



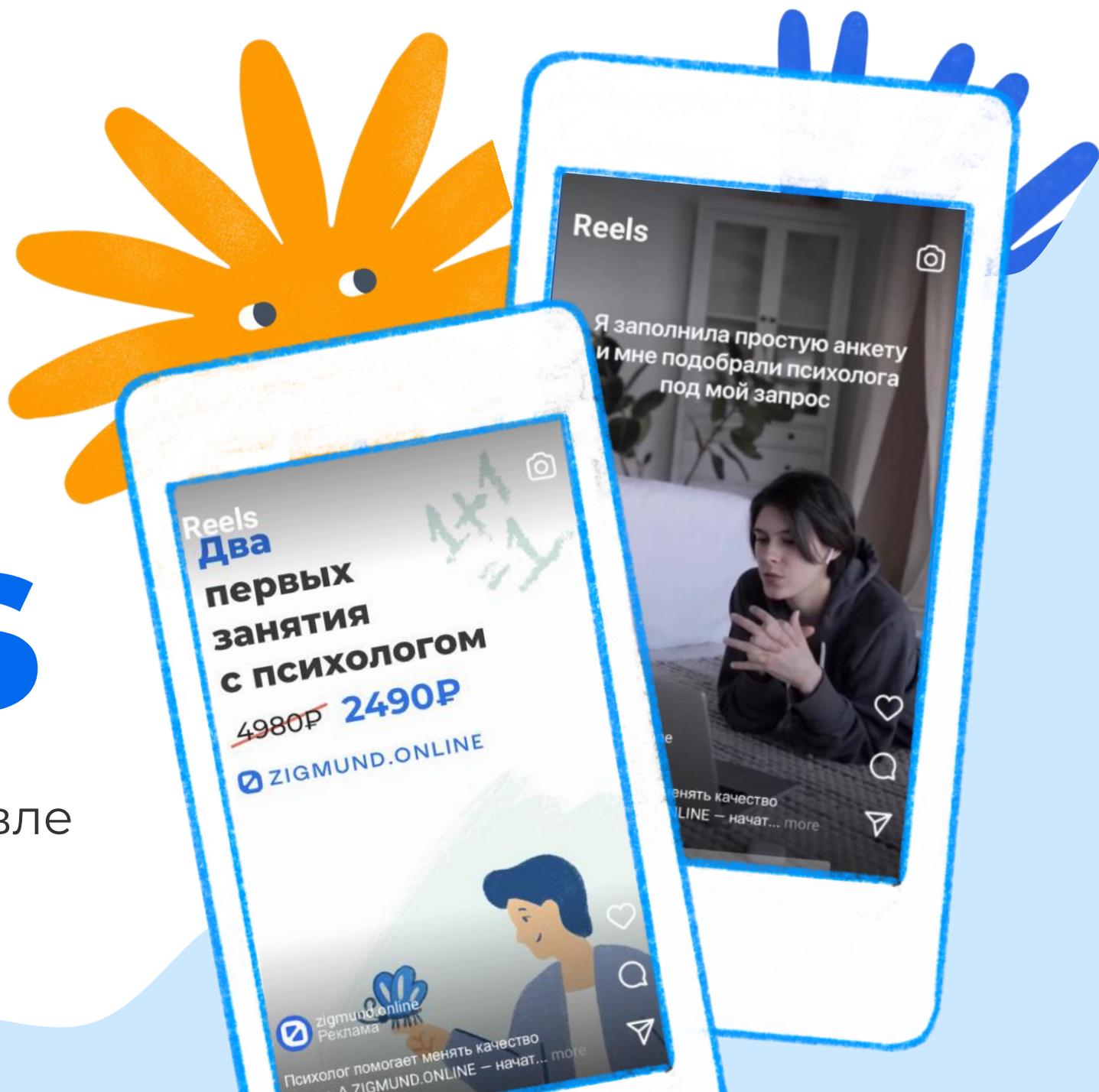
ZIGMUND.
ONLINE

e-promo

Instagram

Reels

Как привлечь лиды дешевле
контекста



Клиент – ZIGMUND.ONLINE

Сервис, который помогает пользователям подобрать подходящего психотерапевта для сессии онлайн

О платформе:

Все психотерапевты проходят через внутренний отбор: проверяются документы об образовании, профессиональные и этические качества, опыт частной практики.

Компания предлагает акцию: два занятия по цене одного для новых пользователей сервиса

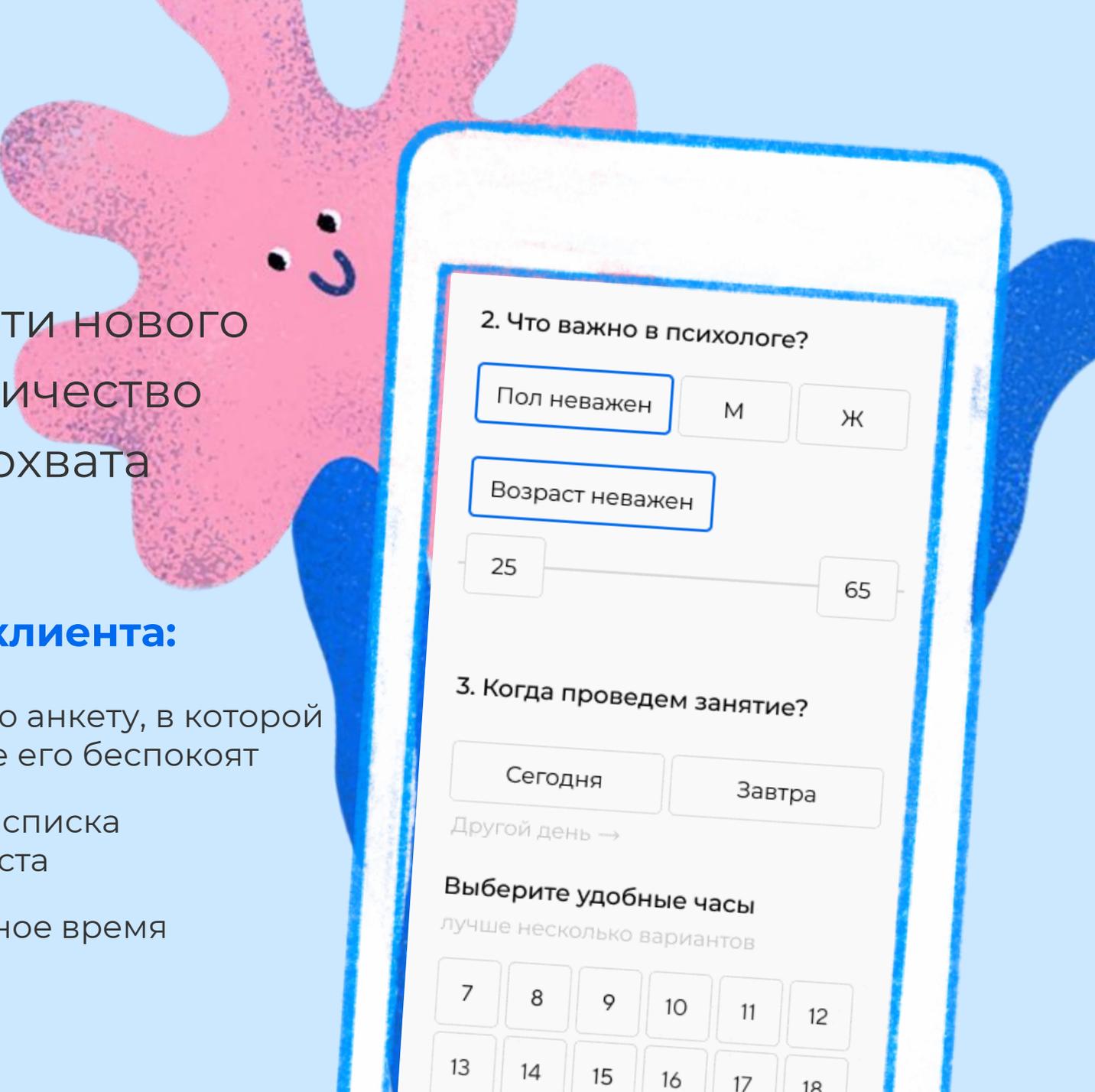


Цель проекта

Протестировать возможности нового плейсмента и повысить количество лидов за счет расширения охвата

В качестве лида засчитывали отправленную форму на сайте клиента:

- #1** Пользователь заполняет небольшую анкету, в которой указывает список проблем, которые его беспокоят
- #2** Затем выбирает из предложенного списка психологов подходящего специалиста
- #3** В личном кабинете указывает удобное время для первого занятия



2. Что важно в психологе?

Пол неважен М Ж

Возраст неважен

25 ————— 65

3. Когда проведем занятие?

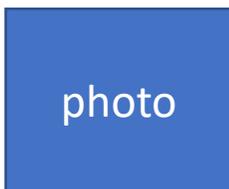
Сегодня Завтра

Другой день →

Выберите удобные часы
лучше несколько вариантов

7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18

ZIGMUND.ONLINE — современная прогрессивная компания. Мы стараемся шагать в ногу со временем, поэтому активно внедряем и тестируем новые возможности как в рамках основной деятельности, как и в маркетинге. Reels - новый формат, который резко набирает обороты. Перед нами стояла задача: расширить охват и увеличить количество заявок в рамках KPI. Мы не понимали потенциал этого плейсмента конкретно для наших услуг, но совместно с командой E-Promo разработали план тестирования этого инструмента, который включал в себя параллельное использование анимированных роликов, сторителлинга, роликов для TikTok.



Дмитрий Валув
Маркетолог

Подготовка к запуску

#1

Адаптировали видео, которые ранее использовали в TikTok

Это позволило оптимизировать временные ресурсы и бюджет на продакшен креативов в новый плейсмент. Кроме того, мы смогли проверить гипотезу о схожести аудитории видео Reels и TikTok, сравнив эффективность одинаковых креативов на разных площадках

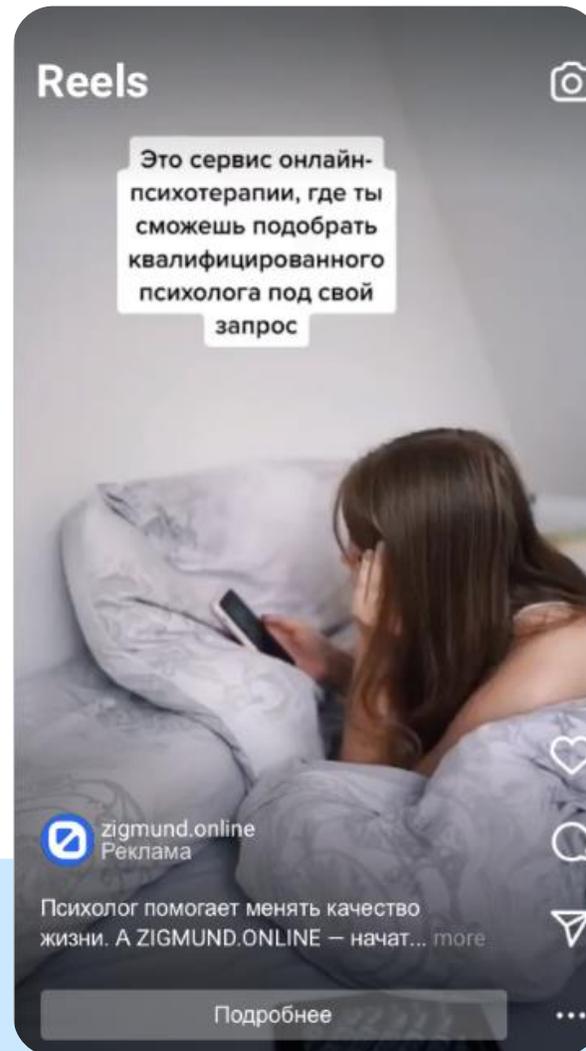
#2

Запустили рекламную кампанию на максимально широкую аудиторию

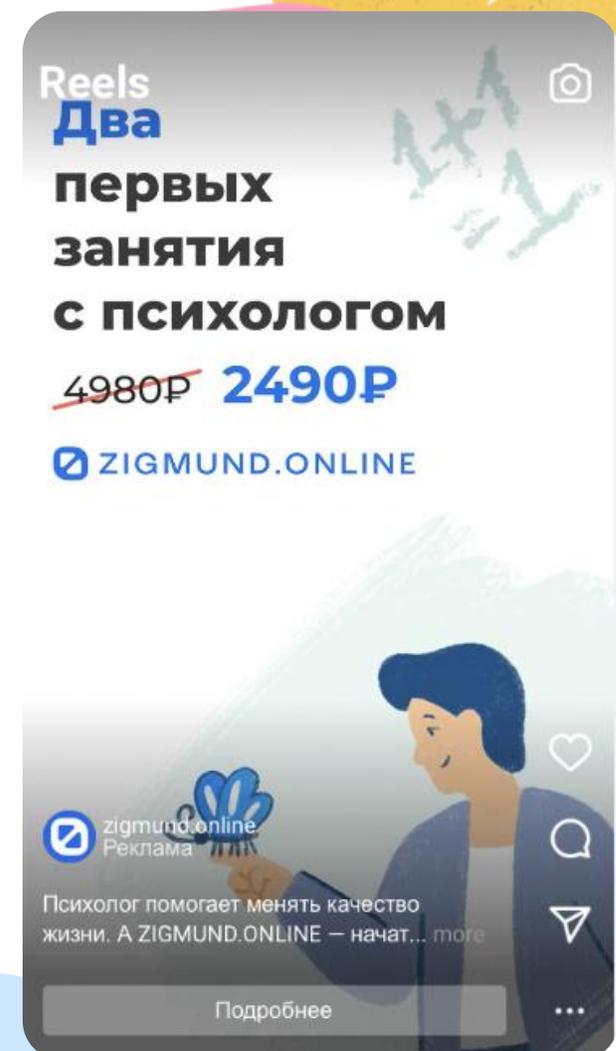
На момент начала продвижения объемы пользователей в Reels были в 4 раза ниже, чем на других плейсментах

Примеры креативов

В кампании участвовало несколько типов креативов, включая анимированные баннеры и нативные видеоролики



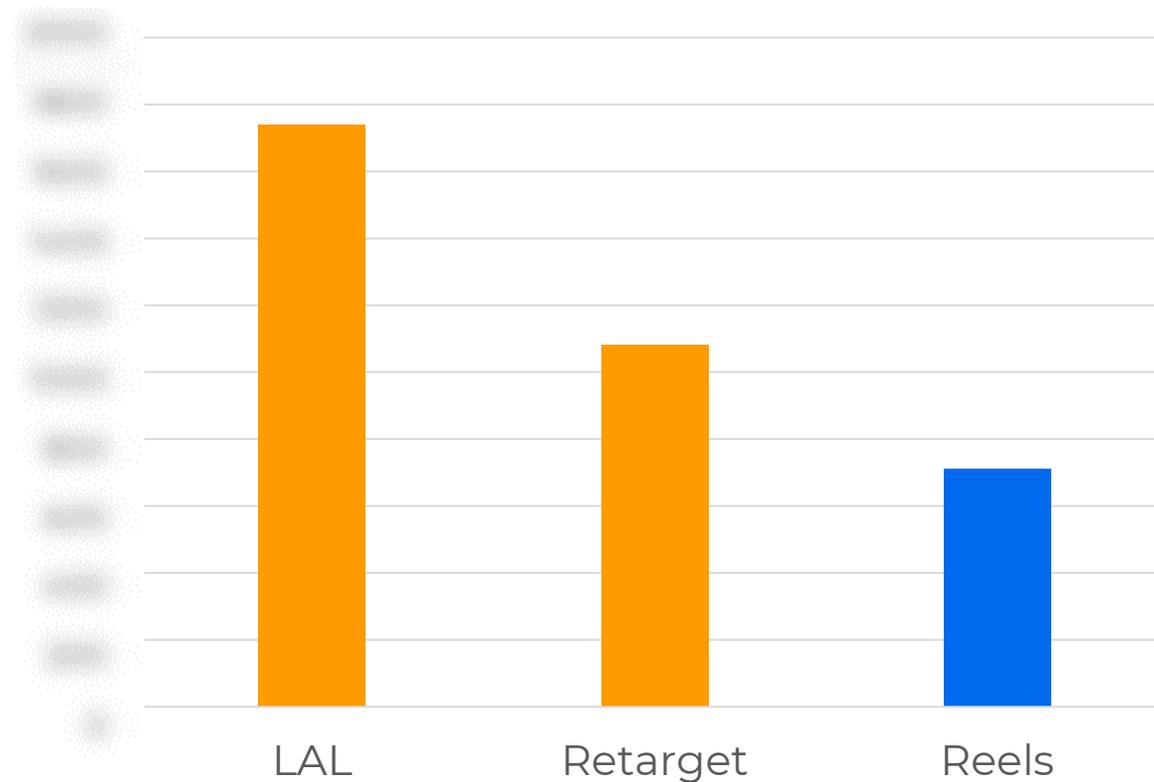
Нативный ролик



Анимированный баннер

Результаты. Facebook и Instagram

Сравнение CPL, руб



x2 раза

Стоимость лида в Reels была выгоднее, чем при использовании тактики look-alike за весь период размещения

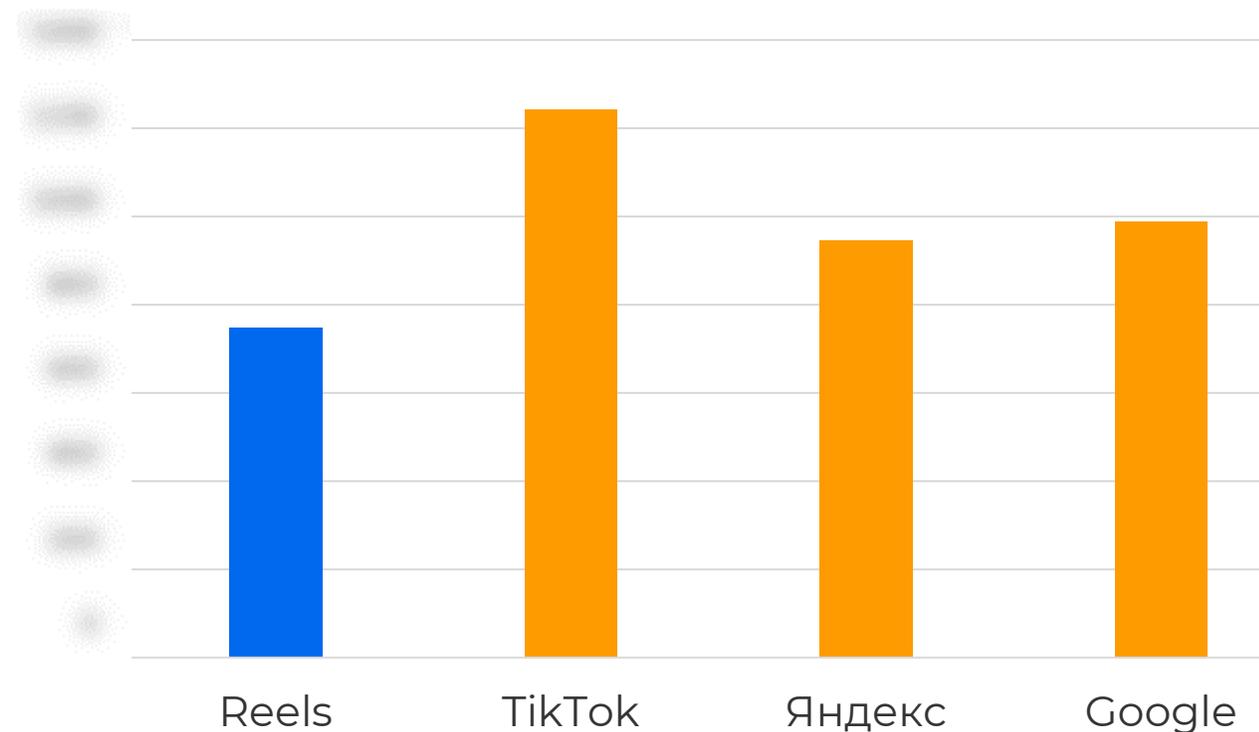
на 28%

дешевле лидов, полученных с помощью тактики ретаргетинга

Период: 29 июля – 16 сентября

Результаты. Сравнение каналов

CPL, руб



на **40% ниже**

стоимость заявок, полученных с формата видео Reels, при использовании одинаковых креативов

Период: 29 июля – 16 сентября

Сравнение креативов

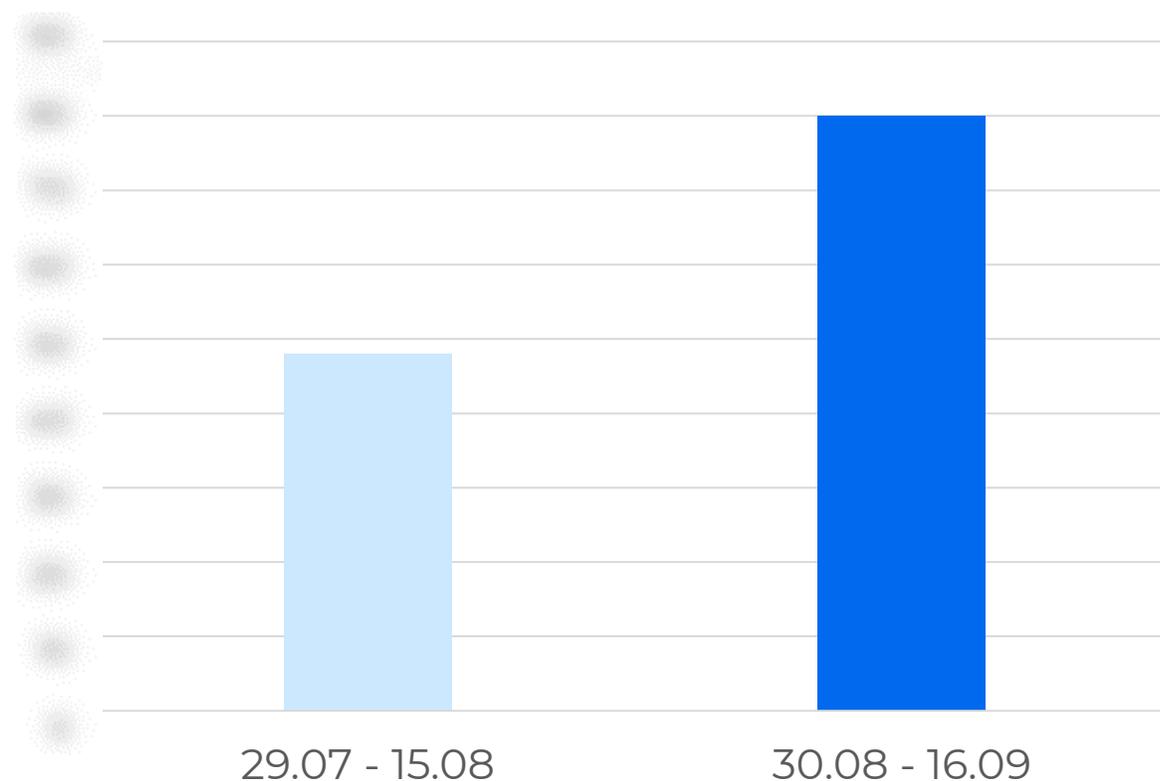
Аналогично площадке TikTok нативные видео в Reels были наиболее эффективны.



*При длительности анимированного видео – 5 секунд, а нативного – 30 секунд.

Объемы лидов на Facebook

Количество лидов по периодам



на **40%**

Удалось увеличить объемы лидов с Instagram Reels за схожие по продолжительности периоды.

При этом цена CPL оставалась дешевле, чем в лентах Facebook и Instagram

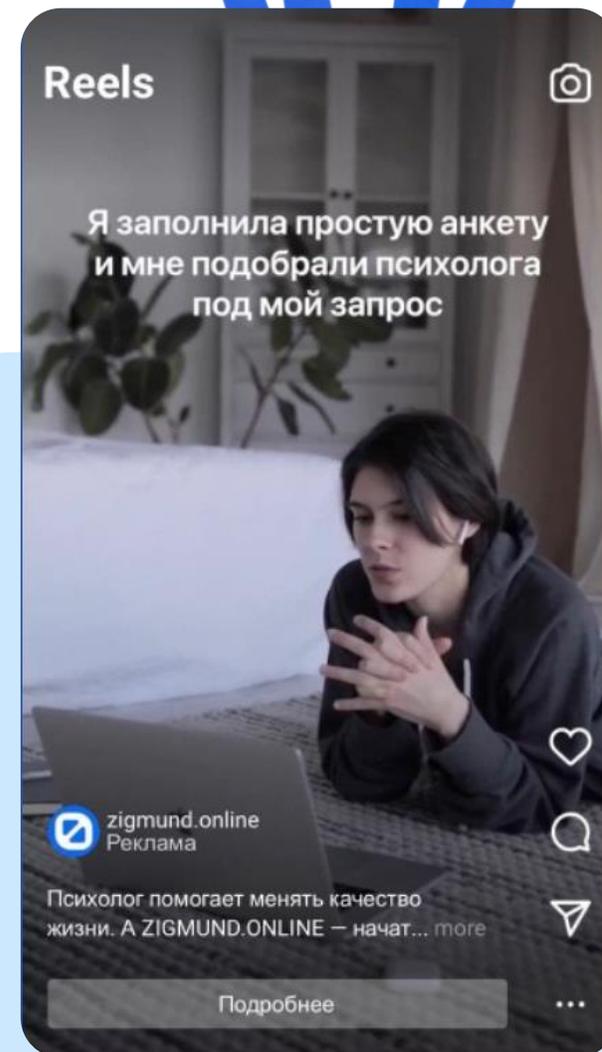
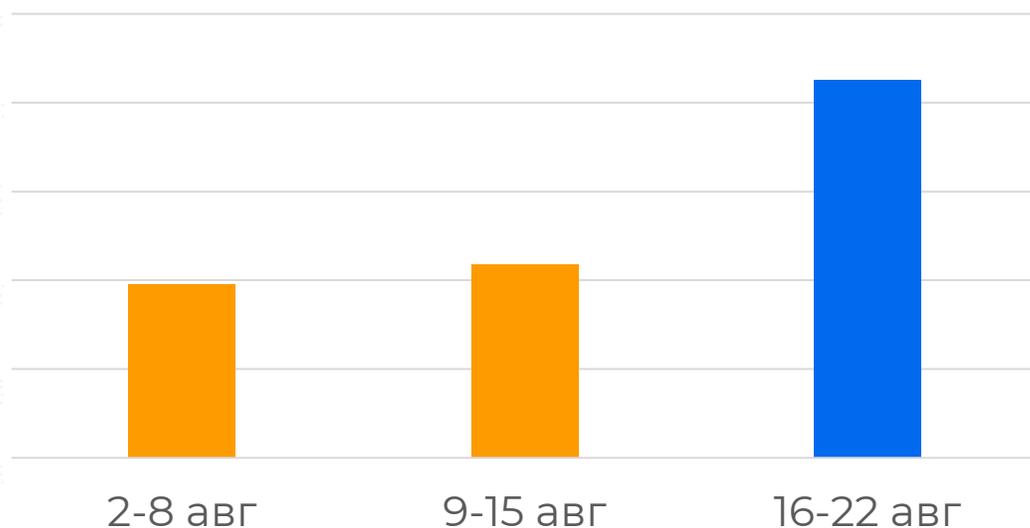
Период: 29 июля – 16 сентября

Выгорание креативов

На третью неделю размещения увидели резкое увеличение CPL: при этом значительные изменения в кампаниях отсутствовали.

Обновление линии креативов позволило вернуться к прежним значениям CPL.

Рост CPL, руб

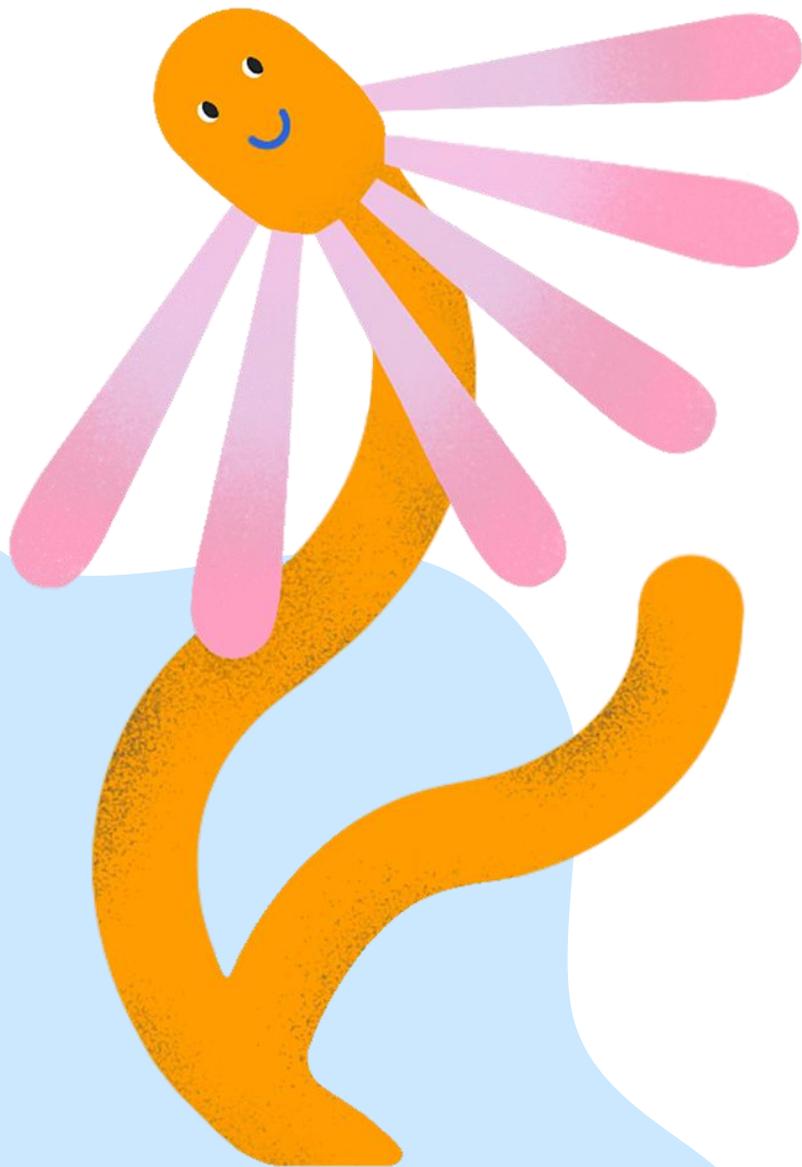


Пример креатива

Общие **выводы**

- Грамотная настройка Reels в совокупности с нативными «живыми» видеороликами дают возможность получить до двух раз более дешевые заявки, чем любые другие плейсменты в Fb/IG, TikTok, Яндекс.Директе и Google Рекламе
- Качественные значения CR, сравнимые с тактиками ретаргетинга, говорят о лояльности пользователей из Reels и популярности формата
- Высокая роль креативов: разница CPL может варьироваться в разы при использовании некачественных или «уставших» изображений.





Рекомендации

- Использовать формат Reels на широкую аудиторию
- Запускать нативные, «живые» ролики, с лицами ЦА
- Обновлять ролики каждые 2-3 недели