

NOVA KID

# КАК УВЕЛИЧИТЬ ЭФФЕКТ ОТ ВИДЕОИНТЕГРАЦИИ С БЛОГЕРОМ

Или как снизить стоимость конверсии  
в 2 раза за счет добавления  
инфлюенсера на креатив



e-promo

# КЛИЕНТ

NovaKid – международная школа английского для детей 4-12 лет, которая предоставляет онлайн-занятия по программам, соответствующим европейским стандартам CEFR

## ОСОБЕННОСТИ:

- занятия с носителями английского языка
- игровая детская программа
- индивидуальные занятия по 25 минут
- сертифицированные преподаватели



# ЗАДАЧА

Проверить гипотезу о высокой эффективности креативов с изображением блогеров и инфлюенсеров

## ЛОГИКА:

- Это поможет вывести бренд на западные рынки благодаря поддержке лидеров мнений
- Сэкономит часть бюджета на продакшене отдельных креативов для таргета
- Усилит постэффект от прошедших коллабораций с инфлюенсерами

# ГЕО ТЕСТИРОВАНИЯ

Для проверки гипотезы были выбраны две страны:



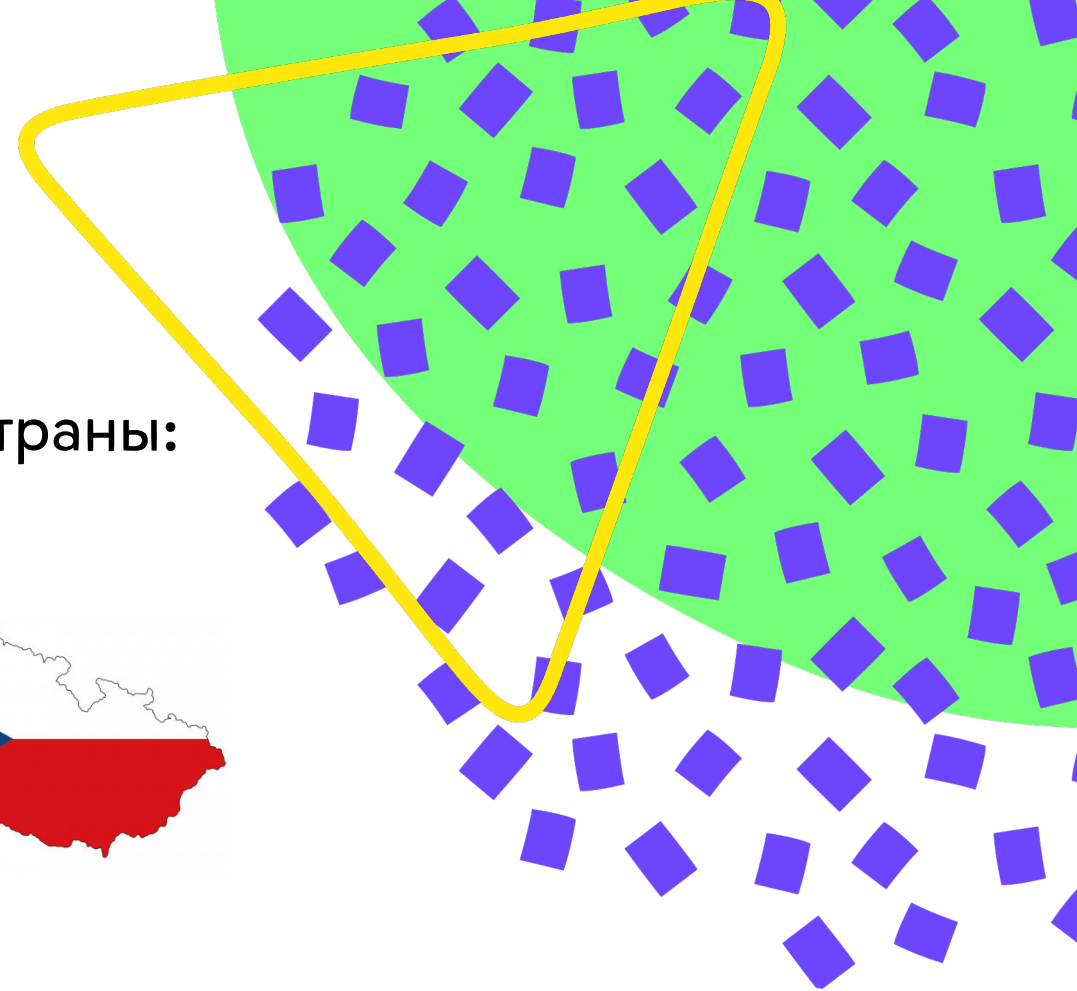
## РУМЫНИЯ

Размещение в стране ведется около двух лет.  
Аудитория хорошо прогрета, знает бренд,  
кампании дают стабильно хорошие результаты



## ЧЕХИЯ

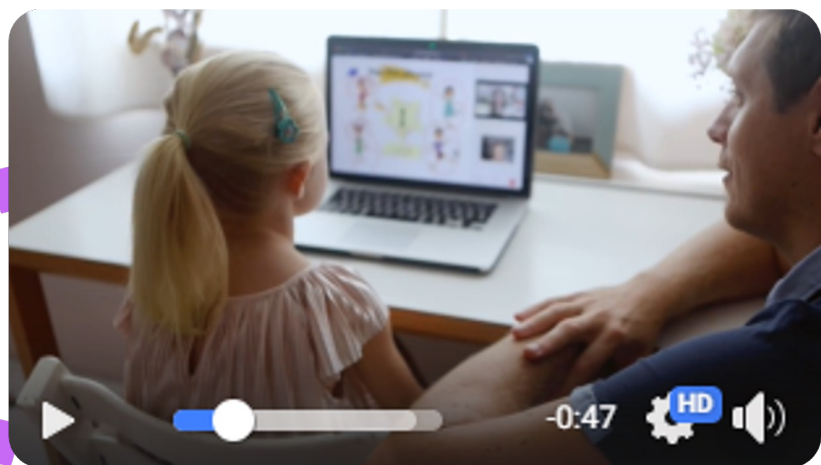
Рекламное размещение длится 1,8 лет.  
Результаты продвижения нестабильны  
в стоимости показателей и числе конверсии.



# ПРИМЕРЫ КРЕАТИВОВ

В кампаниях участвовали четыре типа креативов:

- Статика
- Анимированные баннеры
- Нативные видеоролики
- Ролики с инфлюенсерами



e-promo



# НАИБОЛЕЕ УСПЕШНЫЕ КРЕАТИВЫ – С УЧАСТИЕМ ИНФЛЮЕНСЕРОВ

e-promo



## Блогер

55,7К подписчиков

Среднее кол-во лайков 400-1200

Страна: Румыния



## Блогер

10,4К подписчиков

Среднее кол-во лайков 150-600

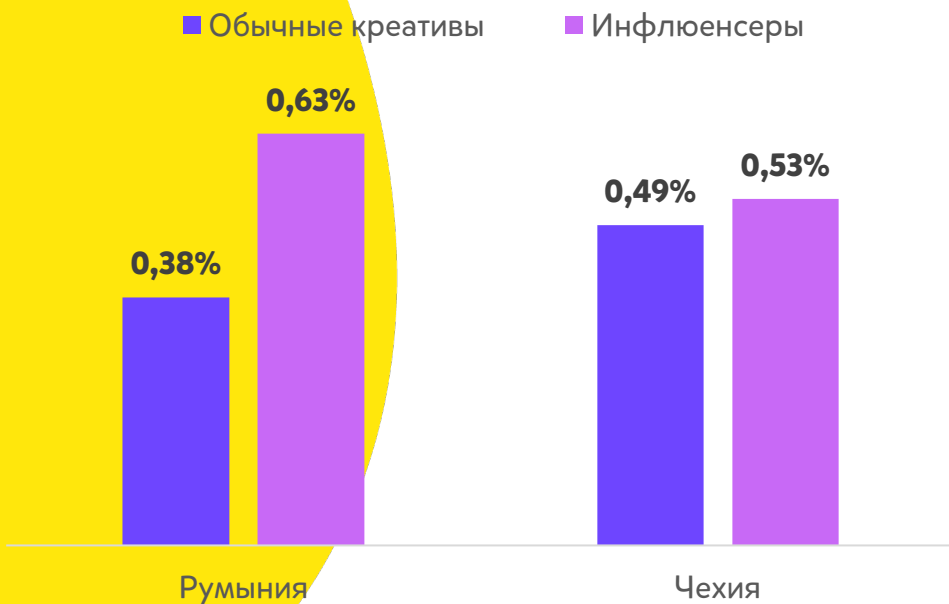
Страна: Чехия

# РЕЗУЛЬТАТЫ: СРАВНЕНИЕ КРЕАТИВОВ

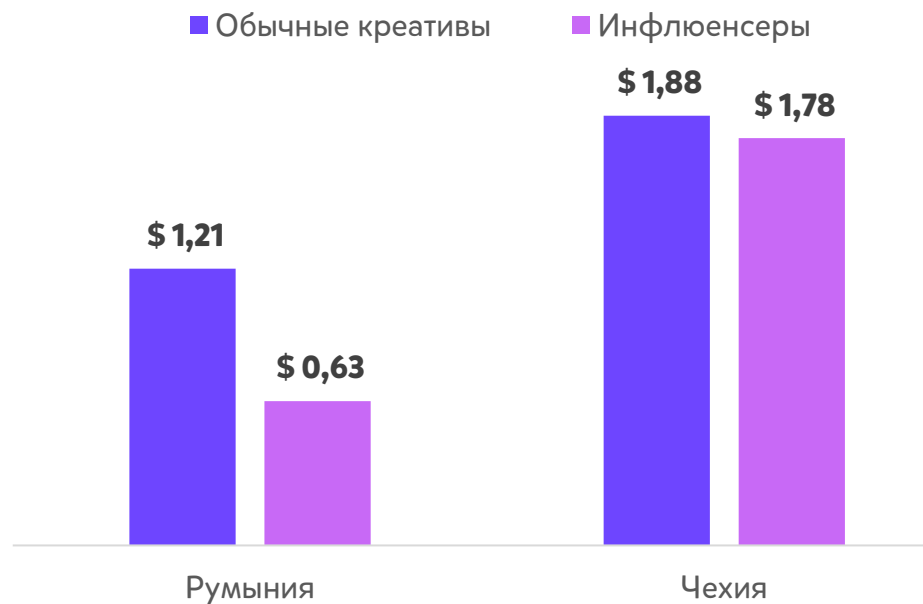
Использование видео с инфлюенсерами в качестве креатива позитивно сказалось на медийных показателях во всех размещениях

e-promo

**CTR, % (вырос на 65% и 8%)**



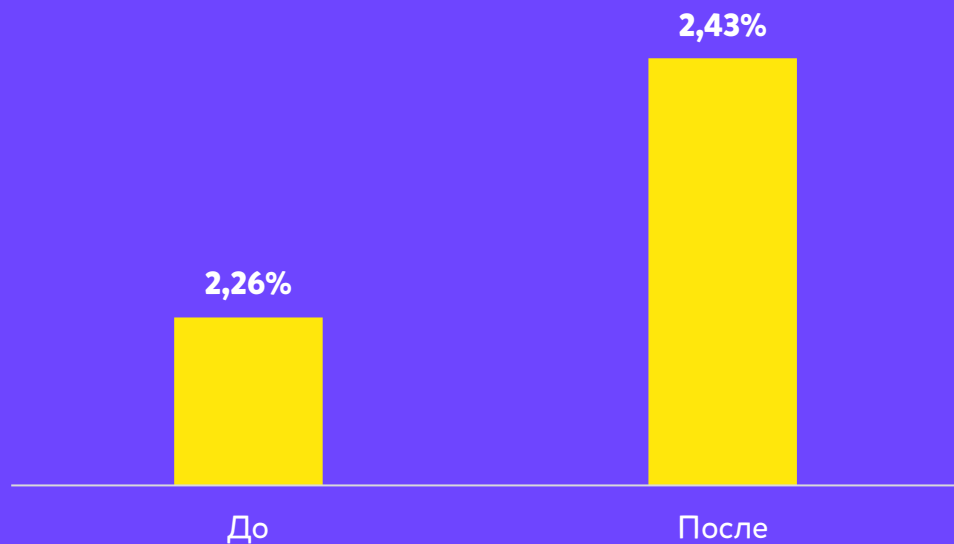
**CPC, Р (снизился на 48% и 5%)**



# РЕЗУЛЬТАТЫ: CR

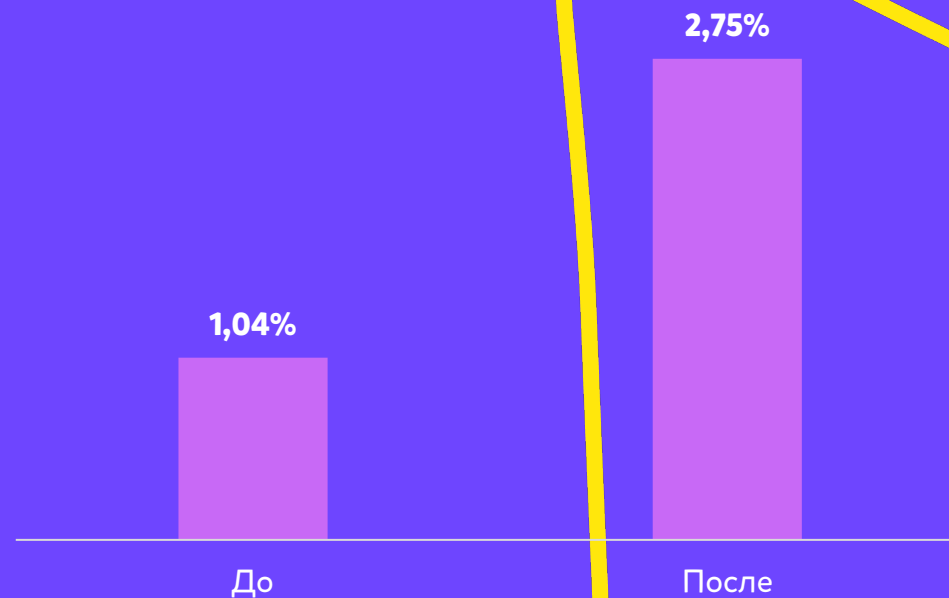
## РУМЫНИЯ

Показатель не изменился значительно, всё же показал положительную динамику. Мы связываем это с длительными предыдущими размещениями клиента в этой стране и высокой узнаваемостью здесь бренда школы в целом



## ЧЕХИЯ

Динамика CR показала рост более чем в 2 раза в период размещения

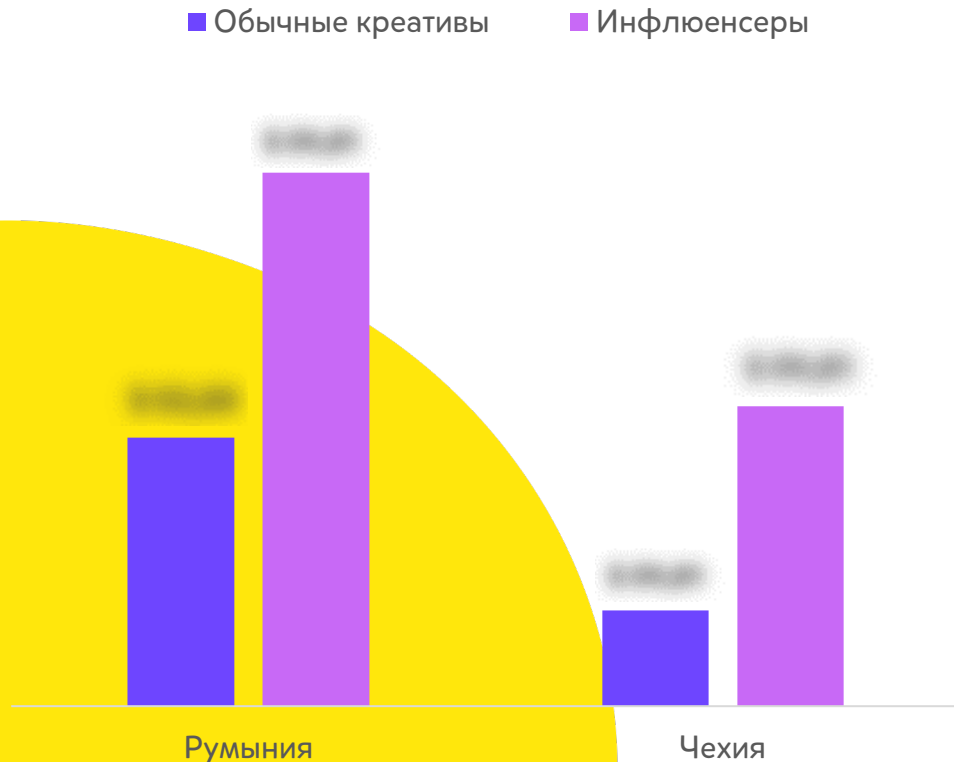




# РЕЗУЛЬТАТЫ: КОНВЕРСИИ

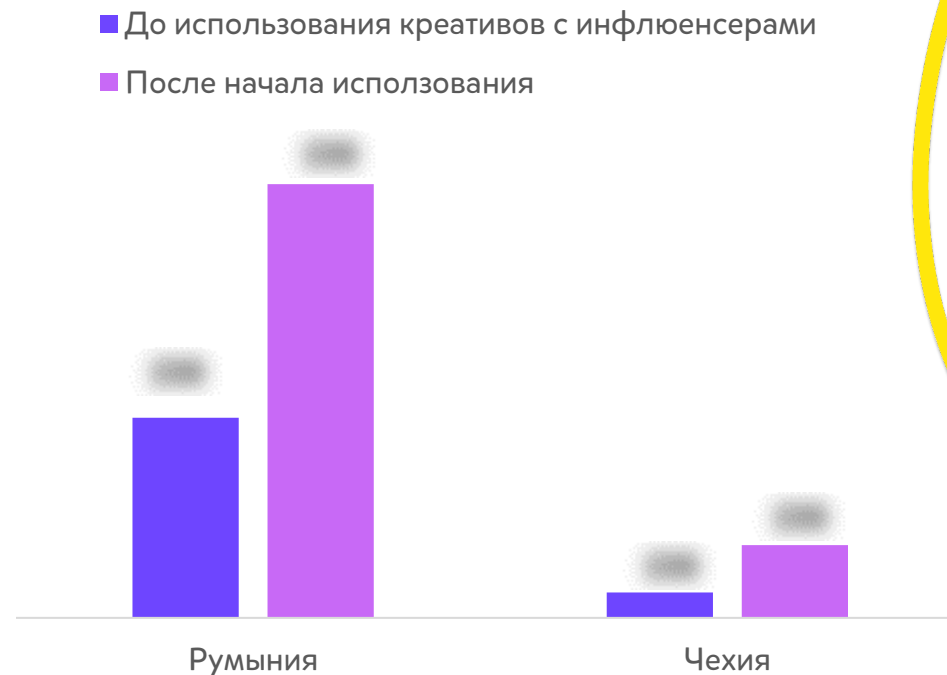
## CPL, ₺

Показатель снизился на 48% в Румынии и на 43% в Чехии



## Прирост общего количества конверсий, кол-во

Выросли в объемах конверсий в 2,16 раз в Румынии и 2,86 раз в Чехии



e-promo

# ОБЩИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

## МЕТРИКИ:

В сравнении со стандартными размещениями, кампании где в качестве креативов были использованы видеоролики с инфлюенсерами, показали:

- снижение стоимости CPC и CPL
- рост CTR
- рост эффективности рекламных кампаний по каналу

## В ЦИФРАХ:

**в 1,78 раз**

Снизили стоимость конверсии в Чехии

## АУДИТОРИЯ:

Конверсии получали с аналогичных сегментов аудитории, как и в предыдущих размещениях. При этом заметно вырос интерес и активность пользователей.

**в 2,8 раз**

Снизили стоимость конверсии в Румынии

# РЕКОМЕНДАЦИИ

Изображение знакомых аудитории блогеров на креативах помогает усилить бренд и облегчить путь к пользователям на новых рынках, а также увеличивает эффективность взаимодействия с блогерами/лидерами мнений.

## Важно:

- Качественно подбирать инфлюенсера под конкретное гео
- Контролировать медийную репутацию инфлюенсеров и избегать сотрудничества с сомнительными партнерами
- Взаимодействовать с микроинфлюенсерами: высокий уровень доверия аудитории, люди воспринимают рекламу как «совет друга»\*, более низкие цены в сравнении с крупными блогерами

\*Expertvoice отмечает, что 82% потребителей готовы приобрести товар или услугу по рекомендации микроинфлюенсера

