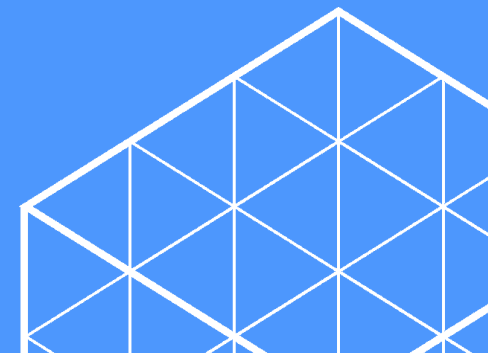




**Снижение стоимости
целевой заявки в 4,8 раз
для B2B-продукта 🔥 🔥**

Октябрь 2020-январь 2021



КЛИЕНТ – ОНЛАЙН-ШКОЛА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА SKYENG



Обратился к нам с задачей увеличить число заявок от b2b-клиентов, а также снизить их стоимость, повысив качество лидов. Под заявкой в данном кейсе мы понимаем отправку заполненной формы на сайте клиента.

8,5/10

По рейтингу Enguide
на основании
300+ отзывов*

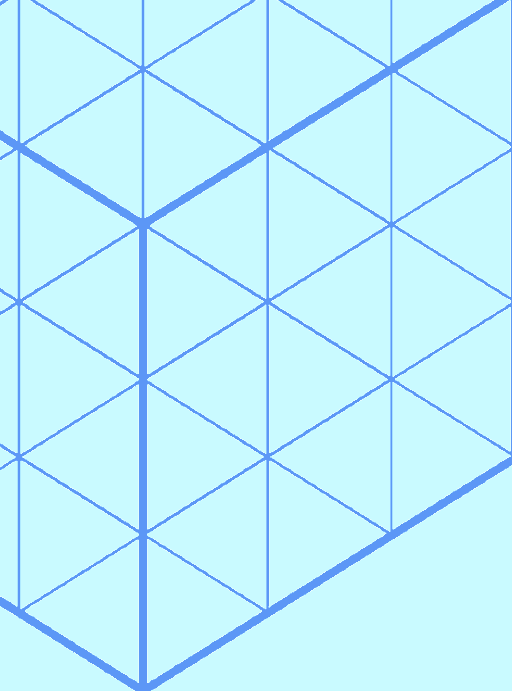
4,7/5

По рейтингу Facebook
на основании
1800+ отзывов*

13 место

В рейтинге самых дорогих
компаний рунета 2020 года
по версии Forbes

*Данные актуальны на 21.01.2021



ОБРАТИЛСЯ С ЗАДАЧЕЙ:

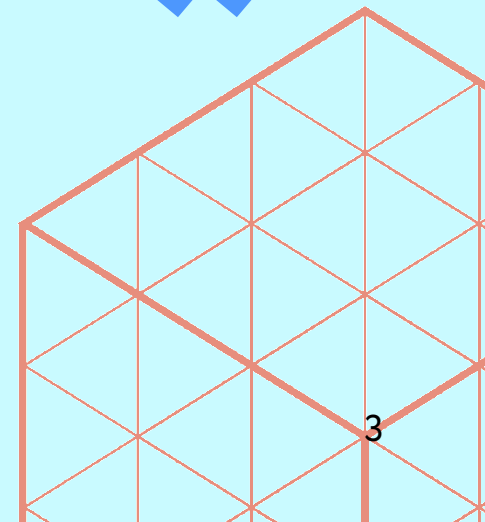


Есть потребность в масштабировании привлечения b2b-клиентов с помощью платных каналов, но на данный момент стоимость заявки неприлично высокая. Основная задача - снизить процент нецелевых заявок и стоимость целевых минимум на 50%



Сергеева Юлия

Performance marketing
manager, Skyeng B2B



НА МОМЕНТ НАШЕГО СОТРУДНИЧЕСТВА БЫЛО НЕСКОЛЬКО СЛОЖНОСТЕЙ В ПРОДВИЖЕНИИ:



Среди входящих обращений было много нецелевых заявок

Доля «недозвонов» и обращений физлиц среди лидов, полученных с помощью таргетированной рекламы достигала 40-45%.



Целевые заявки были слишком дорогими

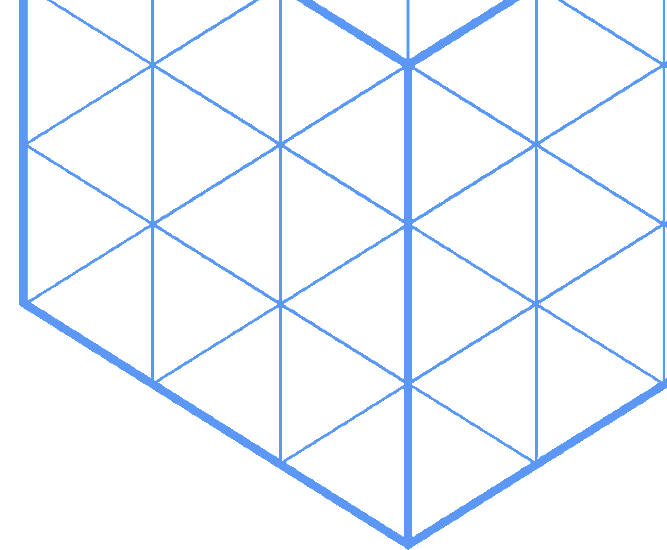
Стоимость целевого лида составляла 2х, а общая стоимость лида – 1,5х допустимой САС. Такие показатели были нерентабельными и не окупали маркетинговые бюджеты клиента



Невозможность масштабирования рекламных кампаний

из-за высокого показателя CPL (стоимости привлечения одного пользователя)

ЧТО ДОПОЛНИТЕЛЬНО ОСЛОЖНЯЛО ЗАДАЧУ 🙄



#1

Емкость b2b аудитории небольшая в сравнении с аудиторией b2c и найти ее сложнее из-за поведения пользователей в соцсетях

по данным ФНС в России 230+ тысяч предприятий малого и среднего бизнеса*
ЛПР 500-1 млн человек.

В то время как аудитория b2c исчисляется миллионами пользователей


#2

Рынок предоставления корпоративных услуг по обучению английскому языку высококонкурентный

Конкуренты постоянно совершенствуют свои продуктовые предложения, цены на образовательные услуги снижаются, ввиду выхода новых игроков на рынок

* <https://ofd.nalog.ru/statistics.html>

Для решения этих трудностей

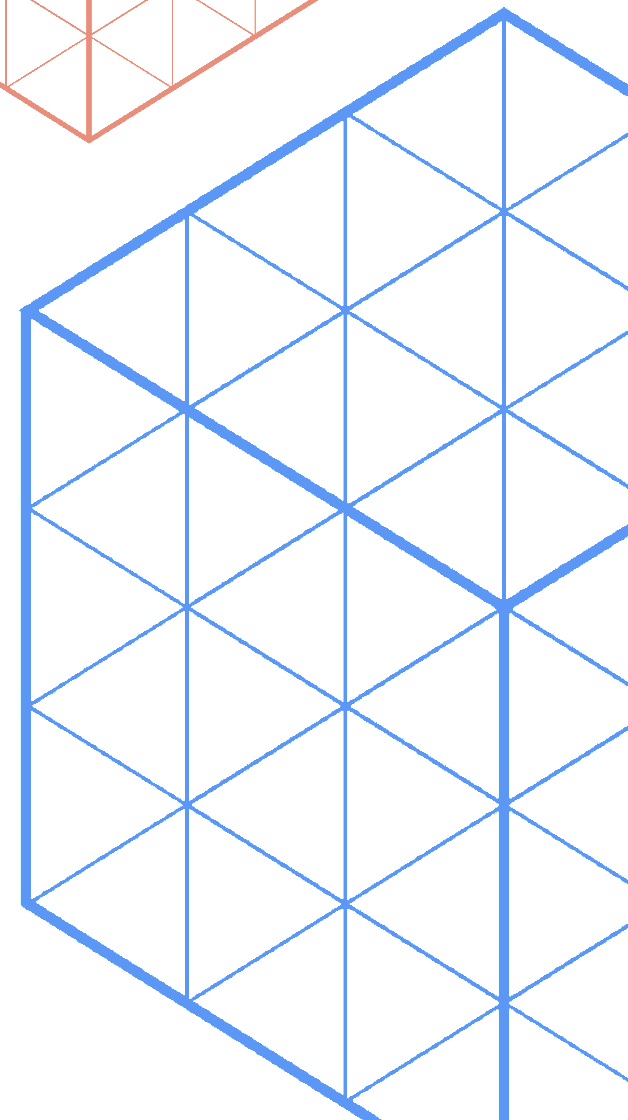
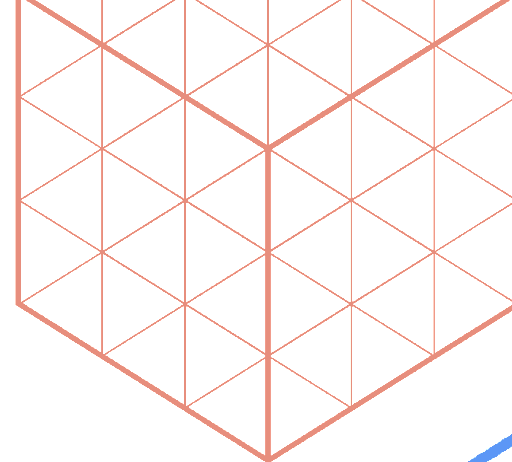
МЫ ПОГРУЗИЛИСЬ  В СПЕЦИФИКУ БИЗНЕСА КЛИЕНТА, ЕГО ВНУТРЕННИЕ ПРОЦЕССЫ, И ВМЕСТЕ ПРОАНАЛИЗИРОВАЛИ ТЕКУЩИЕ РЕКЛАМНЫЕ АКТИВНОСТИ

1. ПЕРЕРАБОТАЛИ СТРУКТУРУ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ 🧐

Рекламодатели часто ошибочно придерживаются тактики — чем больше групп/направлений объявлений, тем лучше. Для рекламных кампаний в Facebook такой подход не работает: процесс обучения системы не может завершиться. А это значит, что площадка не будет располагать качественной статистикой и, как следствие, не сможет эффективно работать с аудиторией.

Что сделали:

- Убрали деление на плейсменты
- Убрали деление на гео, мобильный/ десктопный трафик
- Объединили похожие таргетинги (аудитории с высоким пересечением) в одну группу объявлений




ТАК МЫ УСКОРИЛИ ОБУЧЕНИЕ ПЛОЩАДКИ

А ТАКЖЕ ИЗБЕЖАЛИ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ АУДИТОРИЙ, ПОДОРОЖАНИЯ СТАВОК И, КАК СЛЕДСТВИЕ, ЦЕНЫ ЗА КОНВЕРСИЮ

Протестировали:

- 3 формата сбора данных (сайт, квиз, lead ads)
- более 10 таргетингов
- разные способы закупки и оптимизации

в 10 раз 
снизили кол-во активных групп
объявлений (с 50+ до 4х)

2. ПРОАНАЛИЗИРОВАЛИ КРЕАТИВЫ И УТП КОНКУРЕНТОВ 🤔

Сайты:

Лидирующими УТП были отзывы, собственные методики и подходы к обучению, а также бесплатный вводный урок или доступ к демо-версии кабинета. Skyeng тоже предоставлял возможность пробного урока, но не транслировал это преимущество при продвижении для B2B-аудитории

Креативы:

В креативах конкуренты придерживались сдержанной тематики: офисный корпоративный стиль, образы успешной компании

The collage features three advertisements. The top one is for EnglishDom, titled 'Корпоративный английский' (Corporate English), with a man in a suit looking at a phone. The middle one is for American Club of Education, titled 'АНГЛИЙСКИЙ ДЛЯ БИЗНЕСА' (English for Business), showing a classroom scene. The bottom one is also for EnglishDom, titled 'Корпоративный английский онлайн' (Corporate English Online), showing a woman in a business setting. A green banner at the bottom of the bottom ad says 'Пробный урок бесплатно' (Free trial lesson).

EnglishDom
ВДОХНОВАЕМ ВЫУЧИТЬ

Корпоративный английский

Подберем курс под задачи компании и сотрудника

- Занятия онлайн удобно встроить в график
- Кабинет руководителя для контроля прогресса сотрудников

American Club of Education

АНГЛИЙСКИЙ ДЛЯ БИЗНЕСА

КОРПОРАТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ В AMERICAN CLUB

- Работаем с 1997 г. Обучили более 500 компаний
- 30 специальных программ
- Обучение онлайн, офлайн или в микс-формате

EnglishDom
ВДОХНОВАЕМ ВЫУЧИТЬ

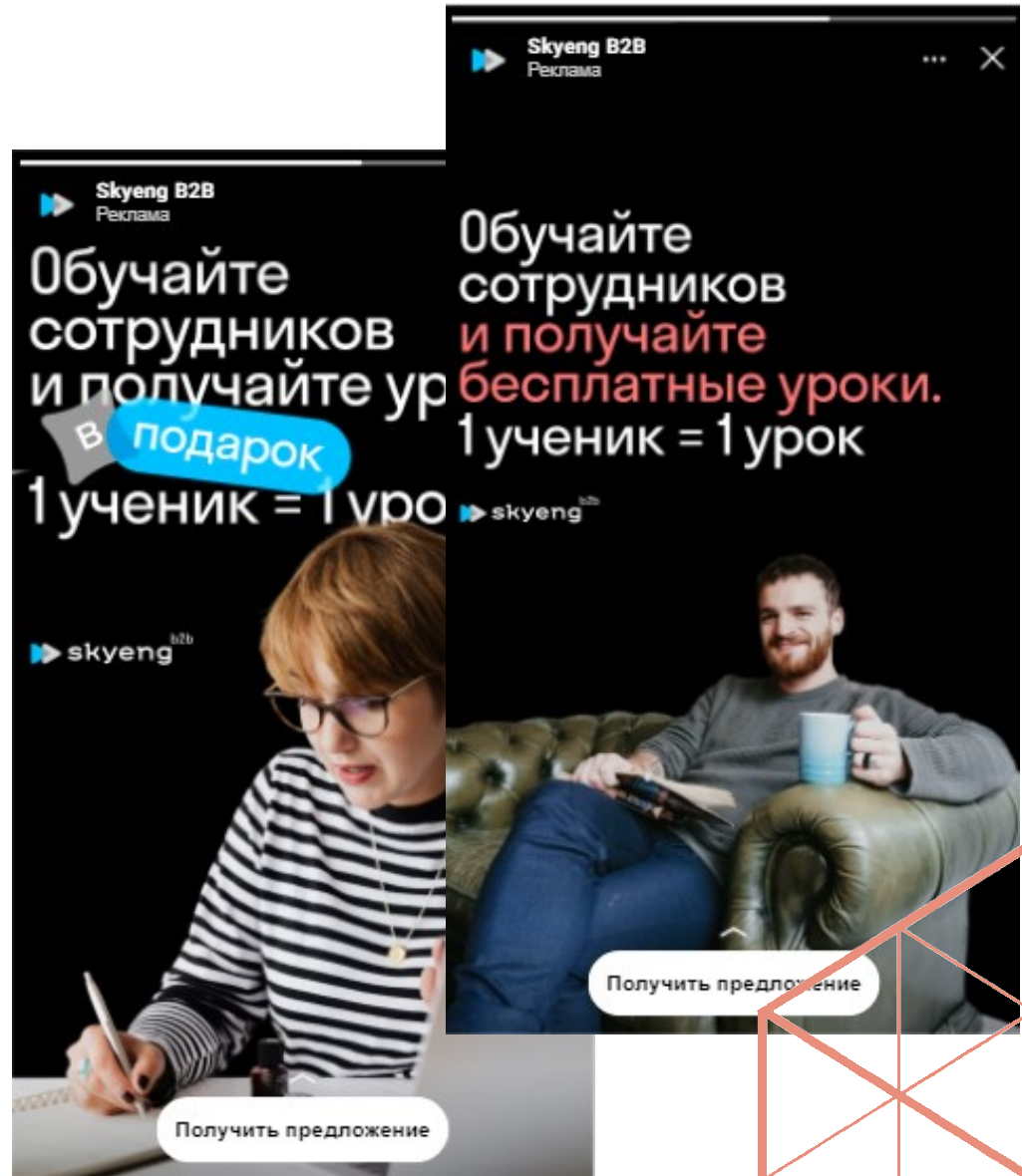
Корпоративный английский онлайн

Пробный урок бесплатно

ВЫЯВИЛИ В ТЕКУЩИХ КРЕАТИВАХ КЛИЕНТА НЕСКОЛЬКО НЕДОЧЕТОВ 🤔

- Креативы не давали пользователю понимания, о каком продукте идет речь
- Выглядели несовременно стилистически
- Отсутствовал прямой зрительный контакт героев баннеров и аудитории
- Отсутствовало понятное УТП для потенциальных клиентов
- Количество креативов в ротации было недостаточным

🔗 примеры креативов клиента



МЫ ИЗМЕНИЛИ ПОДХОД К КРЕАТИВАМ



#1 Увеличили их количество с 1 до 7

принципиально отличных по посылу, офферу и формату для разных групп аудитории

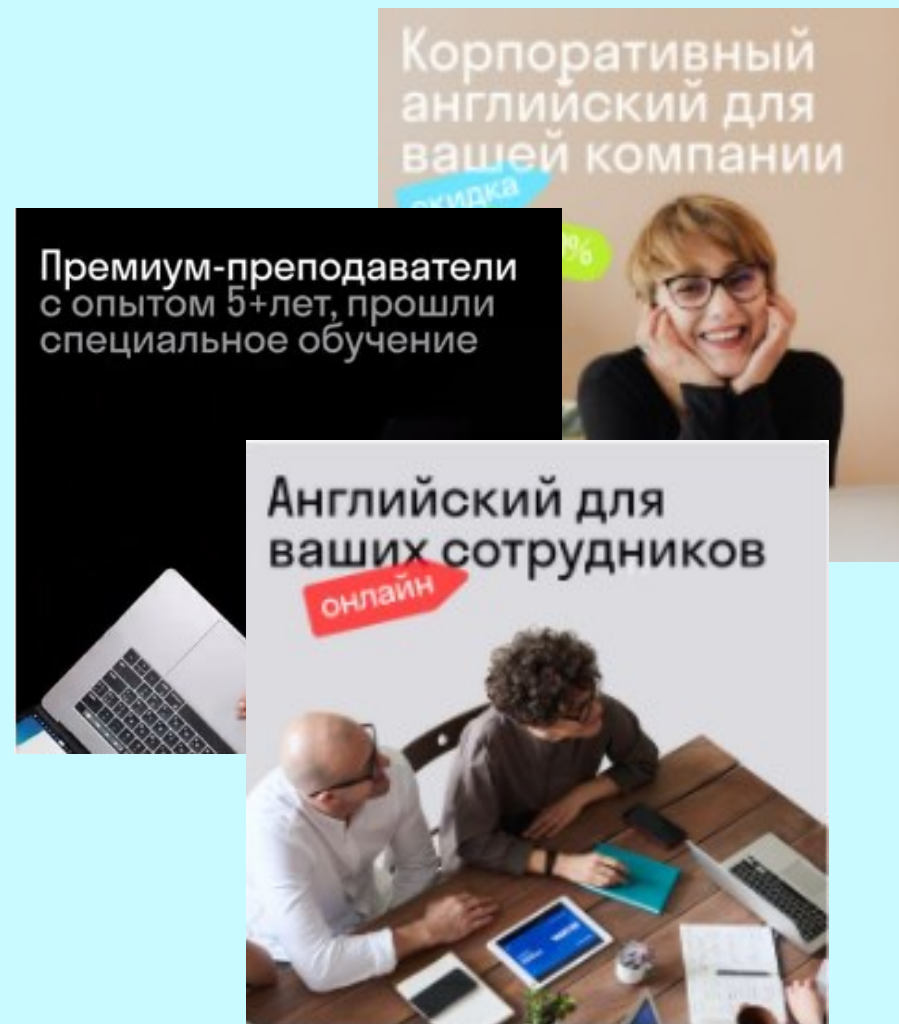
#2 Сформировали привлекательное УТП

«премиум тариф» с эксклюзивными преимуществами, например, связь с преподавателем вне занятия

#3 Расширили число используемых форматов: добавили видео, карусель, сформировали 3 оффера:

- премиум
- общий
- для бизнес-целей (удерживайте сотрудников / работайте с зарубежными партнерами и пр.) *

* По данным клиента это были самые популярные причины покупки услуги среди ЦА



53%

всех заявок
пришли с этого
баннера

0,23%

CTR (при среднем CTR
остальных креативов 0,27%)

САМЫМ УСПЕШНЫМ СТАЛ СТАТИЧЕСКИЙ БАННЕР С ПРЕМИАЛЬНЫМ ОФФЕРОМ

Skyeng B2B
Реклама (демонстрация) · 🌐

Узнайте, сколько стоит обучить ваших сотрудников английскому языку. Оставьте заявку, и мы подготовим для вас коммерческое предложение.

Премиальный тариф для вашей компании

Удобный график — занятия в подходящее для вас время

Индивидуальный план обучения даже для задач в специфических сферах

Премиум-преподаватели с опытом 5+ лет, прошли специальное обучение

Для тех, кто привык к лучшему. Подробнее

Для тех, кто привык к лучшему. Подробнее

Для тех, кто привык к лучшему. Подробнее

Нравится · Комментировать · Поделиться

3. ИЗМЕНИЛИ ПРОЦЕСС ПЕРВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОЛЬЗОВАТЕЛЕМ 🤔

Ранее:

При клике на рекламное объявление потенциальный покупатель попадал на страницу сайта клиента с формой заявки.

Чтобы дополнительно обратить внимание посетителей сайта на то, что услуга КОРПОРАТИВНАЯ, клиент самостоятельно проработал форму заявки, добавив в нее пункт о номере ИНН. Но доля нецелевых заявок от «физиков» не падала.

Ваши данные

Оставить заявку

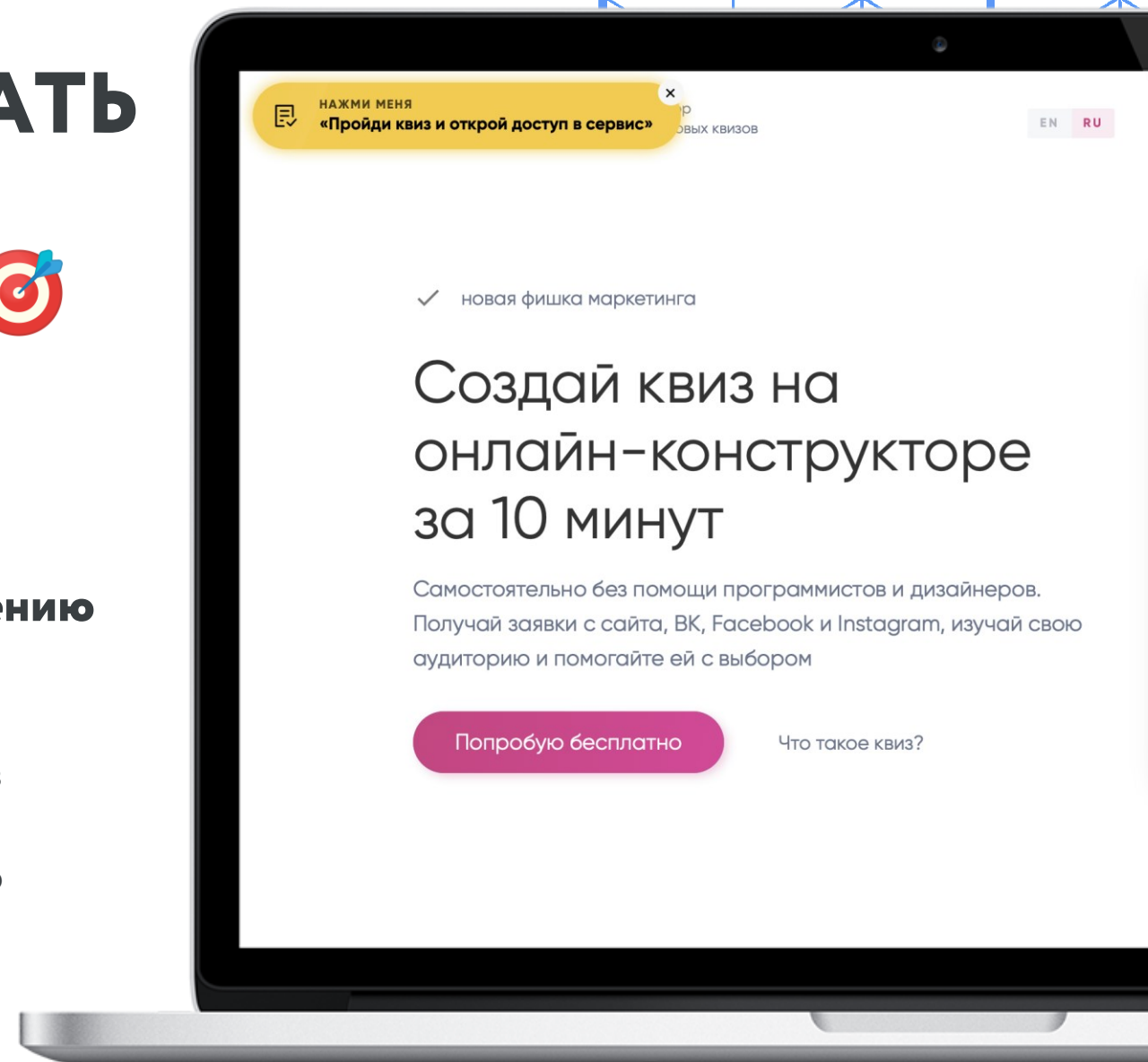
Оставляя заявку, вы принимаете [условия соглашения](#)

МЫ НАЧАЛИ БРИФОВАТЬ КЛИЕНТОВ ОНЛАЙН С ПОМОЩЬЮ КВИЗА

Чтобы максимально снизить число заявок от физлиц мы переработали подход к получению данных от пользователей.

Мы предложили клиенту повысить качество первичного скоринга заявок с помощью внедрения системы опросов Марквиз в форму заявки.

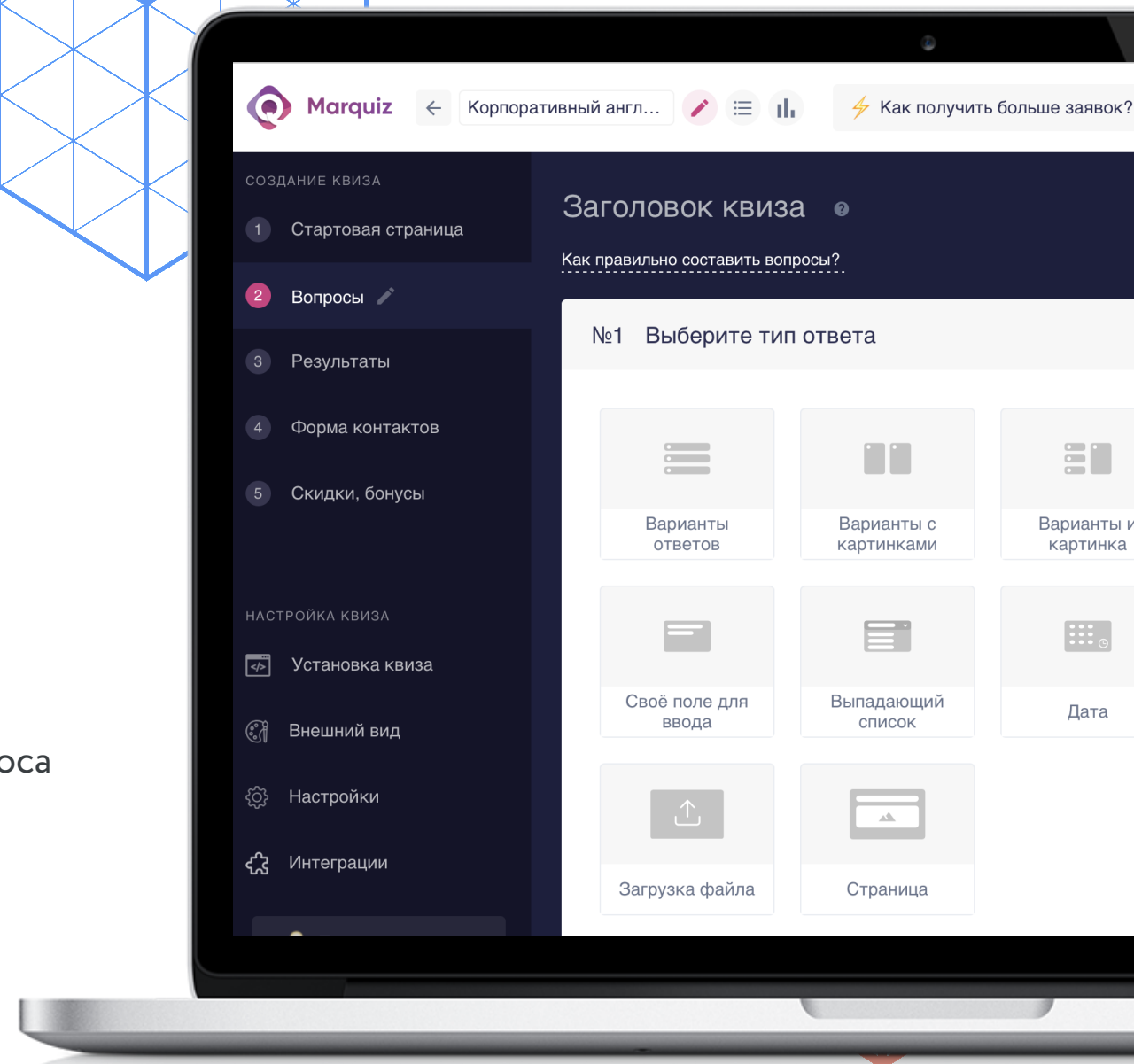
Формат опроса повышает вовлечение, сокращая барьер первого контакта и обращая больше внимания пользователей на B2B-характер предложения.



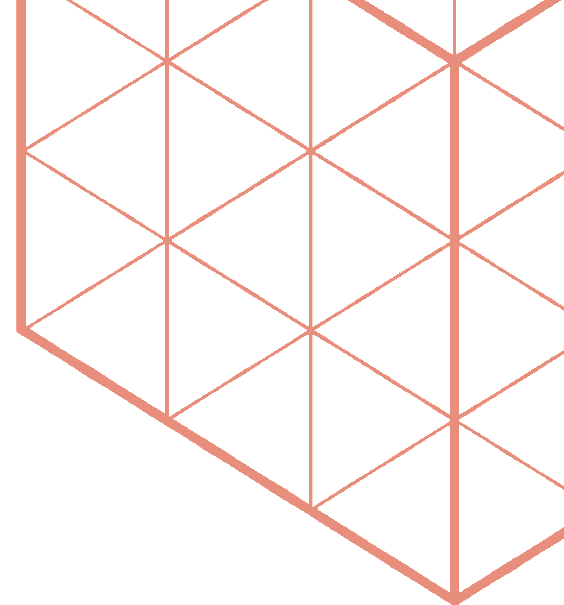
MARQUIZ – ЭТО КОНСТРУКТОР МАРКЕТИНГОВЫХ КВИЗОВ

Возможности сервиса:

- Система ветвления вопросов (если ... то)
- Большой выбор форматов ответа
- Возможность предусмотреть разное завершение опроса в зависимости от ответов пользователей
- Удобный редактор и большая библиотека



ПРОВЕЛИ ТАКТИЧЕСКУЮ СЕССИЮ С ОТДЕЛОМ МАРКЕТИНГА И ОТДЕЛОМ ПРОДАЖ



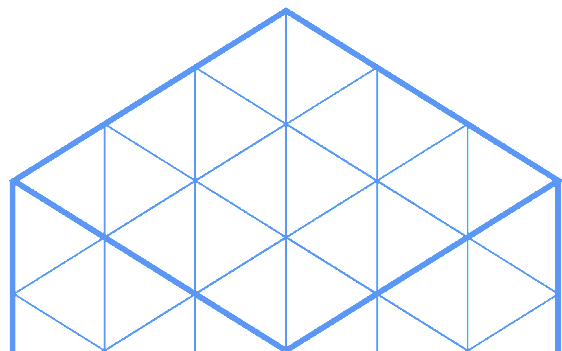
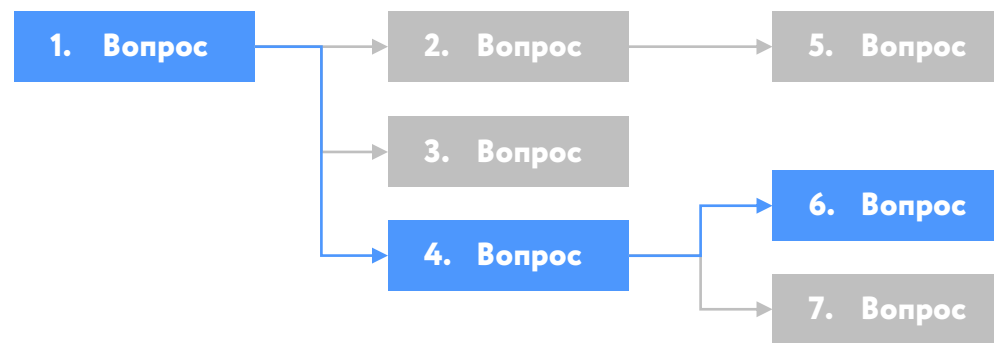
Узнали:

- Какую информацию запрашивают у пользователя при первом общении
- По какому критерию клиент классифицируют заявки
- Критерии для целевого качественного лида

Разработали (совместно с клиентом):

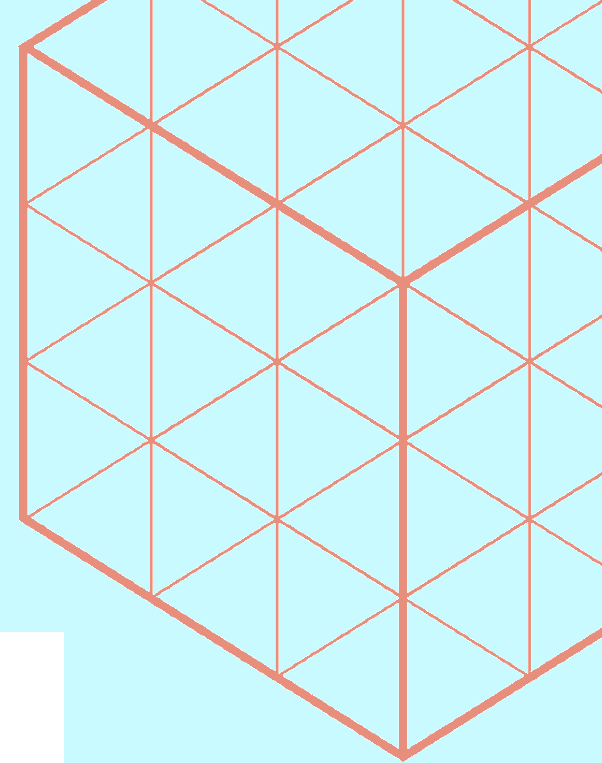
Блок-схему для квиза с вопросами и движением пользователя

- 5 простых и четких вопросов
- 2 пути пользователя в зависимости от должности и кол-ва потенциальных студентов



Так как входящие обращения часто поступали от лиц не принимающих решение о заключении договора, сотрудник указавший, что он потенциальный «студент» в своей компании, попадал на специальную «заглушку». Это позволило:

- Удержать внимание потенциального клиента
- Не платить за заявку
- Несколько веток опросов не позволили «посторонним» пользователям дойти до самой формы заявки



Вы представляете компанию?

Да, я HR (HR-директор, HR-менеджер, Head of HR)

Да, я занимаюсь вопросами обучения сотрудников

Да, я Владелец бизнеса

Да, я Директор по развитию

Да, я Директор департамента

Нет, но я хочу обучаться с корпоративной скидкой

Пользователь проходит дальше

Опрос заканчивается

Благодарим за ваш интерес к компании Skyeng. поделитесь данной ссылкой с представителем вашей компании для подключения к корпоративному тарифу

Далее еще раз подчеркиваем специфику продукта (B2B), вовлекаем пользователя, задавая ему легкие не обязывающие вопросы, на которые он сможет быстро дать ответ. Собираем данные для расчета коммерческого предложения, а также внутренней классификации клиента.

Сколько сотрудников в вашей компании?

1 - 30

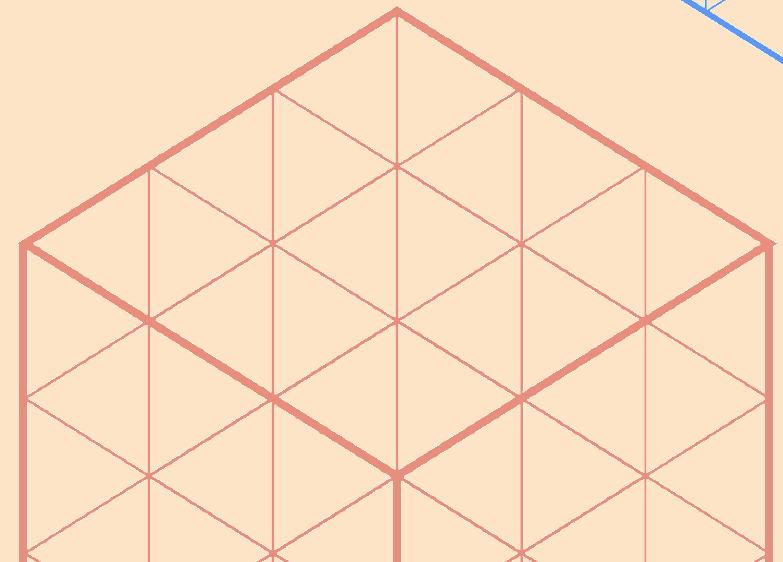
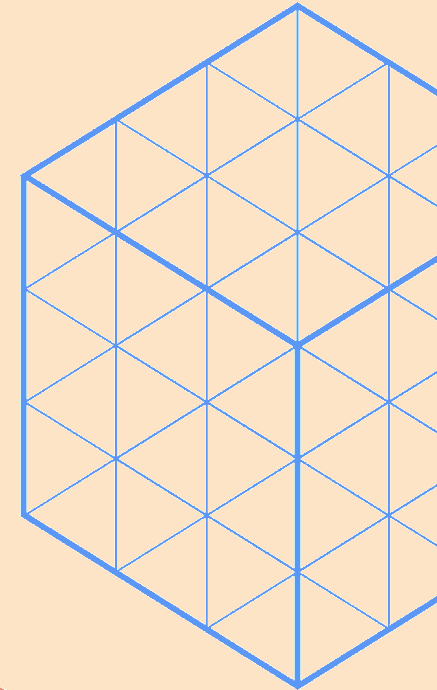
31 - 300

301 - 3 000

Более 3 000

Клиенту было важно знать название компании уже на этапе первичного скоринга. Мы включили этот пункт в основной пул вопросов (до формы заявки контактами).

Это помогло зрительно уменьшить количество полей в форме и подсознательно облегчить ее восприятие пользователем.



Дополнительно включили уникальное предложение клиента в пул вопросов на финальном этапе. Так мы еще больше подогрели интерес перед самым важным действием – отправкой контактов

Знаете, что со Skyeng можно обучать сотрудников без затрат для бюджета компании?

Да

Нет, расскажите мне о программе Лояльности

[←](#) [Далее →](#)

93% ЦА не знали о программе, были заинтересованы опцией и заполнили заявку до конца

Чтобы окончательно убедить пользователя в правильности решения, добавили информацию об акциях, бонусах и доп. возможностях прямо на страницу с формой.

Благодарим за ответы! Остался всего 1 шаг.

95%

Заполните форму, и менеджер свяжется с вами, озвучит все условия, а также расскажет о текущих акциях и специальных предложениях.

ВВЕДИТЕ ИМЯ



Имя



ВВЕДИТЕ ТЕЛЕФОН

Страна



+7



Введите номер *

ВВЕДИТЕ EMAIL

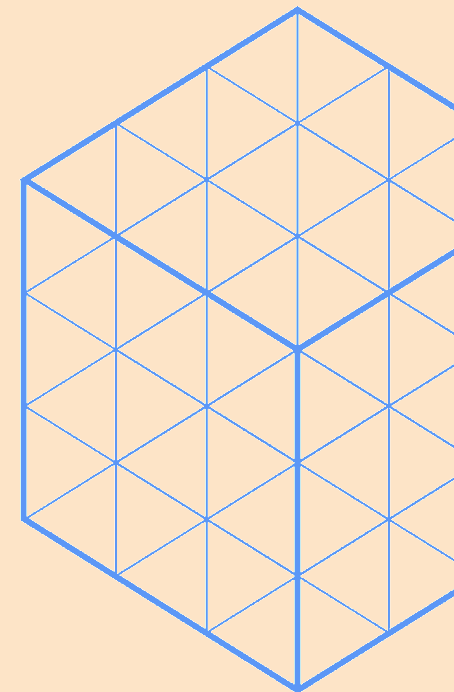


mail@example.com



 Отправить

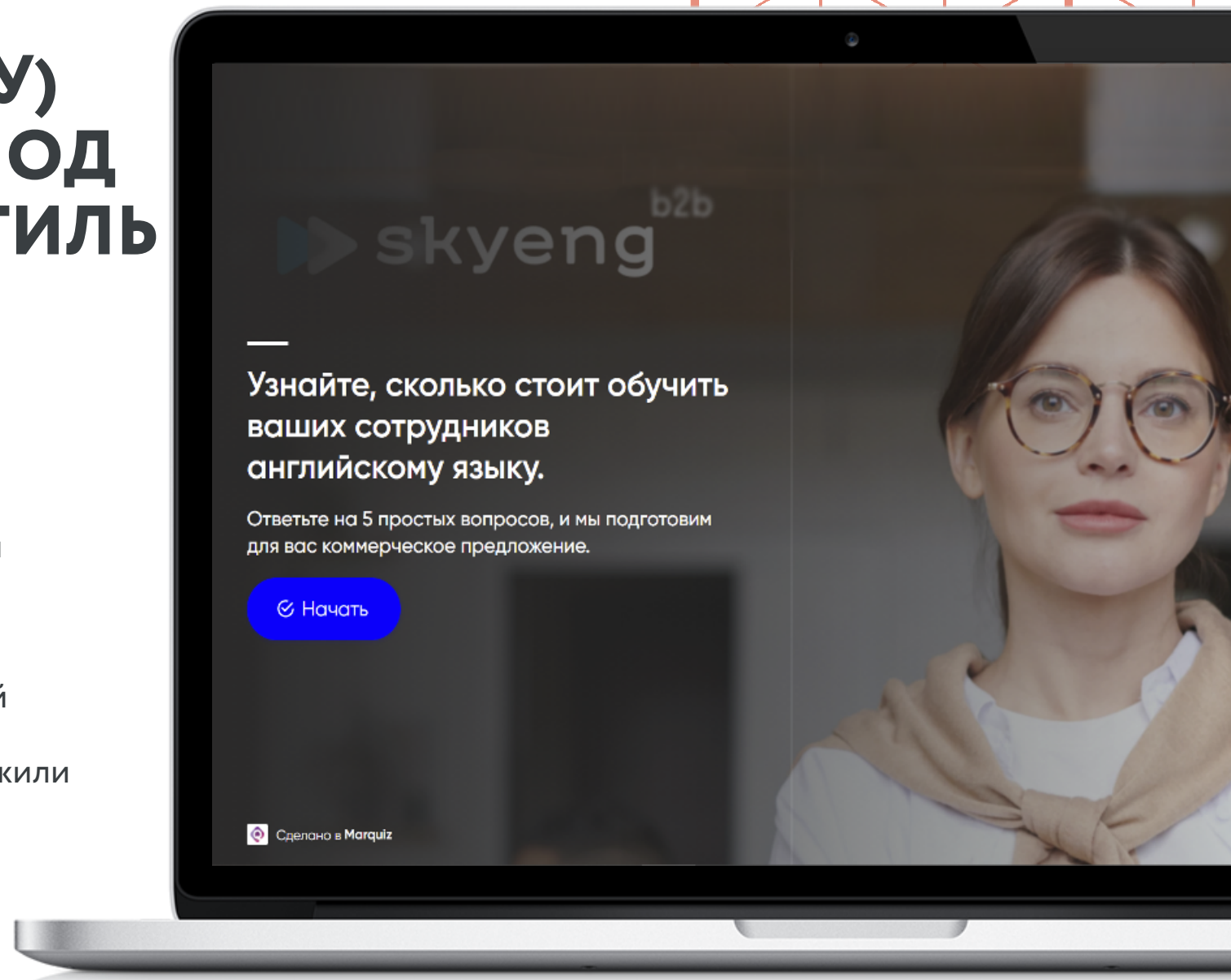
С политикой конфиденциальности ознакомлен(а)



СТАРТОВУЮ СТРАНИЦУ(ОБЛОЖКУ) КВИЗА ОФОРМИЛИ ПОД КОРПОРАТИВНЫЙ СТИЛЬ КЛИЕНТА

Чтобы не испугать аудиторию переходом на сторонний ресурс, совместно с клиентом мы максимально оформили страницу под фирменный стиль Skyeng:

- использовали корп. цвета, логотип
- подобрали релевантное образовательной тематике изображение
- сформировали интересный СТА: предложили получить быстрый расчет КП

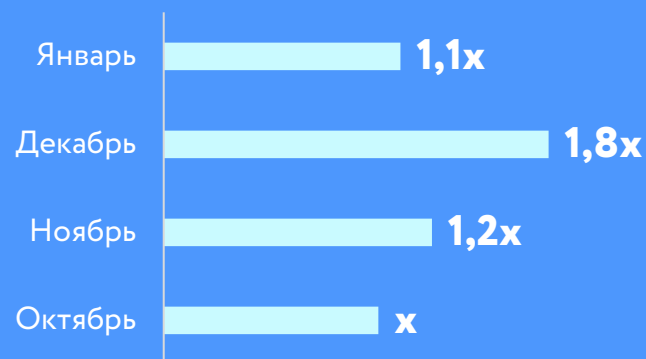


Результаты проекта 🔥 🔥

х 1,8

Максимальный рост бюджета за 3 месяца (октябрь-январь)

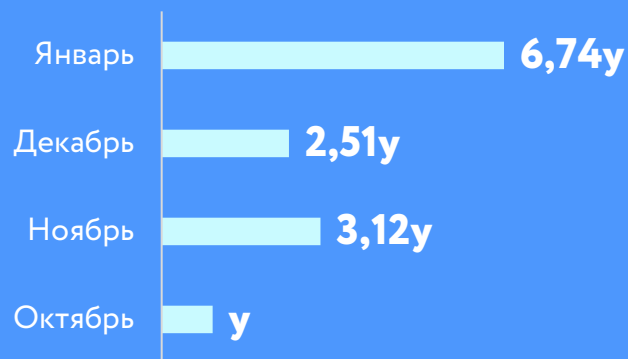
Бюджет, тысяч руб.



х 6,74

Увеличили конверсию в целевую заявку

CR в целевую заявку, %.



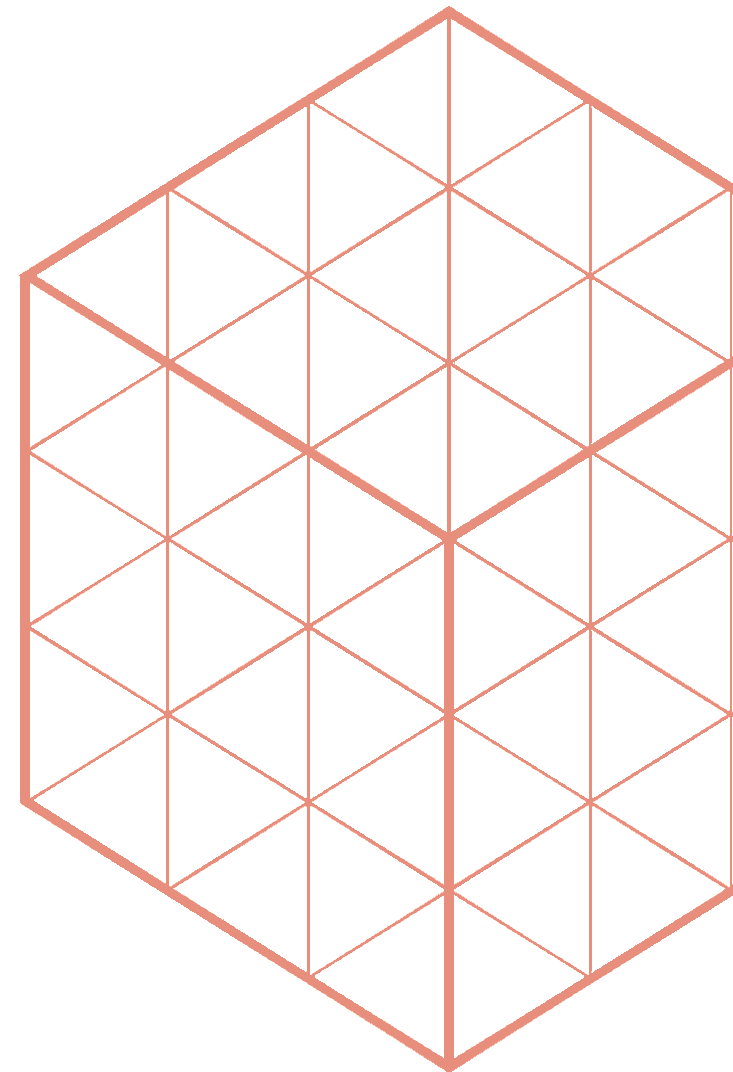
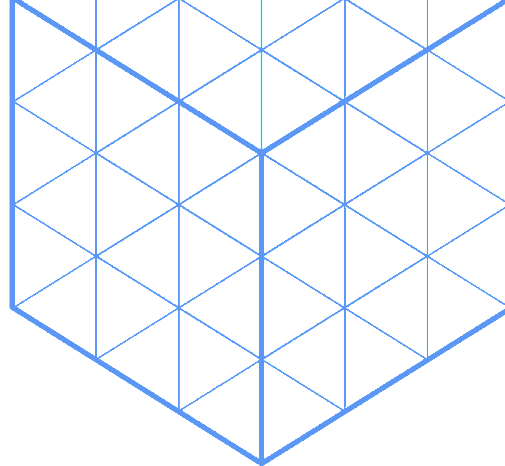
х 4,8

Снизили стоимость целевой заявки

CPL, руб.



КОМАНДА ПРОЕКТА



-
- Дмитрий Овчиников, Senior account manager , E-Promo
 - Юлия Мальцева, Paid Social specialist , E-Promo
 - Валерия Савельева, СМО, E-Promo
 - Юлия Сергеева, Performance-marketing manager, Skyeng b2b

