...	18 040	54 318	72,72 р.
краснодар 24-27	5 Установки мобилн...	3 527	4 623	135,17 р.
краснодар 20-23	1 Установка мобилн...	2 813	4 326	678,45 р.
> Результаты, число групп объявлений: 5	597 Установки мобильног...	66 623 Пользователи	208 759 Всего	59,43 р. За установку приложения для моб...

Интеграции у блогеров и SMM для “Экомилк”

Переосмыслили формат групп бренда в социальных сетях: **сделали ставку на видеоконтент и визуально приятную подачу информации.** В итоге — стали ближе к целевой аудитории.

Расширили функционал группы для пользователей (рекомендация постов, специальные обсуждения, открытая стена с модерацией, поддержка лидеров мнений, привлечение поваров-профессионалов и т.д.).

Повысили вовлечение пользователей в группах — использовали ситуативный SMM, конкурсы и видеорецепты.

Подготовили и разместили 28 видеорецептов, которые суммарно набрали в официальных сетях более **2 900 000 просмотров.**

Провели креативную рассылку для блогеров. За счет эстетичного формата и фуд-стайлинга, получили размещения в аккаунтах блогеров с фотографиями и интеграцией продукта.

За 4 месяца бренд охватил более **5 500 000** пользователей и увеличил количество подписчиков в социальных сетях с **15 000** до **43 000.**

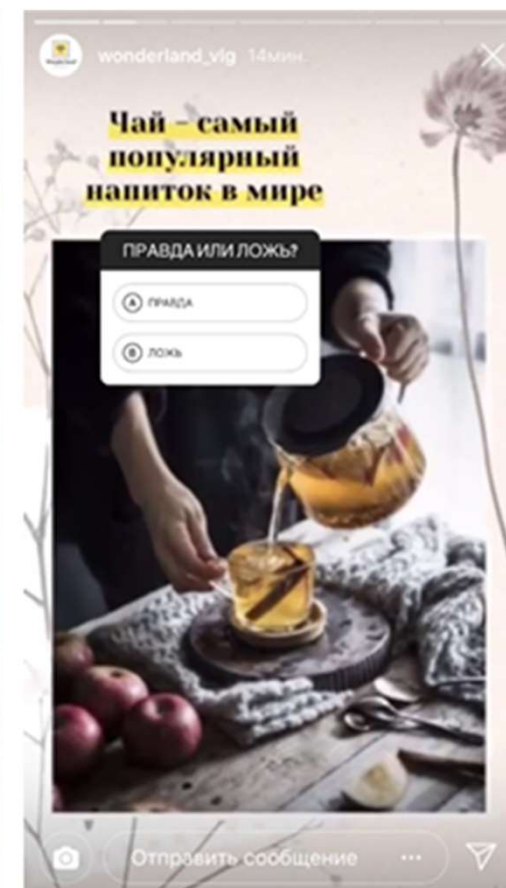
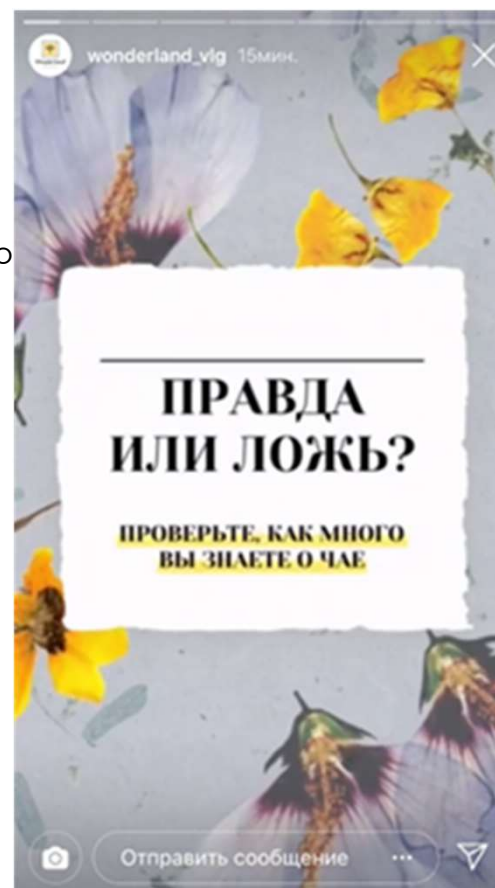


Как увеличить ER аккаунта в 4 раза за 4 месяца с помощью сторис

Рассказываем, как раскатали аудиторию салонов кофе и чая Wonderland в городе Волгоград с помощью интерактивов в сторис, подняв ER с 0,58% до 2,5% всего за 4 месяца.

- Среднее количество сторис увеличилось до 25+ в месяц;
- Среднее ежемесячное количество просмотров увеличилось до 8 830 (было 4 500);
- Суммарно за 4 месяца в сторис было опубликовано 13 интерактивов, общее число интеракций – 1 848;
- Средний ER интерактивов в сторис за период август-ноябрь вырос с 0,58 до 2,5%;
- Средний ERR вырос с 9,38% до 32,11%.

Социальные сети - это то место, куда пользователь приходит прежде всего за положительными эмоциями. Пересмотрите вашу стратегию, не обязательно преподносить только сухой продающий контент. Вовлекайте ваших клиентов, дарите им эмоции – и тогда лояльность и активность вам обеспечена.



SMM и таргетинговая реклама для продвижения итальянского ресторана

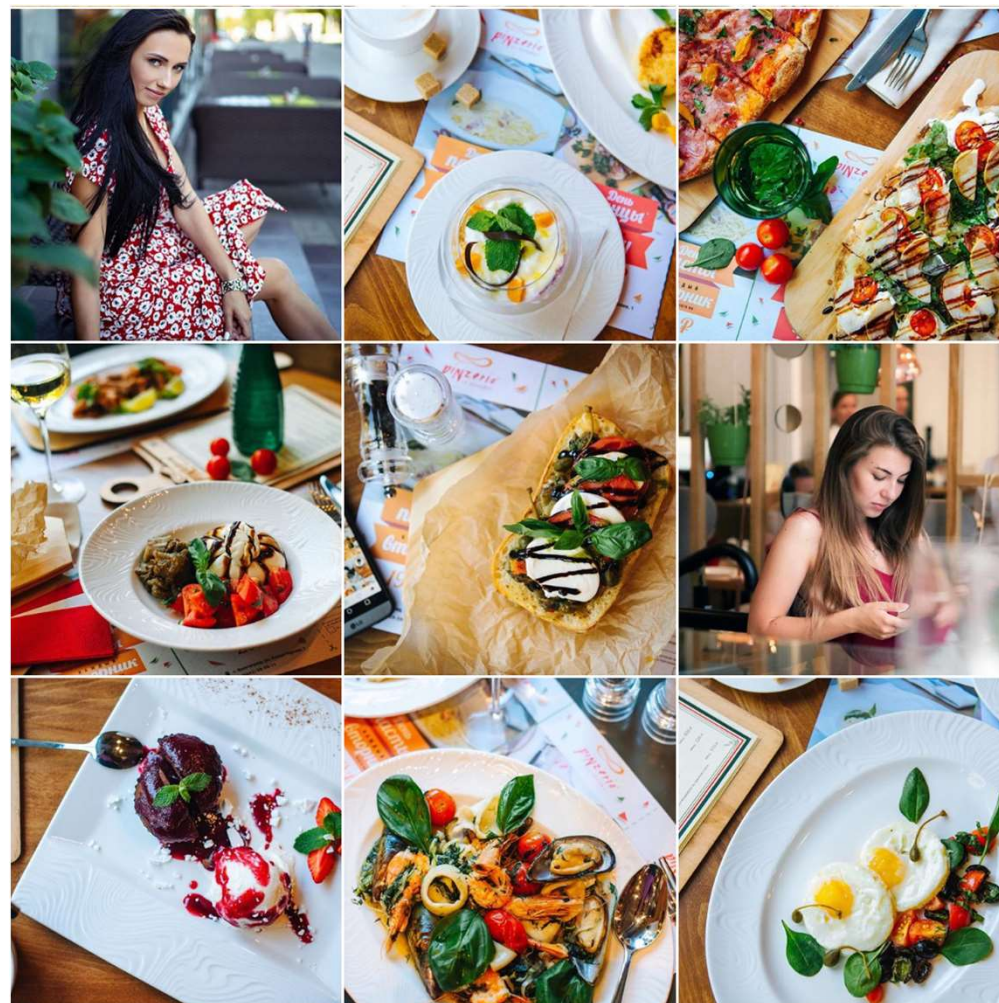
В 2018 к нам обратился волгоградский ресторан Pinzeria by Bontempi, чтобы привести в порядок свои соцсети и расширить присутствие в соцсетях, а также отстроиться от конкурентов. За 2 месяца работы удалось развить инстаграм-профиль и запустили с нуля группу во ВКонтакте.

Что делали:

- провели фотосессию для создания фото интерьера, блюд и сотрудников;
- запустили интерактивные и конкурсные механики;
- продвигали события ресторана;
- писали продающие тексты для постов
- обновили дизайн соцсетей

Результаты за первые 2 месяца:

2000 качественных подписчиков (органические охваты подтверждают);
120.000 контактов с аудиторией за 2 месяца;
полная посадка на "Вечере Италии".





Иван Коноваленко

директор по новому бизнесу

+7-995-424-15-58

ivan.konovalenko@reactivemedia.com



[Официальный сайт](#)
[ВКонтакте](#) и [Телеграм-канал](#)
hello@reactivemedia.com