

Олексин Ангеліна Віталіївна



Спеціаліст з налаштування таргетованої реклами в Facebook, Instagram, Tik Tok. В сфері маркетингу працюю з 2019 року. Улюблена ніша – інфобізнес, e-commerce. Є скромний досвід роботи з бюджетами від 50 000\$ на місяць. Постійно розвиваюся та вивчаю щось нове.

Програмне забезпечення, яким користуюсь (Список постійно розширюється):

- вмю працювати зі всіма інструментами в межах рекламних кабінетів Tik Tok і Meta;
- вільно користуюсь графічним пакетом від Adobe, Figma;
- неодноразово створювала сайти на Tilda;
- працюю з GTM, Google Analytics, Яндекс Метрика, LiveDune;
- активно застосовую програмне забезпечення для планування в будь якій сфері. Наприклад Trello, Mind maps;
- в процесі вивчення мови програмування Python, яку можна використовувати для аналітики та створення чат-ботів.

Навики, які застосовую в роботі:

- аналіз цільової аудиторії;
- аналіз конкурентів та їх стратегії просування;
- аналіз існуючих рекламних компаній на будь яких платформах і оцінка їх результативності;
- створення воронки продаж та стратегії просування;
- створення або підготовка сайтів для прийому трафіка;
- створення рекламних креативів;
- написання контент плану, робота з текстами і графічним блоком;
- ведення сторінок в соціальних мережах;
- налаштування рекламних компаній, аналітики, установка пікселя;
- масштабування РК і покращення результативності.

Кейс

Таргетована реклама в Tik Tok для онлайн-школи Easy plus

Маленький спойлер:

- запуск нового каналу трафіка – Tik Tok
- зниження вартості ліда з 18 до 4 гривень

- збільшення об'єму продаж з 260 000 до 370 000 гривень за 1 місяць.

Про проект:

Освітній проект присвячений розвитку особистого в бренду Tik Tok. Автором курсу виступає Аня Сіналеєва, блогер із загальною підписною базою 300 000 осіб.

Цей кейс насправді є описом невеликої частини того, що робила наша команда. У ньому я розповім про ту сходинку, яка допомогла Ані зменшити кількість витрат, збільшити прибуток і згодом зайняти перше місце у сфері онлайн навчання з розвитку комерційних облікових записів у Tik Tok.

Завдання:

- запустити таргетовану рекламу на новій платформі – TikTok.
- зробити вартість реєстрації на безкоштовний вебінар нижче, ніж у Facebook та Instagram.
- уникнути просідання ROAS.
- збільшити кількість продаж курсу.

Проблема: продукція заборонена правилами, а в Tik Tok ручна модерация.

Воронка:

Воронка продаж була побудована на стандартній, але робочій схемі через безкоштовний автовебінар та лід магніт. Суть полягала в тому, що після того, як людина потрапляє на сайт і реєструється на вебінар, ми отримуємо номер телефону та пошту. Після чого перенаправляємо в один із чат-ботів на вибір (Telegram, Whatsapp, Viber).

Чат-бот та пошту ми використовували для подальшого прогрівання за допомогою ланцюжка листів. Звичайно, тексти листів/повідомлень відрізнялися та адаптувалися під кожен платформу окремо.

Варто згадати, що в якості лід-магніта використовували чек-лист, доступ до якого користувач отримував відразу після реєстрації. Також після закінчення вебінару всім, хто підписався на розсилку, ми відправляли гайд. Після цього відділ продажів телефонував на кожен номер і під час розмови пропонував придбати основний курс вартістю 9 250 гривень або гайд вартістю 200 гривень. Оскільки аудиторія, з якою ми здебільшого працювали – блогери та бізнесмени, то телефонні дзвінки носили характер індивідуальної консультації.

Основні джерела трафіка:

- Таргетована реклама в Tik Tok, Facebook, Instagram.
- Блог Ані в Tik Tok і Instagram.

Головна ціль воронки – підписати користувача у чат-бот і привести його на безкоштовний вебінар.

Процес реалізації:

З продуктом знайомі давно, ще із зародження ідеї створення школи, тому, насамперед ми склали повноцінну стратегію просування. Далі взялися до складання сценаріїв для креативів. Після чого було запущено рекламні кампанії. А далі все по-старому. Багато таблиць, цифр, аналітики та результат!

Результат:

Спочатку вартість реєстрації в Tik Tok була 11 гривень. Тобто на 7 гривень нижче, ніж у Facebook. Із завданням впоралися, але продовжили шукати нові зв'язки для зменшення вартості ліда. Через місяць активної роботи ціна за реєстрацію впала до 4 гривень. А продажі зросли з 260 000 до 370 000 при такому ж обсязі трафіка. Тобто вартість закупівлі трафіка знизилася, а якість вхідних заявок зросла:)

Контакти

Для того, щоб задати питання або отримати більше кейсів разом із скріншотами зв'яжіться зі мною будь яким комфортним способом:

Телефон: 0977902578

Пошта: lina.oleksin@gmail.com

Telegram: @ksi_lina