

Кейс: Доставка суши-роллов «Токито»



Задача: увеличить количество заявок на доставку и привлечь новых участников в группу ВК.

Особенности: рекламу запускали в новостной ленте ВК, направленную на аудиторию конкурентов, и в Яндекс.Директе на жителей города с ключевыми запросами.

Результат.

Было: среднее число заявок – 12, максимально – 22.

Стало: среднее число заявок – 30, максимально – 58.

Средний чек – 800 руб.

Потратили в общей сумме: на рекламу в яндексе – 6000 рублей + 7500 рублей на таргетированную рекламу ВК + 2000 рублей на рекламу Google (все с учетом работы менеджера).

Прирост в группе с начала работы (3.04.2020)



Отзыв: Милюков Алексей - руководитель доставки суши-роллы «ТОКИТО».

«Открытие новой ветки бизнеса в условиях кризиса – было рискованным предприятием. Отступать было уже поздно, поэтому решил двигаться вперед. Совместо с ребятами из PR Laboratory попробовали разные интернет-площадки ВК, Яндекс, ГУГЛ. Результат получили не сразу, спустя 2 недели, но он реально удивил. За три недели смогли увеличить количество заказов в 2,5 раза при сохранении среднего чека! Работаем дальше, экспериментируем!»

Кейс рекламы: Семейный ресторанчик "Прага"



Задача: увеличить количество заявок на доставку и привлечь новых участников в группу ВК.

Особенности: рекламу запускали в новостной ленте ВК, направленную на аудиторию конкурентов, и в Яндекс.Директе на жителей города с ключевыми запросами.

Результат.

Наиболее успешна была РК в яндексе. Более 50 000 просмотров и 200 переходов за все время работы. Мы были заинтересованы не в «пустых душах», а в реальных клиентах.

Потратили в общей сумме: на рекламу в яндексе – 8000 рублей + 5000 рублей на таргетированную рекламу ВК + 2500 рублей на рекламу Google (все с учетом работы менеджера).

Прирост в группе с начала работы (3.04.2020)



Кейс «Студия детской хореографии "CHIK DANCE"»

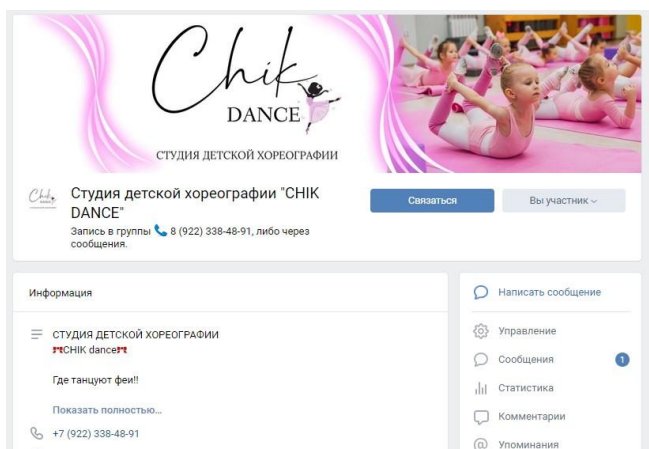
О ПРОЕКТЕ: Студия детской хореографии "CHIK DANCE" была «новым игроком» на рынке. Мы, совместно с руководителем, начинали все с нуля.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ:

- Мониторинг конкурентов
- Оформление и упаковка группы Вконтакте
- Разработка контент – плана
- Ведение сообщества (размещение постов, администрирование, удаление спама)

ХОД РАБОТЫ И МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

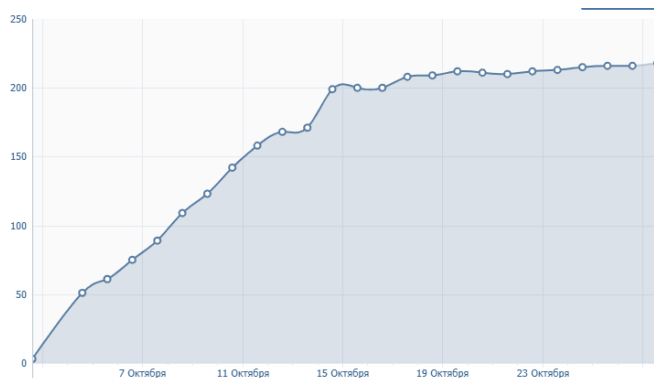
Оформление



ИТОГИ:

За месяц потратили:

- 5300 на создание, оформление и ведение группы
- Рост подписчиков за время работы более 200 человек без рекламы



Отзыв: «Хочу сказать спасибо, pr.laboratory, за помощь в создании группы и разработке лого для моей студии. Когда ты только начинаешь и полностью в делах, они готовы помочь и сделать работу за тебя. Отдельную благодарность выражаю Ратеговой Юлии! Очень отзывчивая и понимающая. Спасибо вам!! Оперативная и качественная работа! Уверена в дальнейшем сотрудничестве!»

Кейс «Спортивный клуб "КИНЕТИК" |Чайковский»

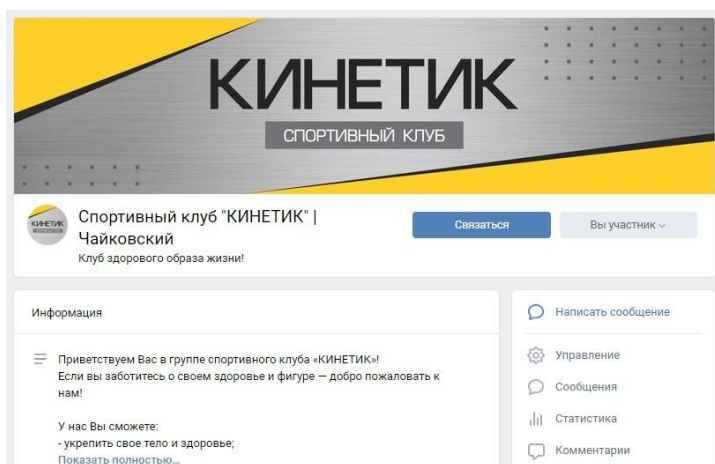
О ПРОЕКТЕ: группа Спортивный клуб "КИНЕТИК" |Чайковский нуждалась в оформлении и ведении, чтобы привлечь подписчиков записываться на занятия.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ:

- Оформление и упаковка группы Вконтакте
- Разработка контент – плана
- Ведение сообщества (размещение постов, администрирование, удаление спама)

ХОД РАБОТЫ И МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Оформление



ИТОГИ:

За месяц потратили:

- 7000 на создание, оформление и ведение группы
- Рост подписчиков за время работы более 200 человек



Кейс «Фасоль - доставка продуктов в Чайковском»

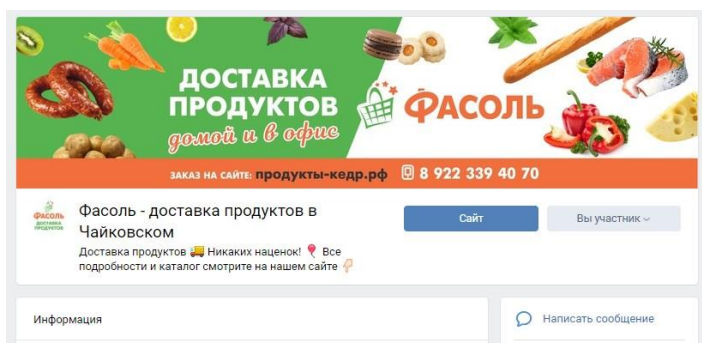
О ПРОЕКТЕ: доставка продуктов «Фасоль» была «новым игроком» на рынке. Мы, совместно с руководителем, начинали все с нуля.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ:

- Оформление и упаковка группы Вконтакте
- Разработка контент – плана
- Ведение сообщества (размещение постов, администрирование, удаление спама)

ХОД РАБОТЫ И МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Оформление



ИТОГИ:

За 5 месяцев потратили:

- 20 000 на создание, оформление и ведение группы
- Рост подписчиков за время работы более 900 человек



Кейс «Знак - автострахование Чайковский»

О ПРОЕКТЕ: Компания «Знак» нуждалась в создании группы и инстаграма. Мы, совместно с помощником директора, начали работу по согласованию.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ:

- Оформление и упаковка группы Вконтакте + инстаграм
- Разработка контент – плана
- Ведение сообщества (размещение постов, администрирование, удаление спама) и инстаграма

ХОД РАБОТЫ И МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Оформление



ИТОГИ:

Работа ведется с ноября месяца и продолжается сейчас.

За это время проводили розыгрыш к 23 февраля, который рекламировали в группах Чайковского. Другой вид рекламы не рассматривался руководством, устраивает текущее количество участников.



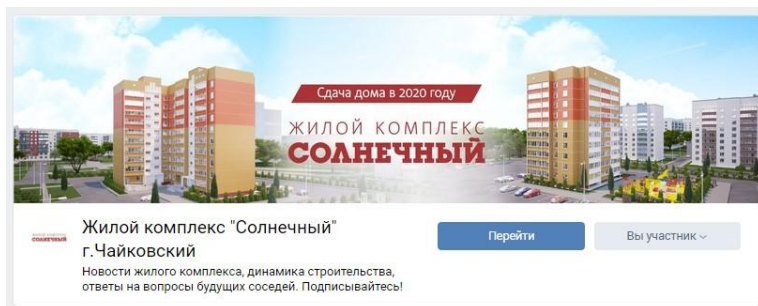
Кейс «Жилой комплекс "Солнечный" г.Чайковский»

О ПРОЕКТЕ: ДСК «Солнечный» нуждались в оформлении группы, сопровождении группы до сдачи дома и проставлении информации на сайте.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ:

- Оформление и упаковка группы Вконтакте
- Ведение сообщества (размещение постов, выезд на объект для фотоотчета и получения всей информации о ходе строительства)
- Проставление хода строительства на сайт, замена баннеров, информации

ОФОРМЛЕНИЕ



ИТОГИ:

Работа ведется с февраля месяца и продолжается сейчас. Группа направлена на интересы собственников квартир и поэтому интереса в новых подписчиках не нуждалась. За время работы увеличилось количество просмотров в группе, звонков в компанию (о покупке квартир), количество посещений экскурсий по квартирам.

По стоимости для клиента составляет 7000 рублей в месяц.

Клиент также размещается на магистральных щитах в городе. Макеты баннеров обязательно в правильном формате размещаются на сайте и в группе.

Кейс «Инстаграм аккаунт @darya_permanent59»

О ПРОЕКТЕ:

Студия перманентного макияжа Дарьи Демьяновой существует уже давно и успела зарекомендовать себя как профессионалов. Мы, совместно с руководителем решили развить их инстаграм-аккаунт.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ:

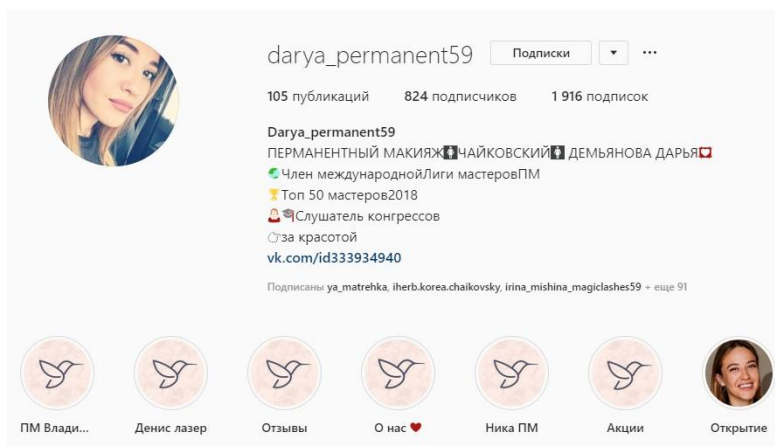
Наша цель состояла в том, чтобы повысить активность в инстаграм-аккаунте.

Задачи стояли следующие:

- Оживить инстаграм-аккаунт
- Мониторинг конкурентов и схожих аккаунтов
- Увеличить активность подписчиков путем комментариев, «лайков», обратной связи в директ
- Увеличение количества новых подписчиков
- Редактирование текстовки и фотографий для постов с их страницы Вконтакте

ХОД РАБОТЫ И МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Оформление



Добавили обложки и истории в «актуальные».

ИТОГИ:

- За месяц потратили 4000 на работу SMM-специалиста.
- Не используя рекламу, привели 40 «живых» подписчиков, увеличили количество заявок в директ (узнать подробнее, записаться, цены).
- Увеличили посещаемость аккаунта, путем репоста поста в сториз и добавлением текстовой информации, повышающей интерес подписчиков.
- Увеличили количество интересных видео в сториз