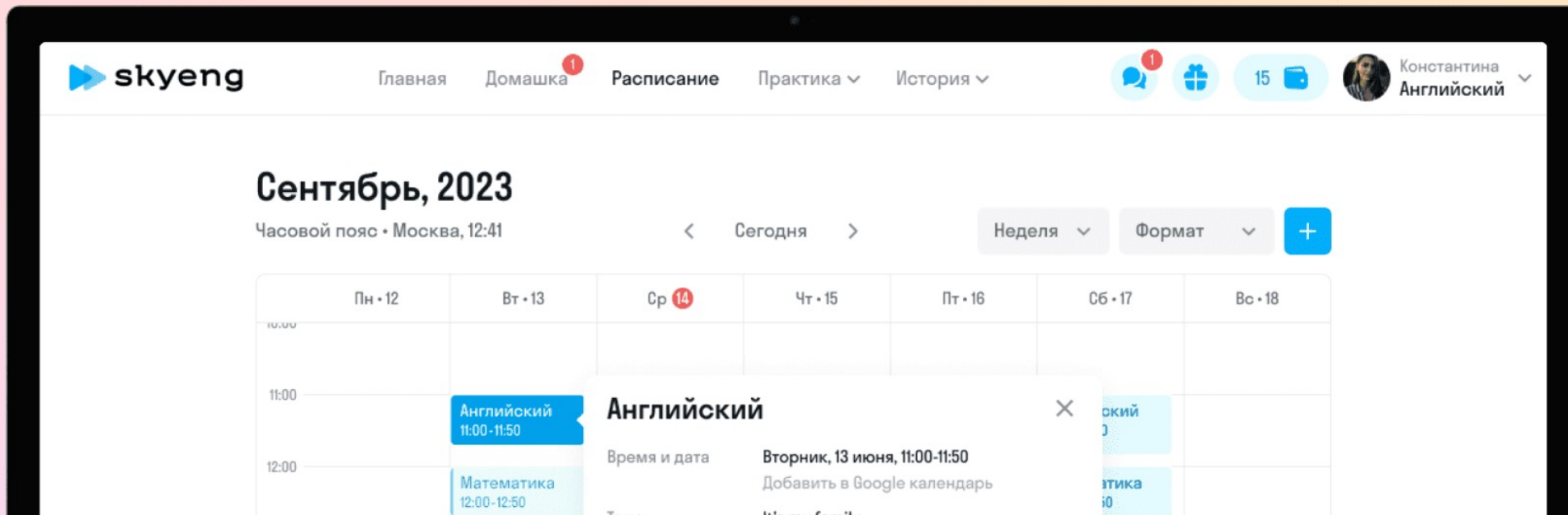


Продвижение Skysmart на OZON

И охват, и конверсии

Период: август – сентябрь 2023



The screenshot displays the skyeng mobile application interface. At the top, the skyeng logo is on the left, and navigation tabs for 'Главная', 'Домашка', 'Расписание', 'Практика', and 'История' are in the center. On the right, there are icons for chat, gifts, a notification badge with '15', and a user profile for 'Константина Английский'. The main content area shows a calendar for 'Сентябрь, 2023' with the time zone set to 'Москва, 12:41'. A lesson pop-up window is open, titled 'Английский', showing details for a lesson on 'Вторник, 13 июня, 11:00-11:50' and a button to 'Добавить в Google календарь'.

Пн • 12	Вт • 13	Ср • 14	Чт • 15	Пт • 16	Сб • 17	Вс • 18
	Английский 11:00 - 11:50					
	Математика 12:00 - 12:50					

0 нас

e-promo

Независимое digital-агентство с data-driven подходом к маркетингу

Сертифицированное
агентство

OZON

15 лет

На рынке

400+

Сертифицированных специалистов
в штате

5 регионов

Россия, Израиль, ЕАЭС, ЕС, ОАЭ

#1 PERFORMANCE & BRANDFORMANCE

#2 MARKETPLACES 360

#3 CRM-СТРАТЕГИИ

#4 INFLUENCE & КОНТЕНТ

#5 АНАЛИТИКА

0 клиенте

Skysmart - онлайн-школа для детей и подростков, решающая огромный спектр задач: от обучения чтению и профориентации до домашнего обучения и подготовки к ЕГЭ

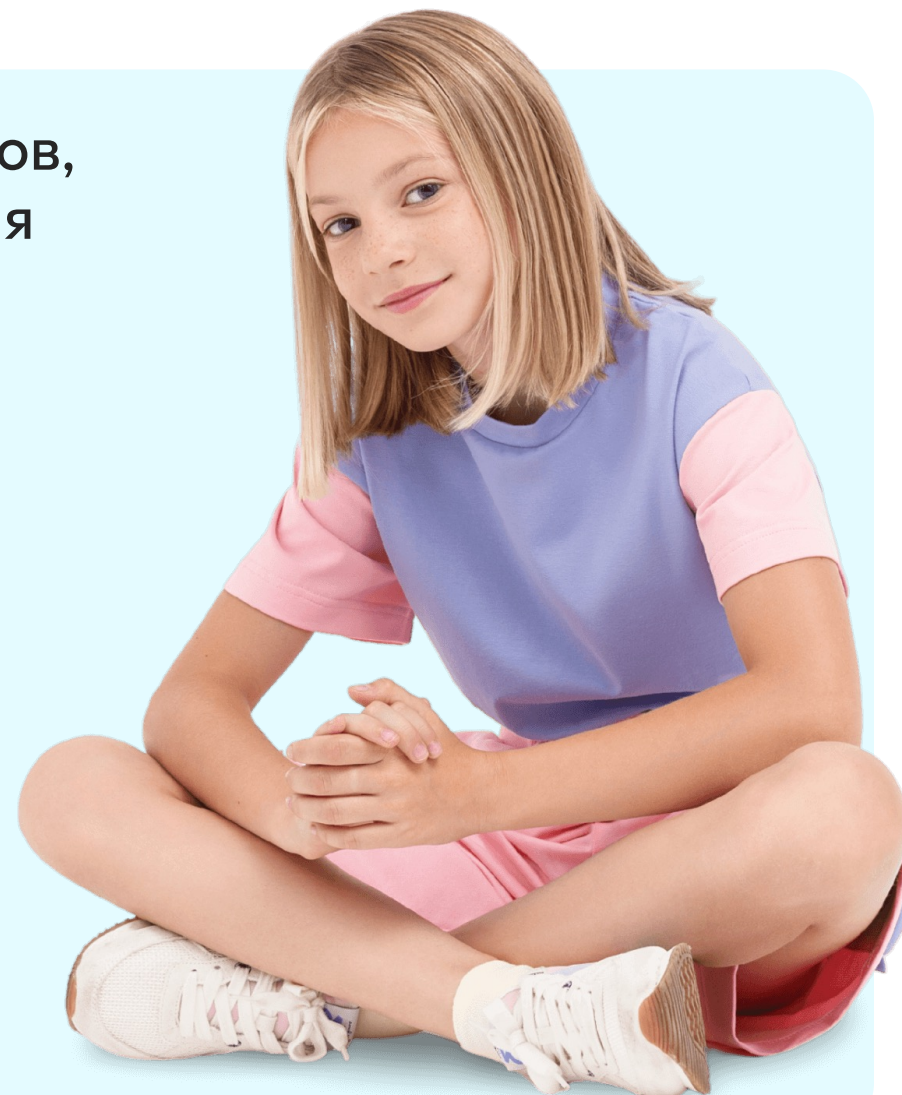
ЗАДАЧА:

Привлечь 3 группы целевой аудитории к покупке продуктов школы с помощью инструмента OZON Click out:

1. Курс «Мама в порядке»
2. Курс «Back to school»
3. Услуга «Домашний лицей»

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

Мамы школьников



Стратегия и подход

01

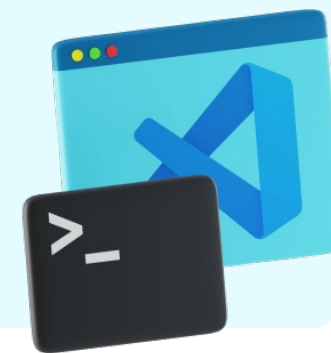
Перед нами стояла задача протестировать рекламные возможности площадки. Для этого решили использовать 3 учебные программы: бесплатную, в среднем ценовом сегменте и комплексную.



02

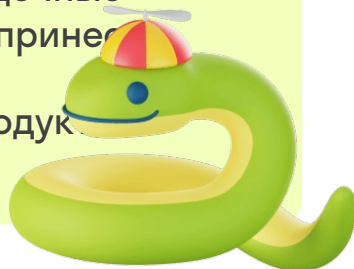
Начали с проработки аудитории программ путем 2 таргетингов:

- женщины, покупатели товаров для детей старше 4 лет;
- покупатели учебной литературы и товаров для школы.



03

После первых недель размещения обнаружили низкую эффективность промо дорогостоящих курсов. Попытались оптимизировать посадочные страницы, креативы, офферы, но это не принесло улучшений, поэтому остановили рекламу дорогостоящих продук



04

Масштабировали рекламную кампанию на бесплатный курс, добавив околоцелевой таргетинг «просматривают категорию «детские товары»».



Ключевые результаты по медийным показателям

Показы

17 201 560

Клики

16 609

Время на сайте

1:03

Глубина просмотра

1,1 стр.



! Пост-клик показатели свидетельствуют о высокой заинтересованности целевой аудитории

Ключевые результаты по конверсионным показателям

CR в заявку

6%

Заявки

693

CPL

СОПОСТАВИМ
С РЕЗУЛЬТАТАМИ
PERFORMANCE-
ИНСТРУМЕНТОВ

- ! Канал показывает не только внушительные медийные результаты, но и performance-метрики и может выступать в качестве источника масштабирования performance-результата в дополнение к классическим каналам

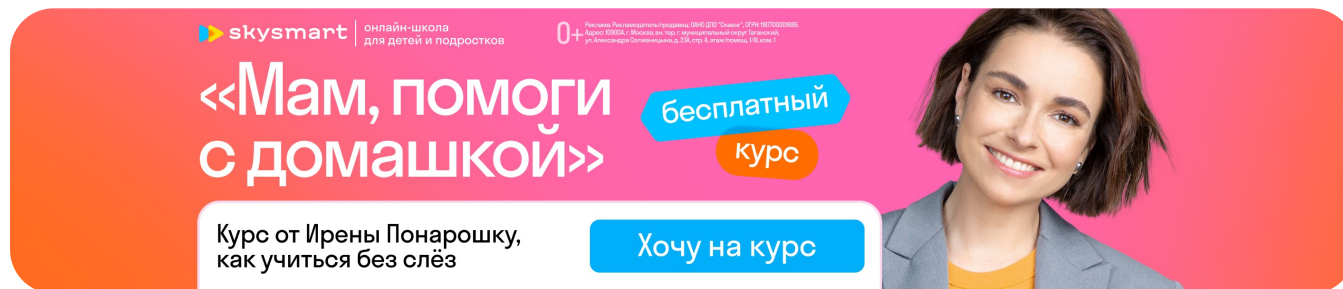
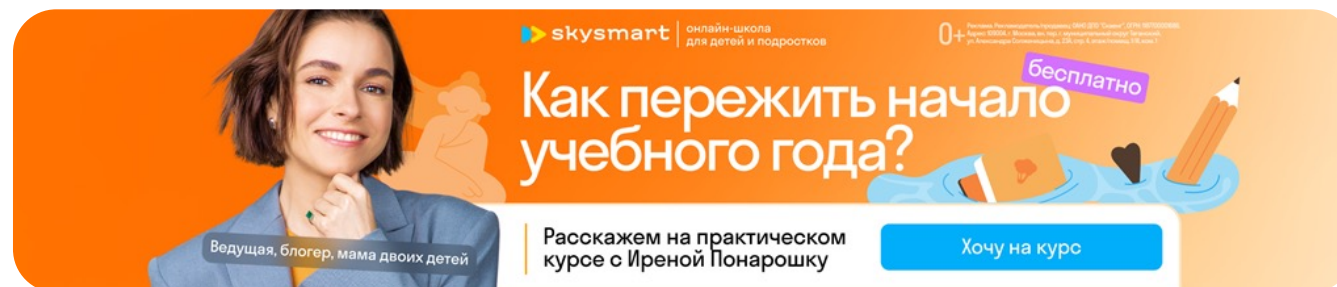


Наиболее эффективные креативы



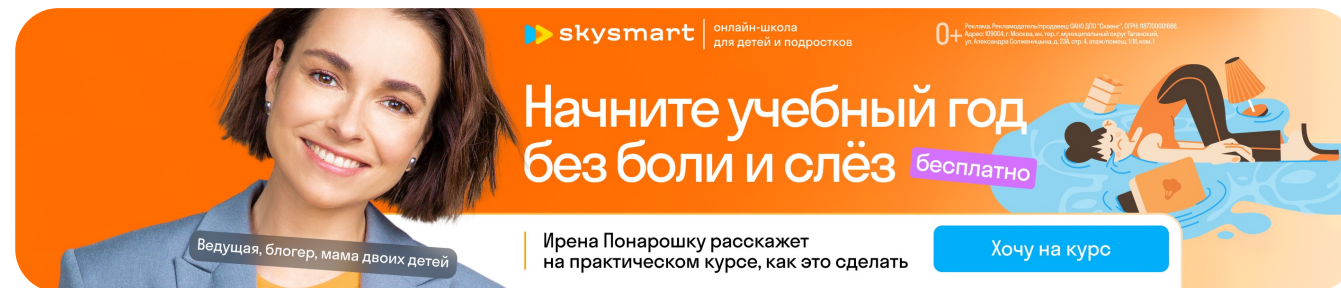
Наилучший результат среди креативов показали яркие баннеры, в которых используется фигура селебрити, «закрывающие боли» заголовки, акцент на бесплатном курсе:

CTR 0,18%



CTR 0,12%

CTR 0,13%



Результаты

- ✦ Помимо выполнения основной медийной задачи, кампании показали отличные performance-результаты: высокий охват + высокую конверсию в заявку
- ✦ Результаты рекламы бесплатного курса оказались значительно лучше результатов по курсам стоимостью 5-45 тыс. руб. в месяц
- ✦ Лучше всего отработали креативы по бесплатному курсу с изображением блогера и яркими заголовками

Итого – CR в заявку:

6%

