

Reach and Frequency в TikTok

Как новый инструмент позволил
получить охваты в 3 раза дешевле,
чем в Facebook*

КЛИЕНТ

e-promo |



JBL

- Более 75 лет на рынке
- Один из основных поставщиков звукового оборудования для таких компаний как BMW, Land Rover, Mercedes-Benz, Harley-Davidson
- Дочерний бренд Samsung Electronics

ЧТО ПРОДВИГАЛИ:

- Онлайн-магазин гаджетов и техники



ЗАДАЧА

Увеличить узнаваемость бренда

e-promo |



ЦЕЛИ:

- Протестировать новый для площадки инструмент R&F
- Максимизировать охват и снизить его стоимость
- Получить переходы на сайт по стоимости, аналогичной другим площадкам.

ПЕРИОД РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

- 11 ноября - 30 ноября

ПЕРИОД РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ:



Особенности формата

- Находится в ограниченном доступе
- Невозможно редактировать объявления после запуска



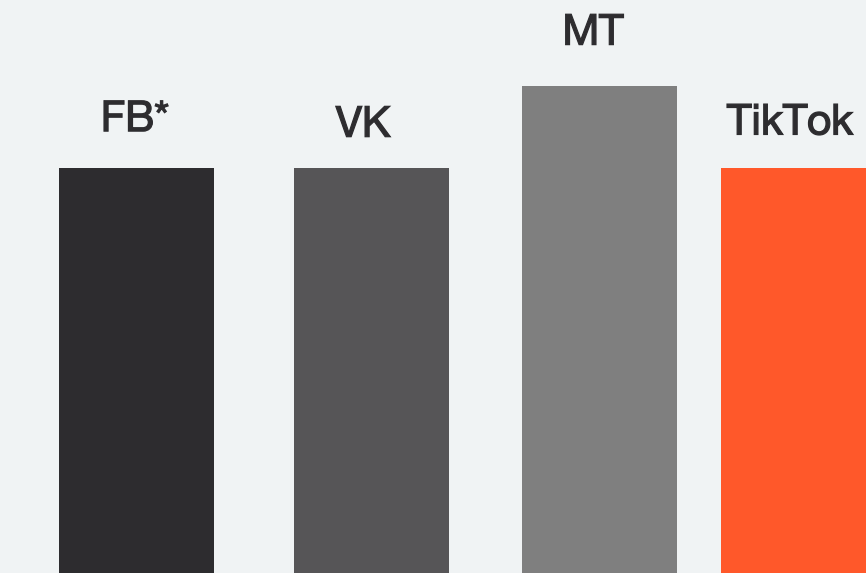
Примеры креативов

Сравнение с другими площадками

Именно в охватной кампании TikTok мы получили самую низкую стоимость клика. Стоимость CPC была дешевле в сравнении со всеми площадками размещения:

- FB* на 0,6%
- VK на 0,8%
- MT на 21%

ГРАФИК СРАВНЕНИЯ CPC



*Деятельность компании Meta по распространению Facebook и Instagram признана экстремисткой на территории РФ

Reach and frequency — эффективный способ получить гарантированный охват

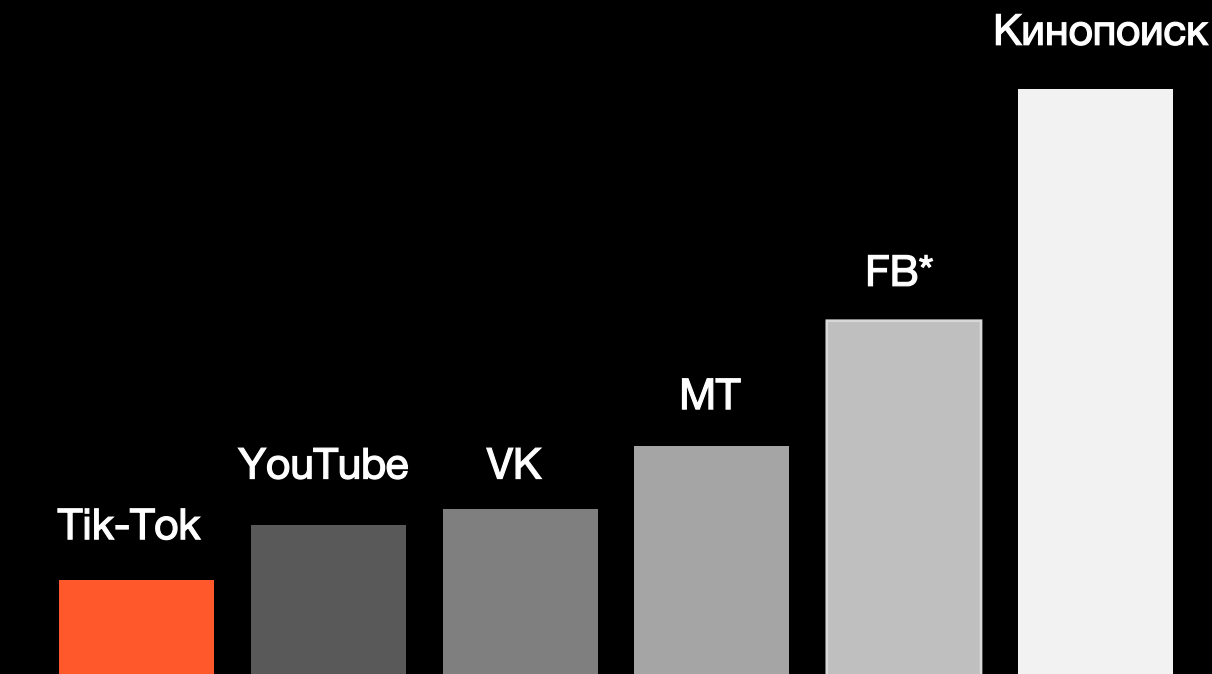
В том числе за короткий срок с фиксированным бюджетом и частотой показов.

Канал особенно выгоден в медийных целях: цена за охват пользователя ниже в несколько раз.

Показатели стоимости охвата в TikTok обошли другие площадки:

- Кинопоиск в 6 раз
- Facebook* в 3,7 раза
- МТ в 2,4 раза
- VK в 1,7 раз
- YT в 1,5 раза

ГРАФИК СРАВНЕНИЯ CPV



*Деятельность компании Meta по распространению Facebook и Instagram признана экстремисткой на территории РФ