



Серия видеороликов «Дворы для жизни»

ООО «Специализированный застройщик «ГорКомСтрой»
Республика Коми, г. Сыктывкар

Мы много внимания уделяем благоустройству территории своих жилых комплексов: ландшафтный дизайн, разноуровневое озеленение и освещение, качественные спортивные и игровые площадки, зоны спокойного отдыха, разнообразное покрытие, МАФ в единой стилистике.

Целью серии роликов мы обозначили нативное продвижение преимуществ дворов и придомовой территории во всех проектах компании, не привязываясь к одному жилому комплексу.



Хронометраж
роликов: до 11”



Площадки размещения: YouTube, наружная реклама (медиаэкраны на улице и в общественном транспорте), Instagram*, «ВКонтакте».



*организация, запрещённая на территории РФ

Каждый из 11 роликов демонстрирует одну особенность проектов СКАТа (одно уникальное торговое предложение), не оказывая давление на зрителя, не призывая к покупке, а погружая в атмосферу, которая создаётся в домах и дворах от застройщика.

В простых сюжетах мы предложили зрителю обстоятельства, в которых ему хочется оказаться, вызвали желание попасть на место героев серии.

Мы сознательно отказались от озвучки и закадрового голоса, оставив лишь звуки, запись которых сделали во дворе. Это ещё глубже погружает в предложенные обстоятельства. А на фоне информационного шума, громкой и навязчивой рекламы наши ролики привлекают внимание.





YouTube



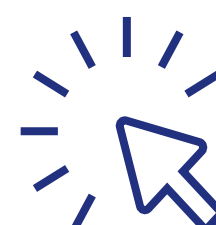
Целевая аудитория
Население региона в возрасте от 18 до 64 лет



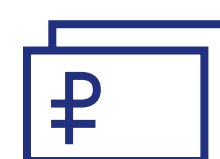
Показы
691 823



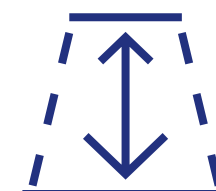
Период кампании
6 августа 2021 г. – 31 декабря 2021 г.



Клики
5 124
(2 450 уникальных пользователей, перешедших на наш сайт)



Расходы
64 179 ₹



Глубина просмотра страницы
2



Население региона
803 477 человек



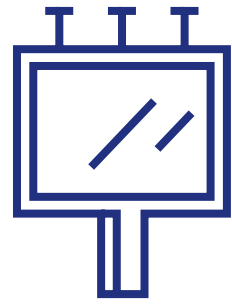
**Результат, подтвержденный
сквозной аналитикой**
31 лид
(4 закрытые сделки)





Название кампании	Дворы для жизни	▼
Подтип кампании	Увеличение числа конверсий	
Статус кампании	Ⓜ Приостановлено	▼
Маркетинговая цель	Трафик сайта	
Бюджет и даты	500,00 Р в день	Дата начала: 06.08.2021 Дата завершения: нет
Сети	Результаты поиска на YouTube, Видео YouTube, Партнерские видеоресурсы в КМС	▼
Языки	Русский	▼
Местоположения	Республика Коми, Россия (регион)	▼
Стратегия назначения ставок	Максимум конверсий	▼





Медиаэкраны уличные и в общественном транспорте



Целевая аудитория
Население Сыктывкара и гости города



Период кампании
1 октября 2021 г. – 31 декабря 2021 г.



Результат, подтверждённый
сквозной аналитикой

20 лидов

(для сравнения, с января по октябрь 2021 года – всего 24 лида)

3 закрытые сделки



Результаты работы кампании в других соцсетях
оценить сложно – закрыты рекламные кабинеты.



Целевая аудитория
По широкой



Период кампании
12–24 августа 2021 г.



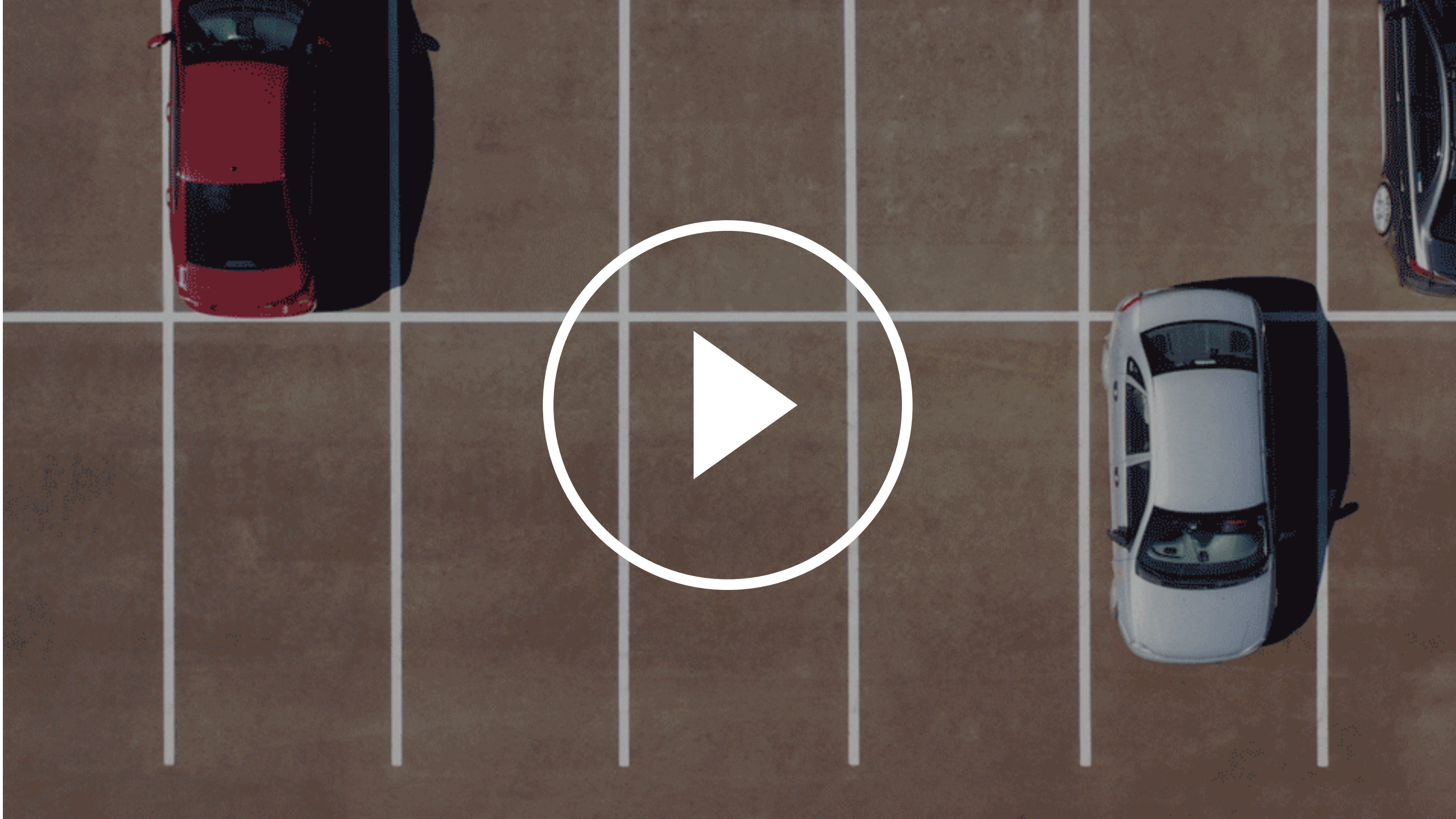
Результат
53 000 показов
42 перехода

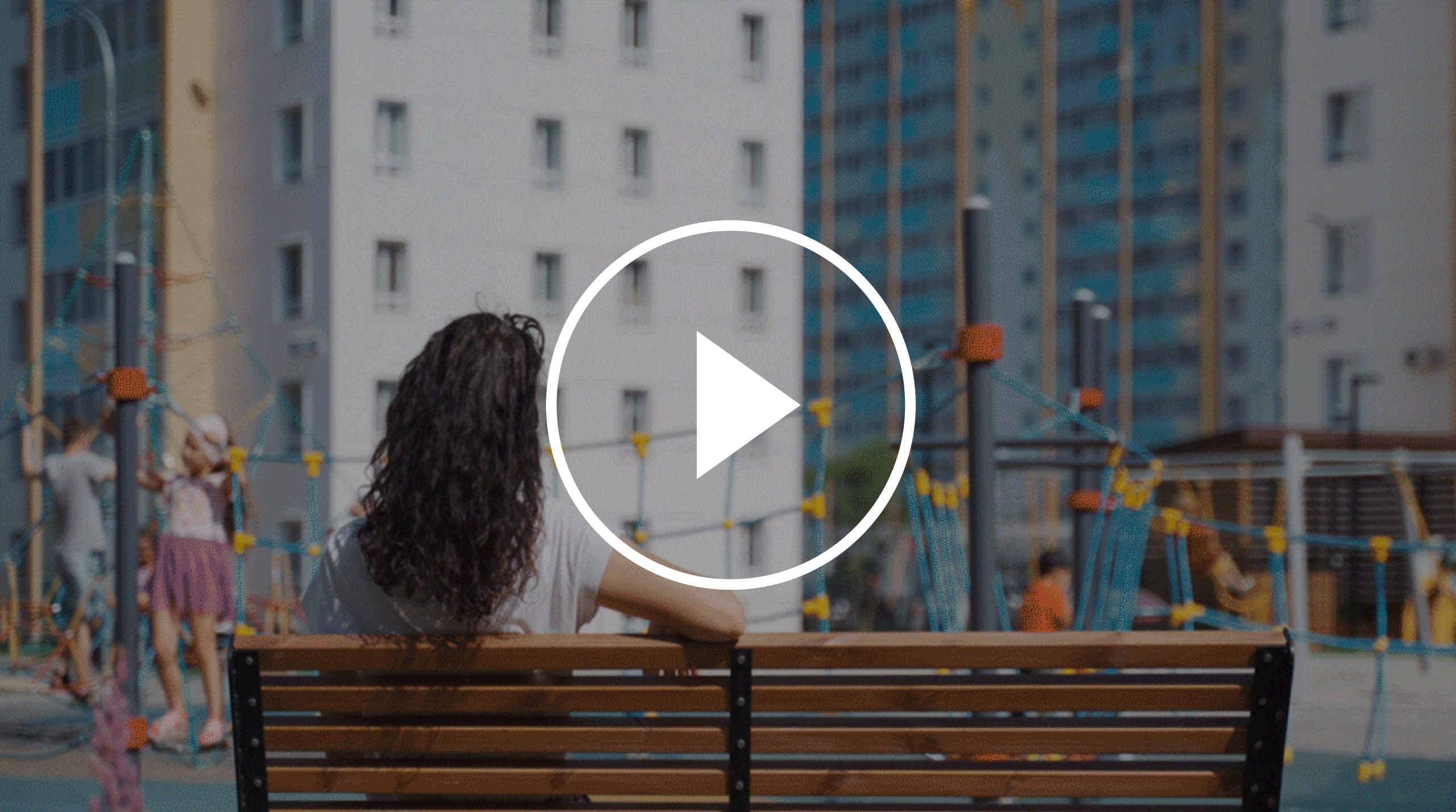
Группа объявлений	Статус группы объявлений	Кампания	Тип кампании	Подтип кампании	Клики	Показы	↓ CTR	Ср. цена за клик	Расходы	Конверсии
Дворы для жизни	Включено	Дворы для жизни	Видео	Конверсии на сайте	5 124	691 823	0,74 %	12,53 Р	64 178,92 Р	5 071,30

<input type="checkbox"/>	Объявление	Статус	Дн. лим.	CPM	Ограничение цены	Общ. лим.	Потрачено	Показы	Переходы	CTR	eCPC	CPL	Заявки
<input type="checkbox"/>	Ксюша на тренажере, кнопка, 39К..		Не задан	50.00 Р	Не задано	500 Р	405.00 Р	8 106	3	0.037 %	135.00 Р	0.00 Р	0
<input type="checkbox"/>	Миша на горке, стандартное обя...		Не задан	50.00 Р	Не задано	1 000 Р	503.65 Р	10 076	7	0.069 %	71.95 Р	0.00 Р	0
<input type="checkbox"/>	Миша на карусели, 44 к		Не задан	50.00 Р	Не задано	1 000 Р	1 000.00 Р	20 137	18	0.089 %	55.55 Р	0.00 Р	0
<input type="checkbox"/>	Ксюша на тренажере, 43 к	■	Не задан	50.00 Р	Не задано	1 000 Р	770.95 Р	15 426	14	0.091 %	55.06 Р	0.00 Р	0
Всего: 4 объявления							2 679.60 Р	53 745	42	0.078 %	63.80 Р	0.00 Р	0



Результаты работы кампании в других соцсетях
оценить сложно – закрыты рекламные кабинеты.







CKAT