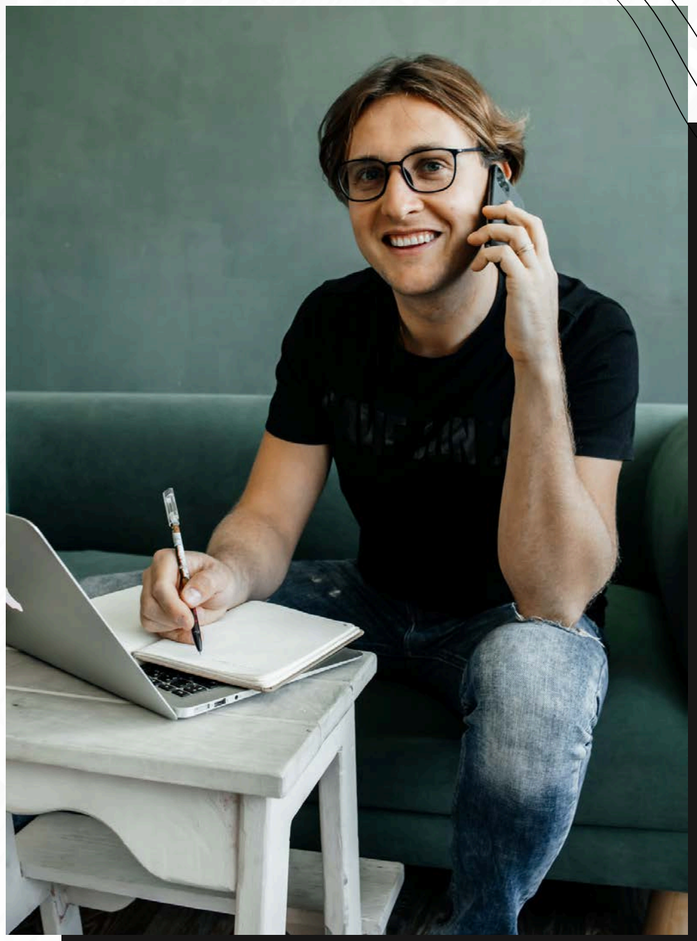
KAPIBARA

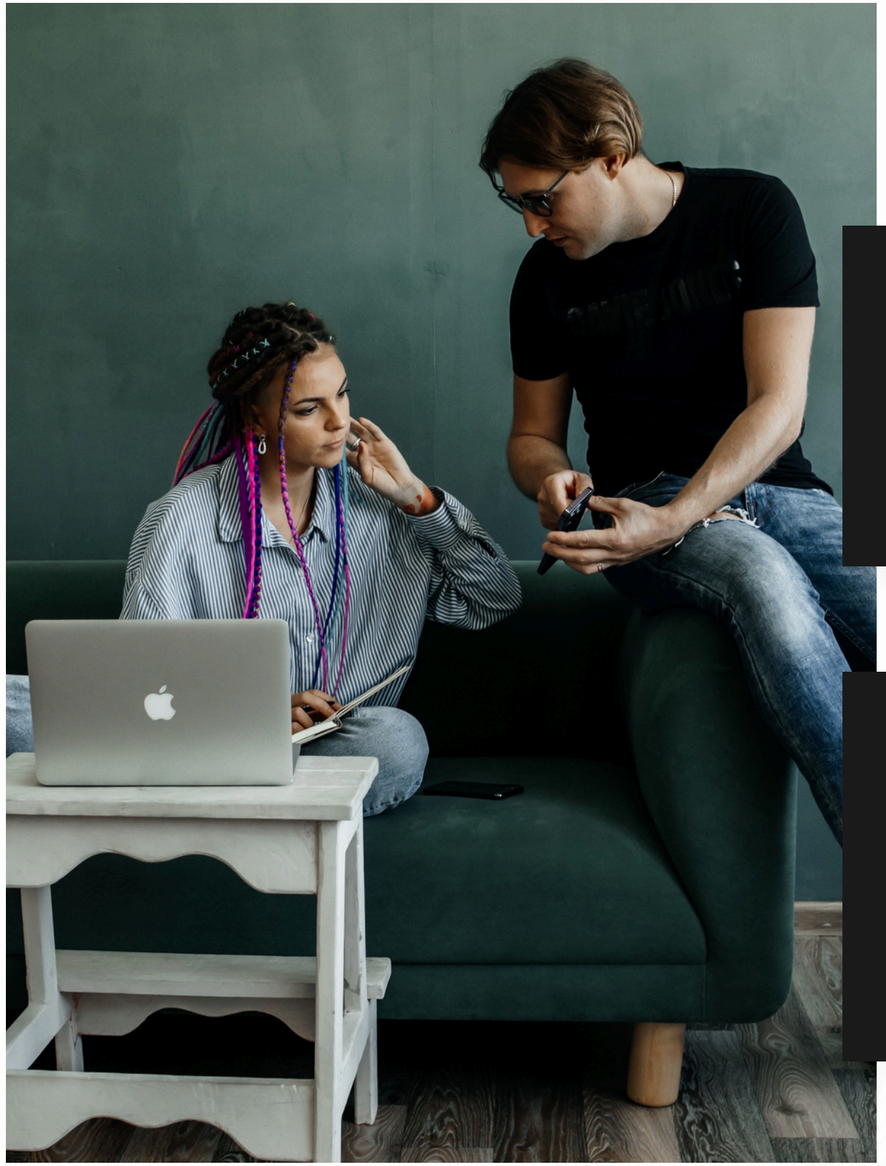
маркетинговое агентство

Продвижение в сети Интернет

Новый взгляд на привычные задачи

2 Оглавление
3 Миссия
4 Наши ценности
5 Наши услуги
6-11 Кейс Продажа техники Apple через Telegram
12-13 Кейс Продвижение Telegram-канала эксперта по флиппингу
14-15 Кейс ASKLETION. Медицинская компания в Турции.
16-17 Кейс Запуск онлайн-школы "I like SMM"
18-22 Кейс Продажа деревянных пазлов на европейском рынке
23-25 Кейс Продвижении строительной компании в ВКонтакте
26-28 Кейс Курс по графическому дизайну от компании"Fabrika"
29-31 Кейс Лиды из ВКонтакте с чеком 4 000 000₽
32-34 Кейс Сопровождение родов в Бразилии
35-39 Кейс Запуск с элементами автогеймификации
40-43 944 подписчика в Telegam-канале с нуля для ERUMWAY
44 Skinethicnyc. Восстановление кабинета и запуск рекламы.
48 Основатели агентства
49-54 Наша команда
55 KAPIBARA - наша онлайн-школа
56 Контакты





МИССИЯ

Мы создаём сильные и эффективные стратегии продвижения для наших клиентов, которые будут увеличивать их видимость в сети Интернет, привлекать новых клиентов, повышать продажи и укреплять их бренд.

Мы предоставляем качественные услуги по управлению социальными сетями, созданию контента, рекламным кампаниям и аналитике, чтобы вы могли сосредоточиться на своём бизнесе, а мы заботились о продвижении продуктов и услуг в сети Интернет.

НАШИ ЦЕННОСТИ

Аналитика

Постоянный мониторинг и анализ результатов продвижения, чтобы оптимизировать стратегию и достигать наилучших результатов.

Качественный контент

Создание качественного и уникального контента, который будет привлекать внимание целевой аудитории.

Инновации

Постоянное изучение новых технологий и инструментов для оптимизации процессов продвижения и улучшения результатов.

Клиенты

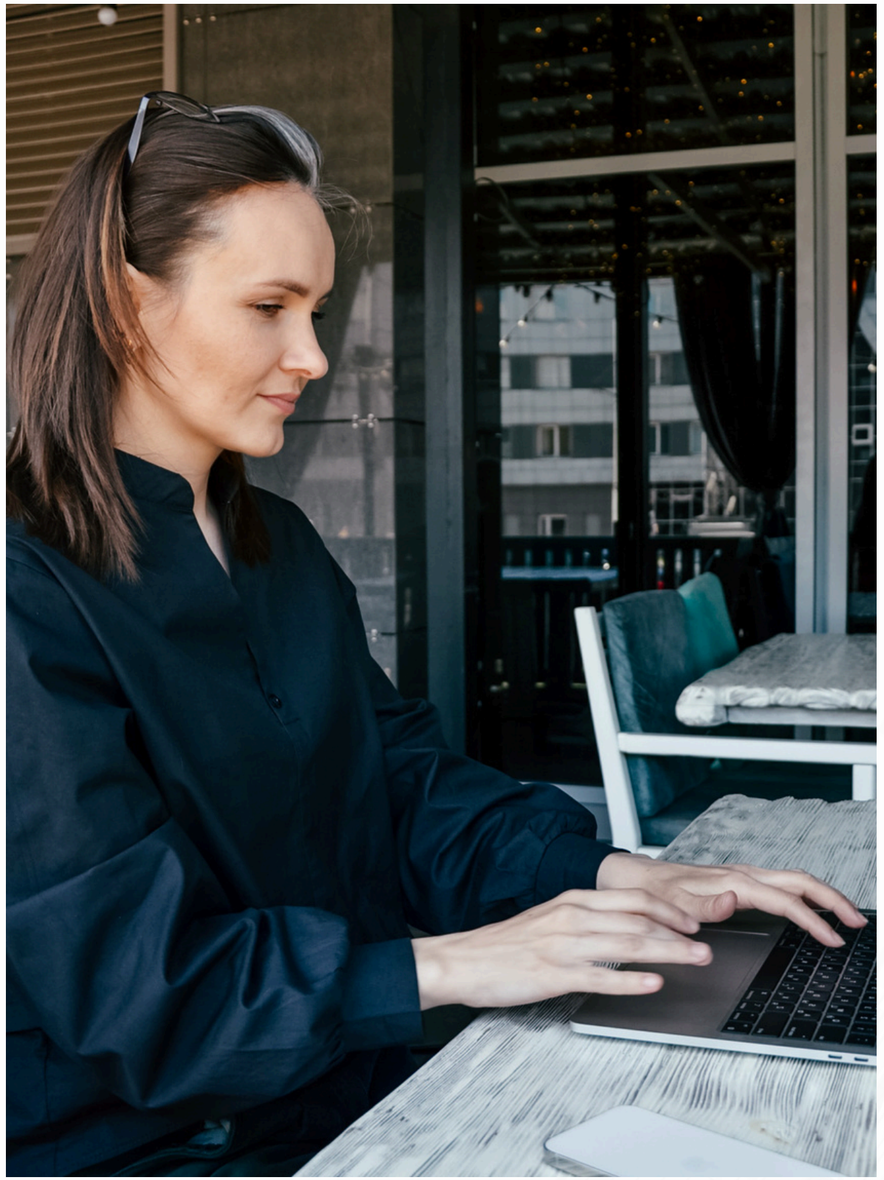
Фокус на потребностях и ожиданиях клиентов, чтобы создавать и реализовывать стратегии, которые будут достигать их бизнес-целей.

Коммуникация

Умение эффективно общаться с клиентами, целевой аудиторией и коллегами внутри агентства, чтобы достигать общих целей.

Команда

Создание и поддержание работающей команды профессионалов, которые будут эффективно реализовывать стратегии продвижения и достигать общих целей.



УСЛУГИ

- Разработка маркетинговой стратегии.
- Создание и настройка чат-ботов и автоворонок.
- Дизайн и оформление.
- Аудит аккаунтов, анализ конкурентов и консультации.
- Ведение Instagram на русском или английском языке для коммерческих аккаунтов и интернет-магазинов.
- Ведение Instagram на русском или английском языке для экспертов. Продвижение через личный бренд.
- Ведение сообщества ВКонтакте.
- Ведение Одноклассники.
- Ведение Telegram-канала.
- Настройка таргетированной рекламы в Instagram на русском или английском языке.
- Настройка таргетированной рекламы ВКонтакте.
- Настройка рекламы Яндекс Директ (при наличии сайта).
- Маркетинговая поддержка.
- Создание сайтов на коде и конструкторе.

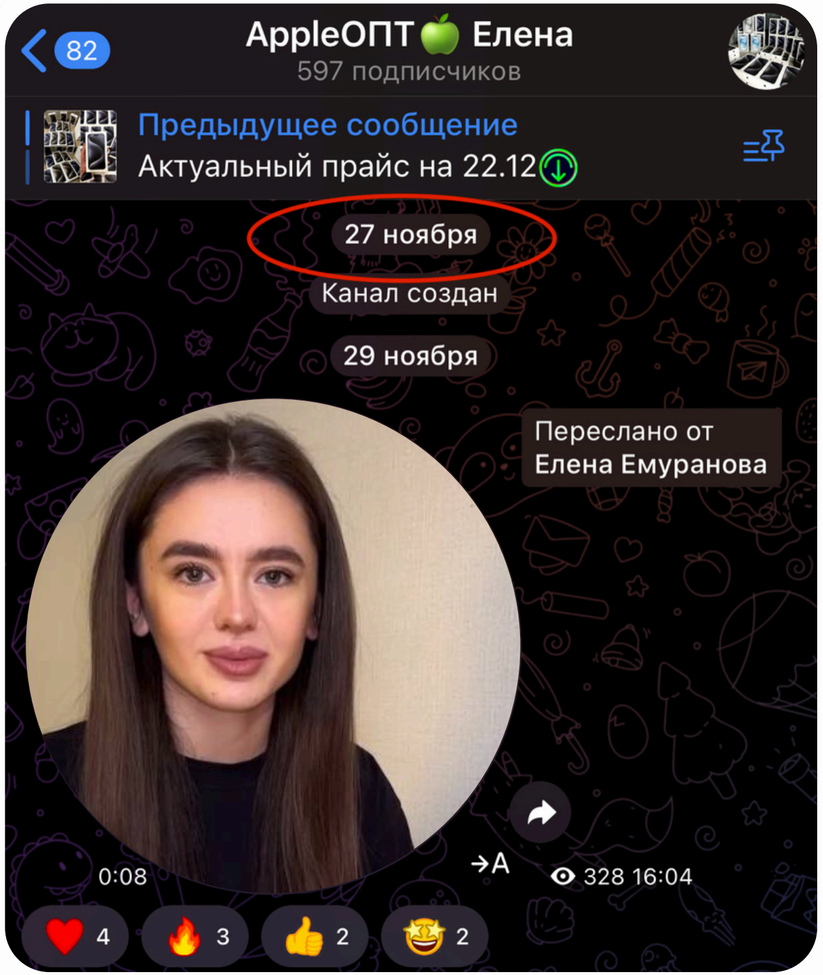
Продажа техники Apple через Telegram

Описание проекта

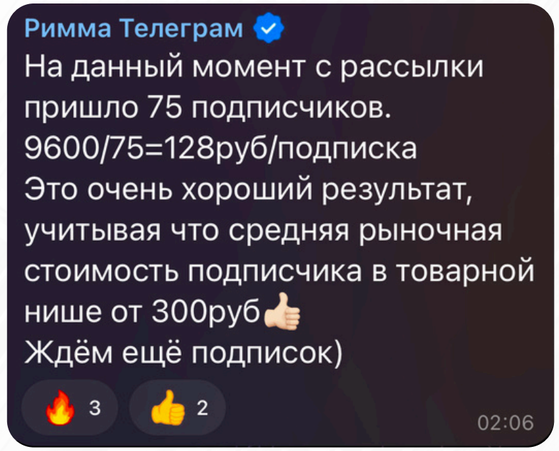
К нам обратился клиент с идеей: закупать айфоны в Дубае и продавать их мелким и крупным оптом в России. На момент обращения не было никакого канала сбыта.

Этапы работы

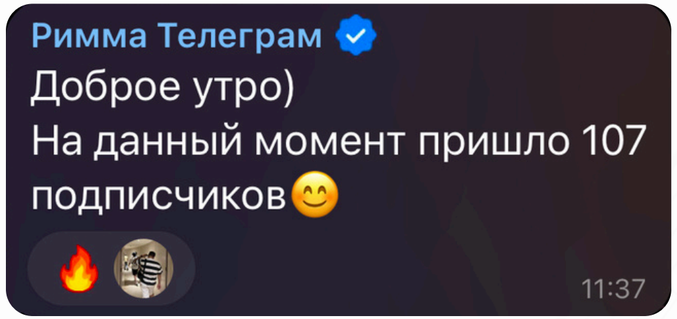
1. 27 ноября 2023г. создали Телеграм-канал с нуля.
2. Провели анализ конкурентов.
3. Наполнили канал контентом.
4. Привлекли первых подписчиков с помощью рассылок.
5. Начали закупать рекламу в Телеграм-каналах.



За первую неделю с помощью рассылок привлекли
в канал 75 подписчиков. Затратили бюджет 9600 рублей.
128 рублей за подписчика - это очень хороший результат
для товарной ниши.



Далее мы начали закупать рекламу в Телеграм-каналах
и за вторую неделю привлекли еще 107 целевых подписчиков.
За вторую неделю продали 41 IPhone.

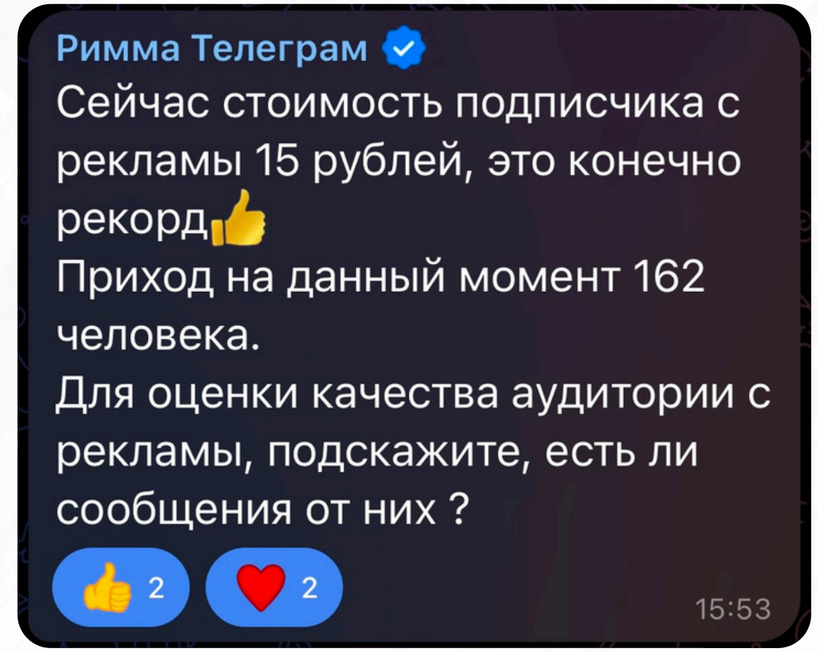


Итоги первого месяца работы

За месяц работы был затрачен рекламный бюджет 52 876 рублей. Мы привлекли 600 целевых подписчиков в канал. Средняя цена подписчика составила 88 рублей. Это очень хороший показатель, так как в товарной нише обычно средняя стоимость подписчика ~ 300 рублей.

План: продать 100 айфонов за первый месяц.
Факт: было продано 150 айфонов.

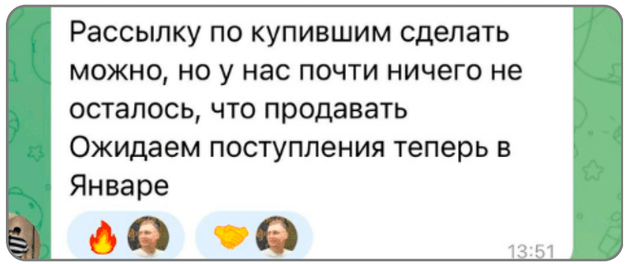
Продолжаем работу по закупу рекламы и по состоянию на 9 февраля 2024 года в канале уже 1 475 подписчиков. Наш рекорд - это 15 рублей за подписчика.

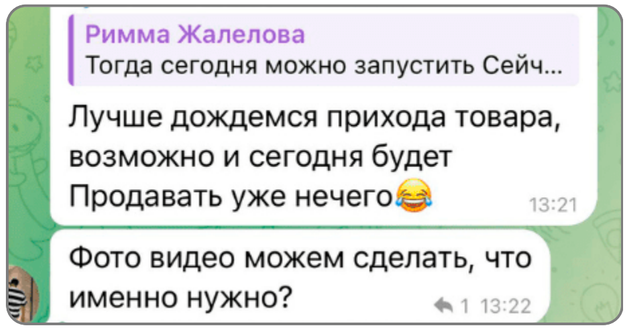


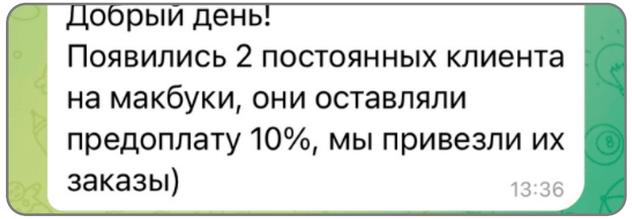
Telegram-канал

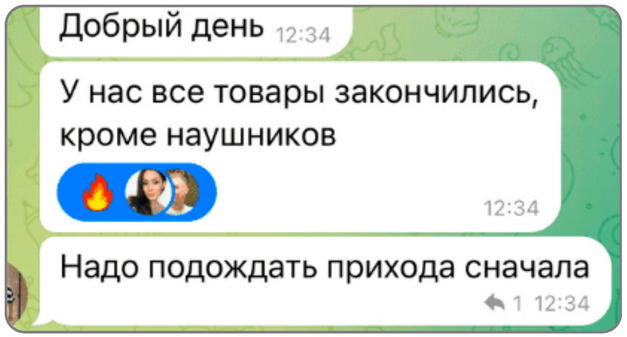
За первые три месяца получили отличные результаты по количеству подписчиков.

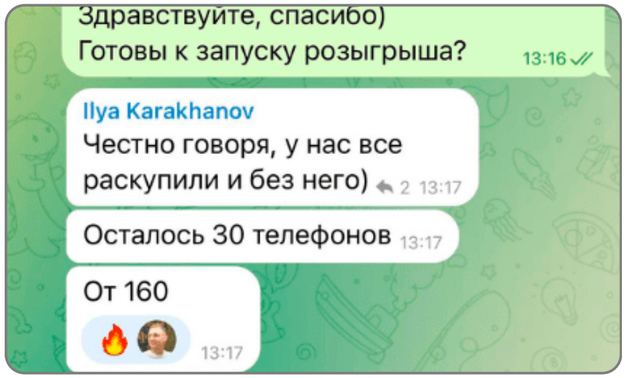
Самое главное, что помимо роста подписчиков мы вышли на **стабильные продажи.**









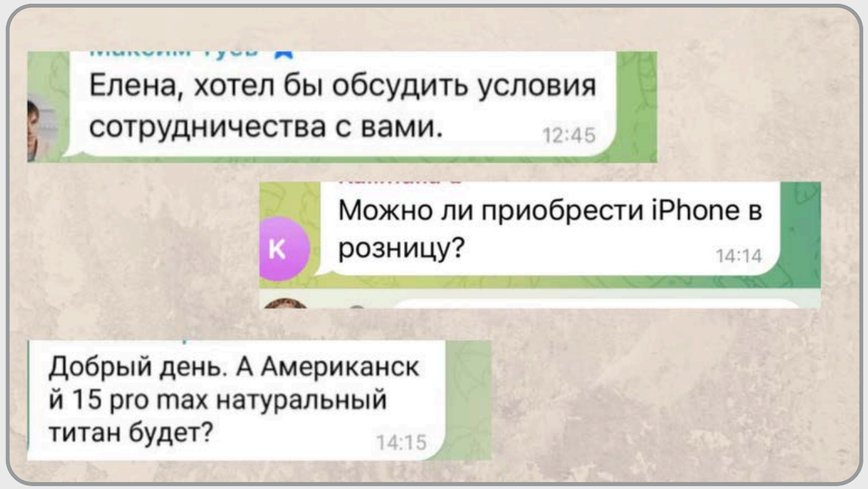


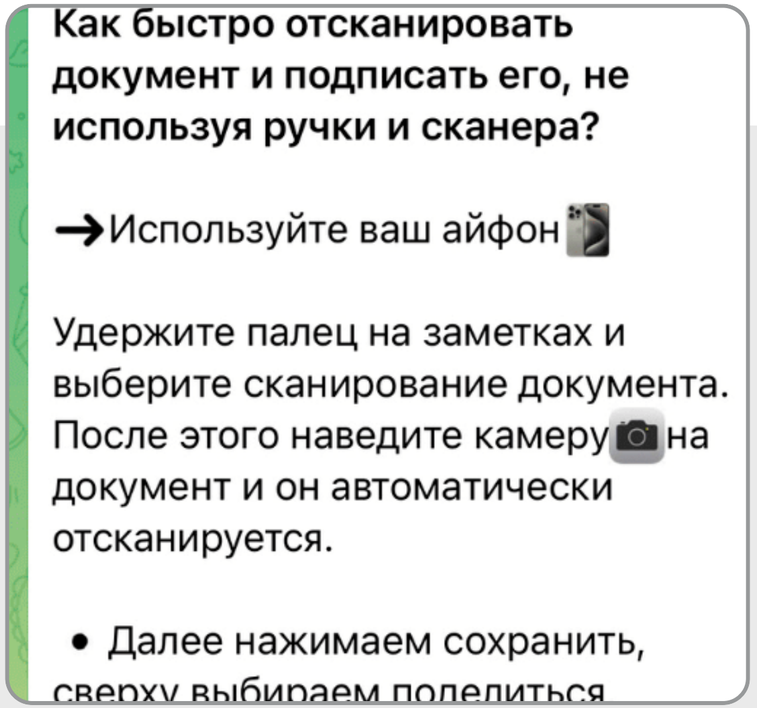
ılат	Формат размещения	Подписчики	Просмотры на пост	Размещение	Охват поста факт	Подписки на тг	CPA, Стоимость подписчика тг
☑	1/24	5825	3225	☑	2240	119	126,1
☑	1/24	17178	1271	☑	2200	25	80,0
☑	1/24	2490	297	☑	215	0	
☑	2/48	21041	3887	☑	2415	21	285,7
☐				☐			
☐				☐			
☑				☐			
☑				☐		24	
☑						322	
							1801
☐				☐			
☑	2/168	31142	7249	☑			182,0
☑	168	3637	1760	☑			
☑	1/24	76841	9860	☑	5729	100	557,1
☑	1/24	2679	1143	☑	853	5	400,0
☑	2нед	5499	2483	☑	1338	6	333,3
☑				☑		56	187,5
☑				☑			480
☑	1/24			☑			250
☐				☐			
☐				☐			
						230	1,3
☑	1/24	6289	3225	☑	2		99,3
☑	Б/у			☑			
☑	1/24		10000	☑	13900	151	13,8121547
☑	Неделя			☑		150	83,33333333
☑				☑		18	472,7777778
☑	1/24			☑		59	104,1301695
☑	1/24			☑		107	25,23364486
☐				☐			
☐				☐			
☐				☐			
☐				☐			
☐				☐			
						666	0312312
☑	2/48	1041	752	☑	7		3333333
☑	1/24	4627	1036	☑	554	3	66,6666667

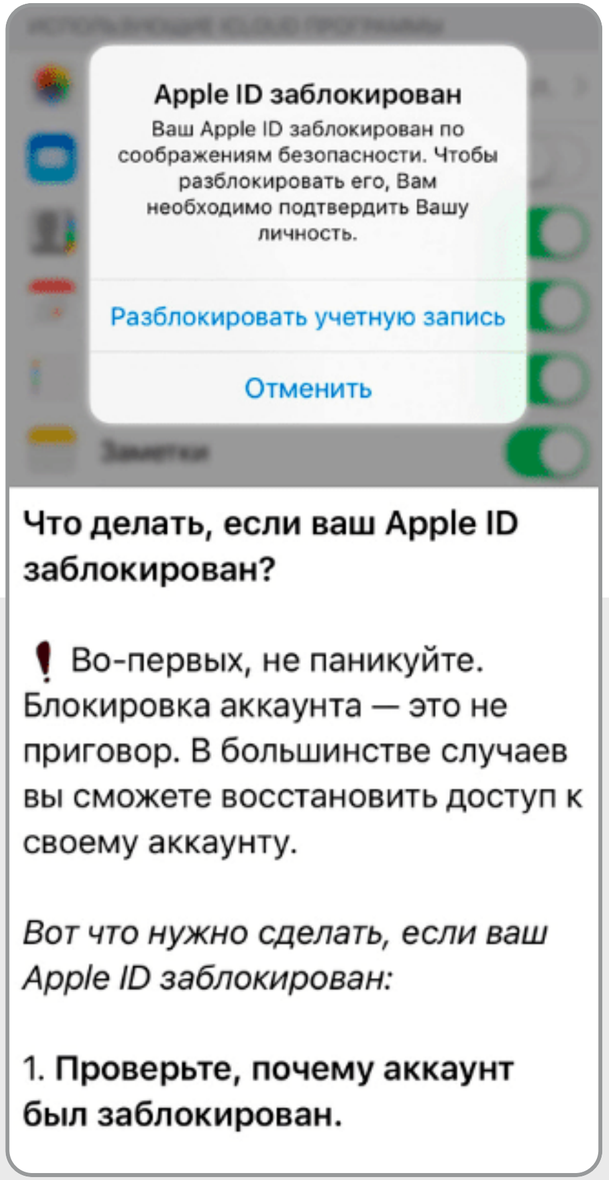
В канале регулярно публикуется актуальный прайс, много видео от основателя канала. Настроен бот для того чтобы в канале была удобная навигация.

Создана группа с отзывами, которая регулярно пополняется.

Запросы от клиентов поступают в личные сообщения, в комментариях. Хорошо работает аккаунт на Авито.







Канал растет ежемесячно.
Процент отписок менее 20%.

На данный момент с клиентом сотрудничаем 6 месяц. Для привлечения трафика мы брали каналы с интересами технологии Apple, авторские каналы, интеграции с техно-блогерами, отправка крео по базе владельцев салонов электроники по РФ, холодные звонки, рекламу на Youtube и в запрещенной сети.

Вывод

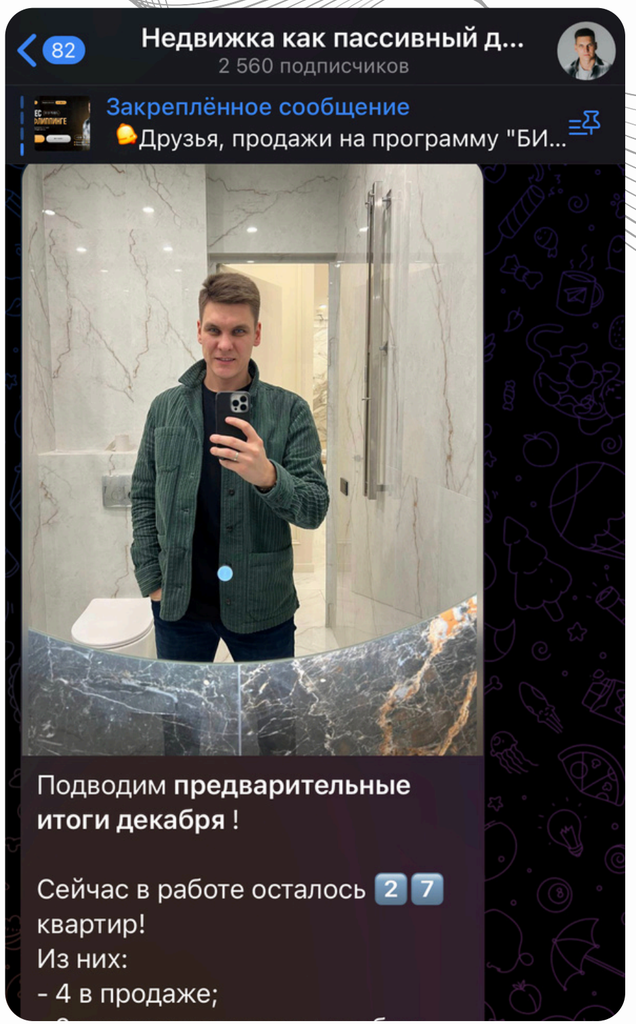
- 273.049,68₽ рекламного бюджета.
- Более 450.000$ оборот.
- 1780 целевых подписчиков.

КАПИБАРА НА СВЯЗИ

Продвижение Telegram-канала эксперта по инвестициям в недвижимость.

Описание проекта

Клиент - эксперт в области флиппинга, ведёт Telegram-канал “Недвижка как пассивный доход” и является автором и экспертом курса “Бизнес на флиппинге”. Он приобретает недвижимость, подлежащую ремонту, делает дизайнерский ремонт и продаёт.
Целевая аудитория - предприниматели и инвесторы.



Результаты работы

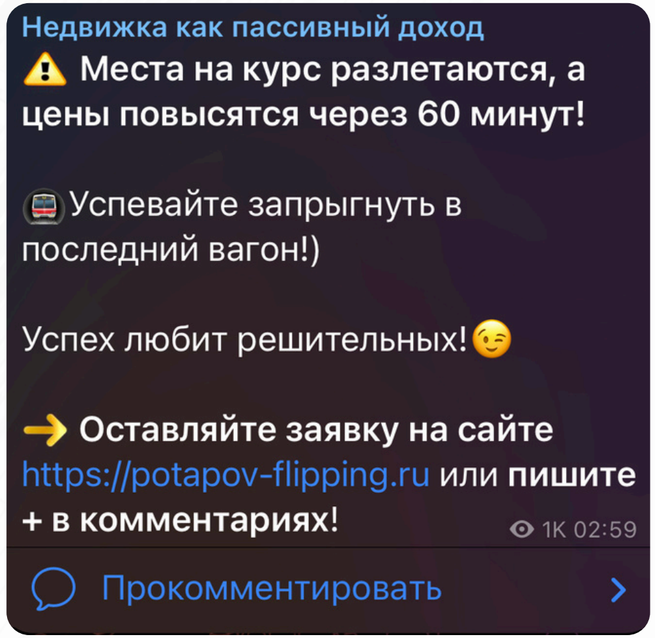
За ноябрь 2023 с помощью рекламы в Telegram-каналах мы привлекли 266 новых подписчиков по 117 рублей. Это очень дёшево в нише недвижимости и при этом подписчики целевые, так как от них есть запросы на работу с экспертом по инвестированию в недвижимость.

Результаты работы

За декабрь в канал привлекли почти 200 новых подписчиков по 160 рублей.
Основная доля подписчиков - это предприниматели.
С приведенной аудитории и с закупа рекламы люди приходят и на онлайн продукт.
К середине декабря был закрыт набор группы на онлайн-курс.

Telegram-канал

КАПИБАРА НА СВЯЗИ



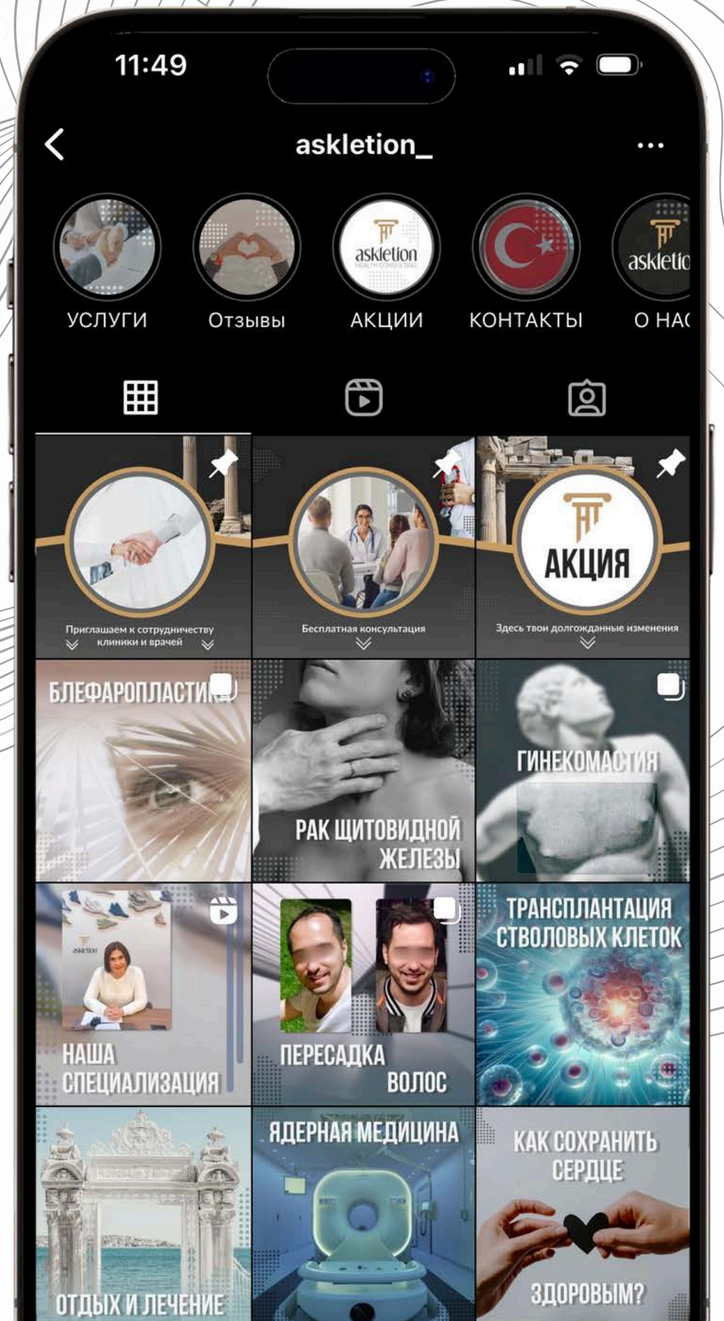
ASKLETION. Медицинская компания в Турции

Описание проекта

Компания оказывает организацию и сопровождение на всех этапах лечения и реабилитации в лучших клиниках Турции. Основная сфера деятельности: трансплантация органов, онкологическая хирургия, сердечно-сосудистая хирургия.

На момент начала работы у клиента был неактивный аккаунт в Instagram. Сообщества в ВКонтакте не было.
Сайт был не конверсионный.

Старт работы: сентябрь 2023 года.



Этапы работы

1. Разработали визуал для социальных сетей.
2. Разработали контентную стратегию.
3. Оформили шапку профиля и создали актуальные сторис в Instagram.
4. Подобрали и купили сообщество ВКонтакте. Почистили группу и полностью оформили.
5. Начали регулярно публиковать контент в социальных сетях.
6. Полностью переделали сайт.
7. Запустили таргетированную рекламу в Instagram и ВКонтакте.
8. Продолжаем работу и улучшаем результаты.

Результаты работы

На данный момент клиент получает по 60-80 заявок ежемесячно. Каждая заявка не дороже 3$.
Ежемесячно совершаются покупки и бронирования на будущие даты.
Также за время работы в аккаунт Instagram привлекли более 5000 целевых подписчиков.
Максимально видео reels набрало 700 тысяч просмотров.

Аккаунт Instagram

Сообщество ВКонтакте

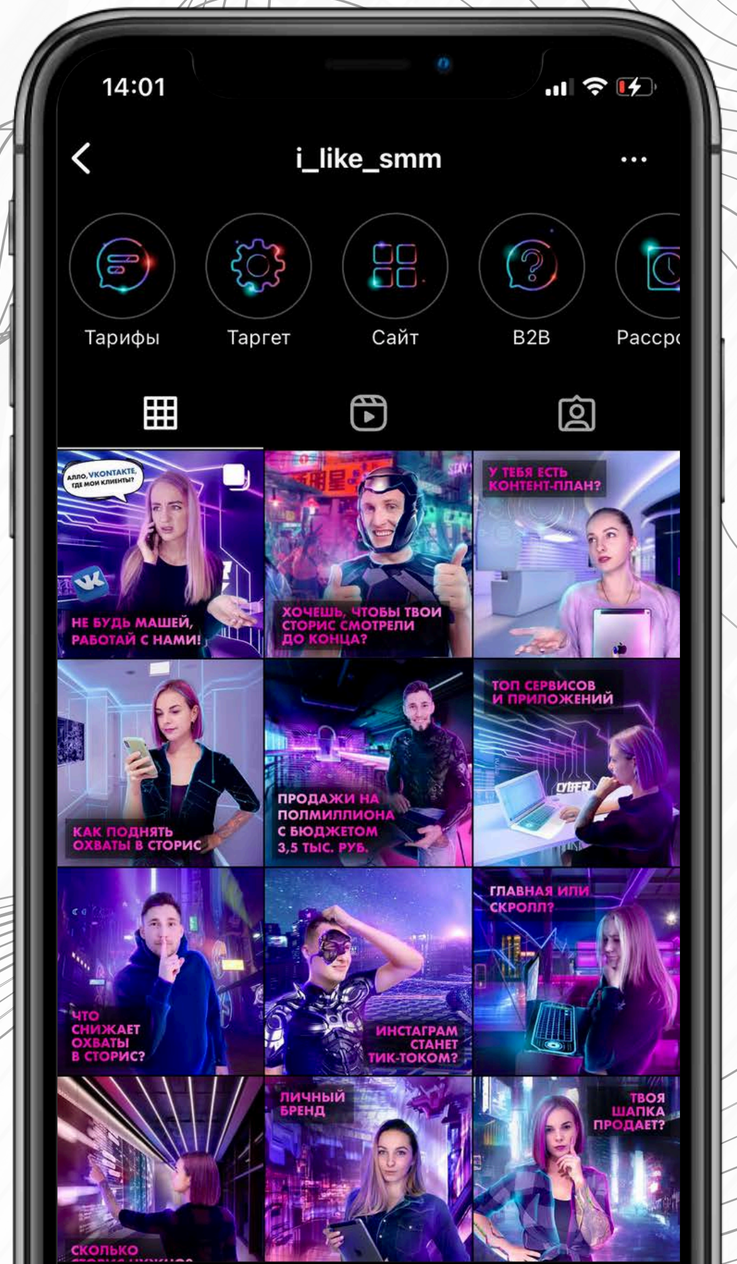
КАПИБАРА НА СВЯЗИ

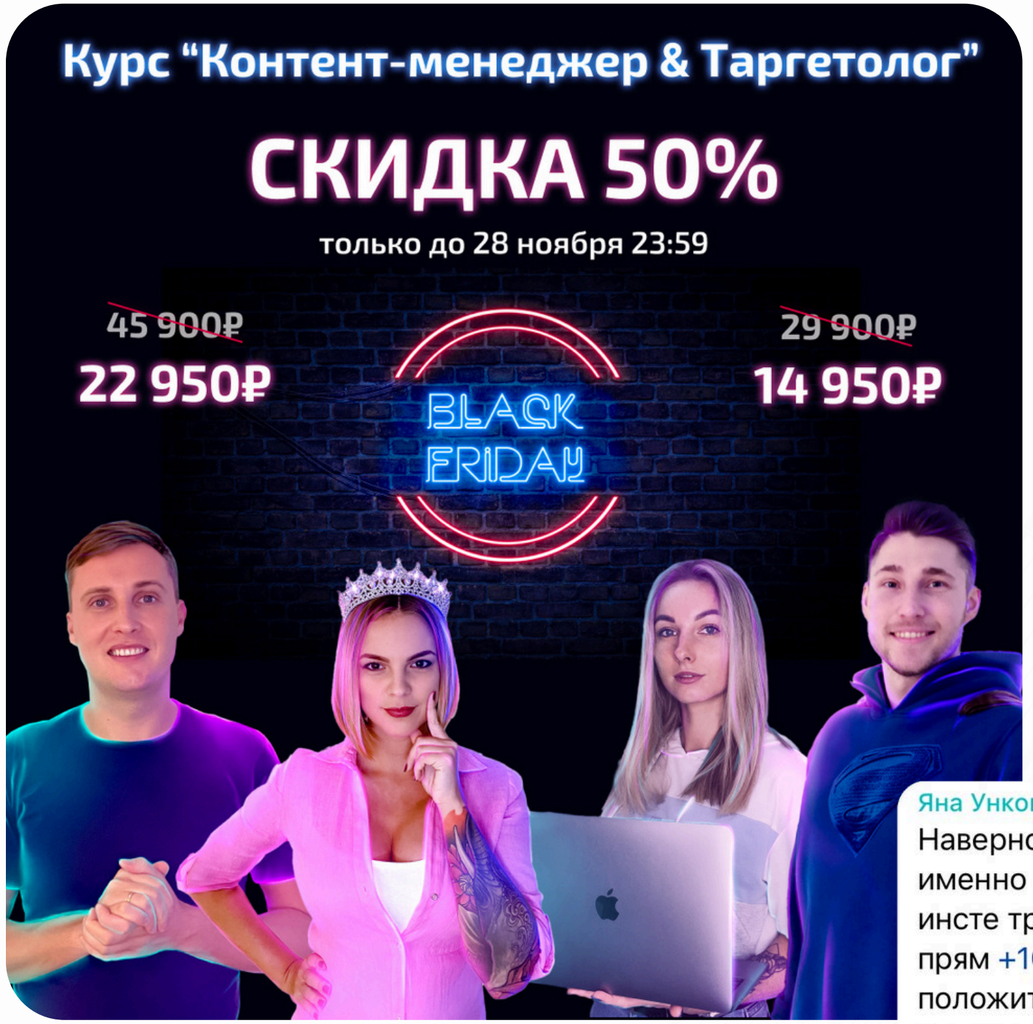
Запуск онлайн-школы "I like SMM"

Создание и запуск онлайн-школы с нуля, где обучали профессиям Контент-менеджер и Таргетолог

Этапы работы

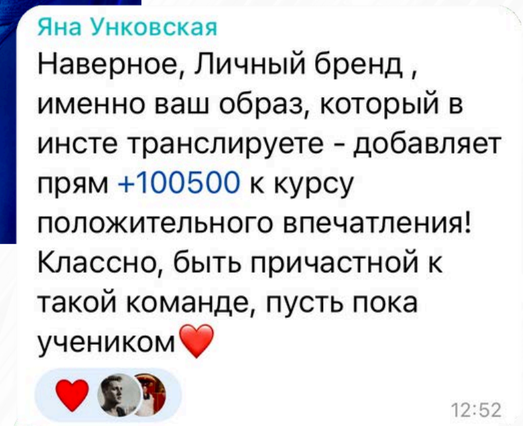
1. Разработали SMM-стратегию
2. Разработали фирменный стиль
3. Создали продающий сайт
4. Выстроили позиционирование для экспертов школы
5. Прописали сценарии прогревов и внедрили в личные блоги экспертов
6. Разработали воронки продаж
7. Создали онлайн-школу на платформе Getcourse





- Запустили таргетированную рекламу на регистрацию на продающие вебинары
- Сделали первые продажи на вебинарах и продолжили прогрев в чат-боте Telegram и в Instagram-аккаунтах экспертов
- Собрали группу и запустили обучение
- Повторили весь процесс и запустили второй поток

В течение 10 месяцев после окончания второго потока мы не занимались продвижением онлайн-школы, но регулярно проводили обучения в мини-группах, так как были запросы от клиентов, которые прогревались в блогах экспертов.



КАПИБАРА НА СВЯЗИ

Продажа деревянных пазлов на европейский рынок

300

ПЛАН

Выйти на 300 продаж
в месяц к декабрю

702

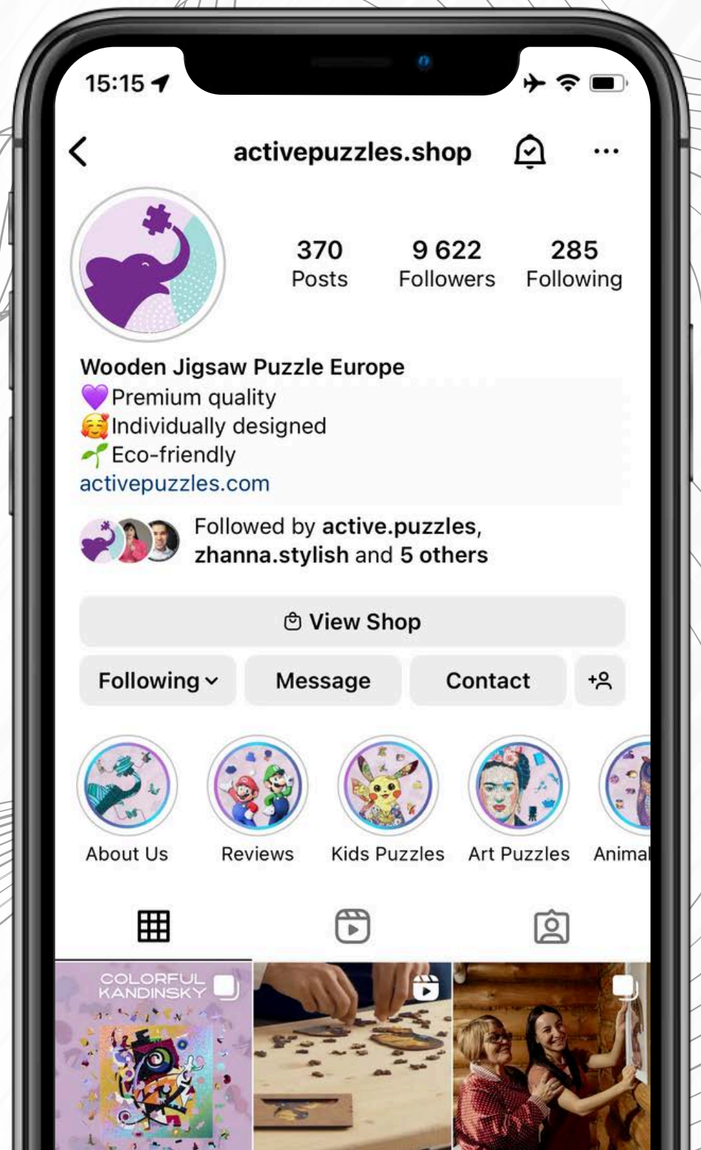
ФАКТ

702 продажи
за декабрь

234%

ПЛАН ВЫПОЛНЕН

на 234%



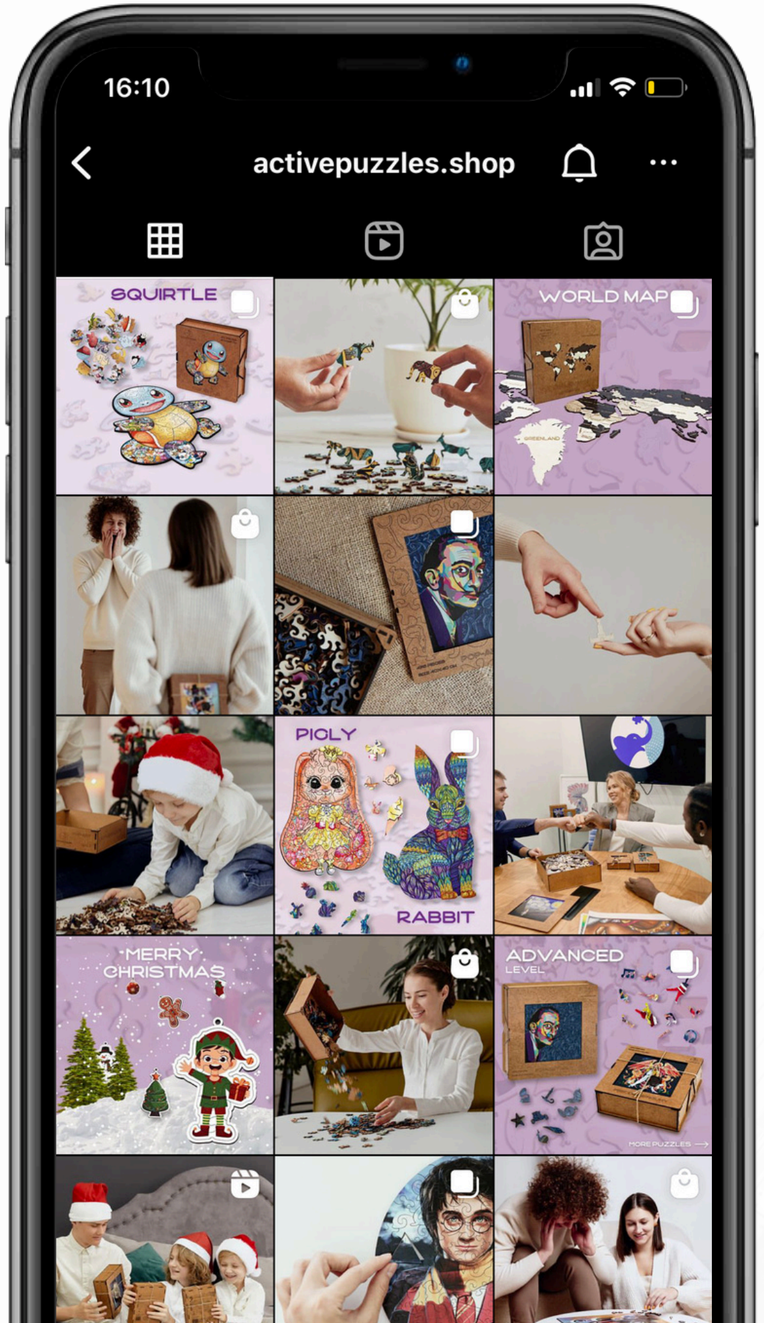
Описание проекта

Клиент производит и продаёт деревянные пазлы на российский и европейский рынок.
Мы занимаемся ведением двух Instagram-аккаунтов и настройкой таргетированной рекламы в Instagram и Facebook на европейскую аудиторию.

Этапы работы

Для того, чтобы добиться такого результата к декабрю мы начали работать с европейским аккаунтом в августе.

- Провели аудит существующего аккаунта, выявили слабые места
- Провели анализ конкурентов и целевой аудитории
- Разработали SMM-стратегию
- Разработали и применили контентную стратегию
- Создали визуальную концепцию аккаунта, в соответствии с фирменным стилем компании
- Начали регулярный постинг, используя разные виды контента
- Вовлекали и прогревали аудиторию
- Запустили таргетированную рекламу



В итоге с помощью качественного, регулярного контента и таргетированной рекламы с августа по декабрь мы увеличивали продажи на 15-32% ежемесячно.

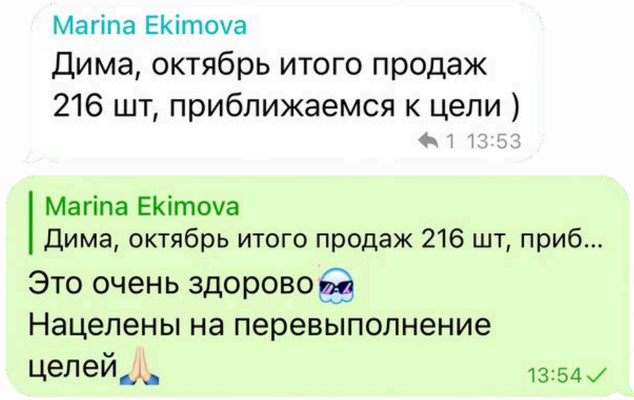
- Стоимость одной покупки у нас составила ~ 20 евро
- Стоимость добавления в корзину ~ 2,5 евро
- CTR ~ 1%

Мы использовали стратегию "5 шагов", сообщения (смыслы) доносили через разнообразные креативы и текст.
Весь трафик вели на сайт и в Instagram.

Всего было запущено около 23 рекламных кампаний и более 78 объявлений. Самые успешные у нас работают до сих пор, а именно видеоконтент, где подробно показан процесс сборки пазлов, качество деталей и их разнообразие.

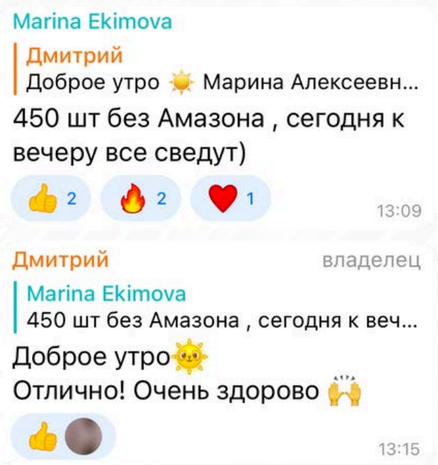
ОКТЯБРЬ 2022

216



НОЯБРЬ 2022

450



ДЕКАБРЬ 2022

702

Suma de Lineitem quantity Etiquetas de fila	Etiquetas de columna LU	BE	BG	DE	DK	ES	FR	GB	IE	IT	PL	PT	US	Другие	Общий итог
amazon	2	3				91	82	6		74					258
cdiscount							20								20
eci						122									122
etsy			1	3		1	4		1				10		20
free staff						3									3
PC COMPONENTS						1									1
pccomponents						1									1
pcomponents						1									1
Сайт				28	1	112	36	9		26	1	7		56	276
Общий итог	2	3	1	31	1	332	142	15	1	100	1	7	10	56	702

Ведём Instagram-аккаунт и настраиваем таргетированную рекламу на английском языке.
Также для аккаунта мы разработали инфографику, где наглядно показываем уровень сложности, количество деталей, размер пазла и то, как будет выглядеть готовая картина в интерьере.

КАПИБАРА НА СВЯЗИ

Продвижении строительной компании в социальной сети ВКонтакте

Отличительной чертой этого проекта являлось то, что это группа компаний, у которой есть своя запатентованная технология строительства домов. Есть все необходимые сертификаты качества, лицензии и проверки.

Этапы работы

Изначально у компании не было никакой стратегии продвижения в социальных сетях и мы предложили вариант комплексного продвижения. Самое главное требование от клиента - сделать упор на их новую технологию. То есть на фоне и полезного и коммерческого контента стратегия должна быть основана на продвижении, в первую очередь, именно этой технологии.

У компании было просто сообщество по тематике, в которое просто публиковались статьи с сайта, а также, по задумке, в нём должны были допродавать товары.

Целевая аудитория

Целевая аудитория - люди, которые интересуются новыми технологиями в строительстве, а также те, кто хочет построить современный загородный дом по новым технологиям, и которые уже живут и хотят развивать, улучшать качество своей жизни именно вне города. . В основном это люди из Москвы и Московской области (так как доставка ограничена пределами МО). Женщины и мужчины от 30+, с высоким достатком.

Результаты рекламной кампании

На основе описания ЦА от клиента мы выбрали следующие аудитории для тестирования:

1. Аудитория сообществ по строительству
2. Сообщества РБК
3. Сообщества Ведомости, коммерсант
4. Активная аудитория БМ, Like
5. Активная аудитория сообществ по декору и оформлению
6. Активная аудитория сообществ мебель
7. Активная аудитория дизайн интерьера
8. Аудитория сообществ Септики
9. Аудитория строительство домов
10. Минимум в трёх Сад, огород, цветы
11. Минимум в трёх сообществах дача
12. Минимум в трёх сообществах по ремонту
13. Строительство домов МСК
14. Лукалайк на основе аудитории по строительству домов МСК

Главным критерием выбора аудиторий был её объем и удержание показателей на объёме. Да, тут можно было выбрать и другие узкие ЦА, но они бы быстро выгорели. Критерий тут - объем ЦА.

Перед началом работы мы сделали оформление сообществ клиента, заполнили их необходимым контентом и дали рекомендации по тематикам для контента в группах. Вот такие показатели мы получили за время ведения рекламной кампании:

Общий скрин рекламного кабинета:

Название	Статус	Дн. лимит (?)	Общ. лимит	Потрачено	CTR (?)	Переходы	Показы
Конкурс(тесты)	▶	500 руб.	3 500 руб.	3 462.38 руб.	0.000 %	0	64 487
Конкурс (идеи для дачи)	■	200 руб.	Не задан	0.00 руб.	0.000 %	0	0
Бэнпан - цел сообщ стройка Ж	■	300 руб.	Не задан	2 866.65 руб.	0.000 %	0	26 289
Бэнпан - цел сообщ стройка М	▶	450 руб.	Не задан	12 596.02 руб.	0.000 %	0	111 419
Бизнес бэнпан 35+	■	300 руб.	Не задан	245.88 руб.	0.000 %	0	4 118
Бэнпан похожая аудитория (строительство домов)	■	550 руб.	Не задан	5 406.67 руб.	0.000 %	0	37 928
Загор дом мин 3 ремонт	▶	450 руб.	Не задан	24 406.93 руб.	0.000 %	0	271 106
Загор дом мин 3 сад огород цветы	▶	450 руб.	Не задан	26 141.81 руб.	0.000 %	0	314 607
Загородный дом - Моя дача Ж 30+	■	300 руб.	Не задан	434.72 руб.	0.000 %	0	4 015
Загородный дом Школа ремонта дача, проект дача М 30+	■	300 руб.	Не задан	468.70 руб.	0.000 %	0	4 722
Загородный дом - Дача 2	■	300 руб.	Не задан	1 443.84 руб.	0.000 %	0	14 217
ЦА - строительство домов	■	300 руб.	Не задан	6 366.00 руб.	0.000 %	0	31 910
Бэн Пан Финансы	■	300 руб.	Не задан	1 097.06 руб.	0.000 %	0	11 890
БМ Like	■	300 руб.	Не задан	102.10 руб.	0.000 %	0	1 026
БэнПан ведомости коммерсант	■	400 руб.	Не задан	1 311.26 руб.	0.000 %	0	20 510
Бэнпан сообщ РБК	■	250 руб.	Не задан	148.19 руб.	0.000 %	0	2 204
Загородный дом - септики	■	200 руб.	Не задан	0.00 руб.	0.000 %	0	0
Загородный дом - добавь! декор оформление	■	230 руб.	Не задан	882.21 руб.	0.000 %	0	29 464
Загородный дом - школа ремонта	■	400 руб.	Не задан	5 280.00 руб.	0.000 %	0	133 320
Загородный дом - актив дизайн интерьера	■	250 руб.	Не задан	2 507.41 руб.	0.000 %	0	72 117
Всего				149 895.02 руб.	0.000 %	0	1 880 494

1 2

Рекомендации по улучшению рекламной кампании

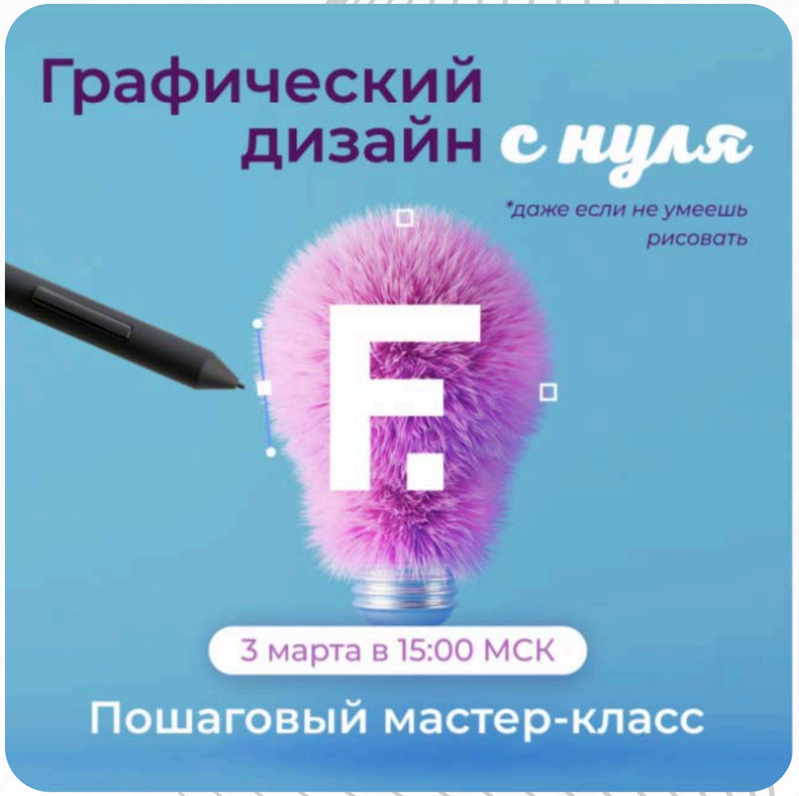
1. Лучше сегментировать контент-план под ЦА, а не просто публиковать то, что нужно для SEO
2. Давать больше видео- и фотоконтента о процессе строительства
3. Давать больше полезной информации для подписчиков

КАПИБАРА НА СВЯЗИ

Курс по графическому дизайну от компании"Fabrika"

Описание проекта

Перед нами стояла задача провести тестовую рекламную кампанию в Facebook, и привести на вебинар 200 регистраций.



Этапы работы

Было создано 2 страницы сайта. Первая страница - это основной сайт, куда клиент попадал после нажатия кнопки по рекламе, оставляют заявку и попадают на страницу благодарности.
Целевые аудитории:
Вначале мы протестировали широкие «Интересы»,
так как было мало времени и бюджет был ограничен.
Наш таргетолог выделил 3 целевых аудитории для теста:

1. Дизайн
2. Рисование
3. Маркетинг в социальных сетях

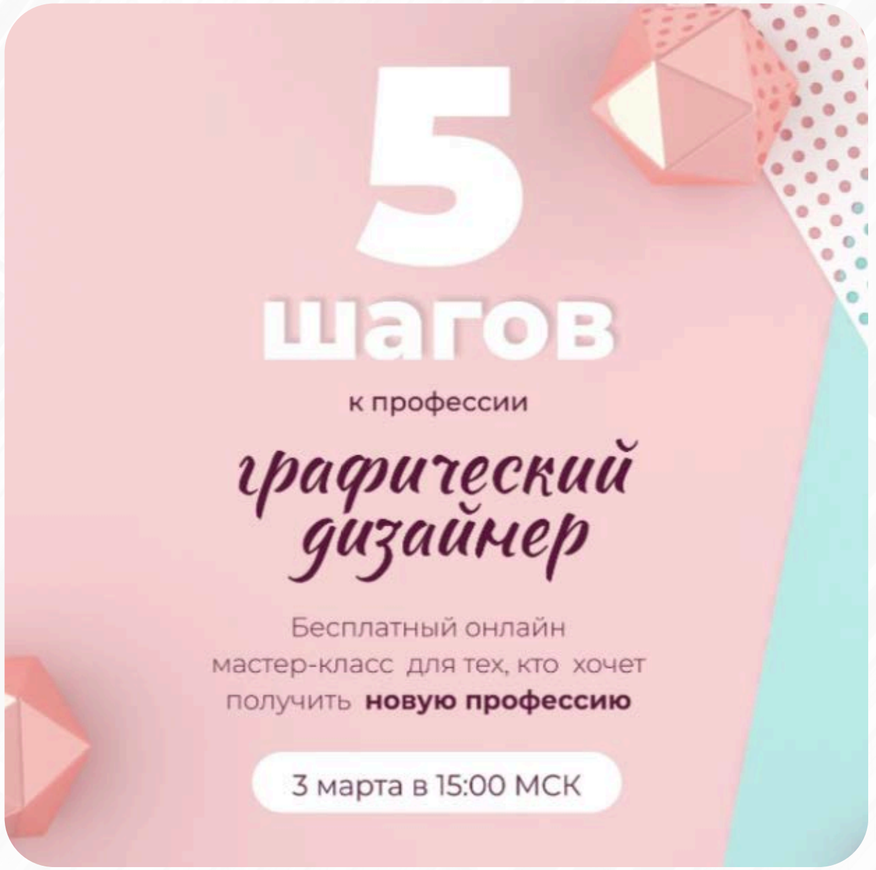
За тестовый период потратили 18 567 рублей и получили 260 регистраций на вебинар.
Средняя цена клика - 30 рублей.
На вебинар пришло 26 человек.
Курс забронировали 5 человек.
Средний чек - 20 000 рублей.

A	B	C	D	E	F	G
	4 126,05	**134,67**	**30,46**	**57,78**	**42,89**	**91,28**
Дата	**Бюджет FB**	**Клики**	**Цена клика**	**Регистрации на вебинар**	**CR%**	**Цена регистрации**
пример	*8719*	*147*	*59,3*	*132*	*89,8*	*44,9*
24.2	2162,79	69	31,3	46	*66,7*	*68,1*
25.2	2454,32	76	32,3	25	*32,9*	*129,2*
26.2	2462	82	30,2	36	*43,9*	*83,9*
27.2	2653,53	83	32,0	24	*28,9*	*133,3*
28.2	2457,57	77	31,5	40	*51,9*	*78,8*
1.3	2465,4	86	28,3	43	*50,0*	*65,8*
2.3	2427,8	69	35,0	27	*39,1*	*129,6*
3.3	1483,8	64	23,0	19	*29,7*	*121,1*
Итого 3.3	18567,21	606	30,5	260	*42,9*	*11,7*

Проанализировав все ошибки, поняли, что нужно делать больше касаний с клиентом
до вебинара, чтобы увеличить число тех людей, которые зайдут на вебинар по ссылке.
То есть нужно заранее начинать рекламную кампанию, но в данном случае время было ограничено.

Результаты:

КАПИБАРА НА СВЯЗИ



Лиды из ВКонтакте с чеком 400000₽

Строительная фирма, которая производит быстровозводимые дома в Мск и МО.

Цель:

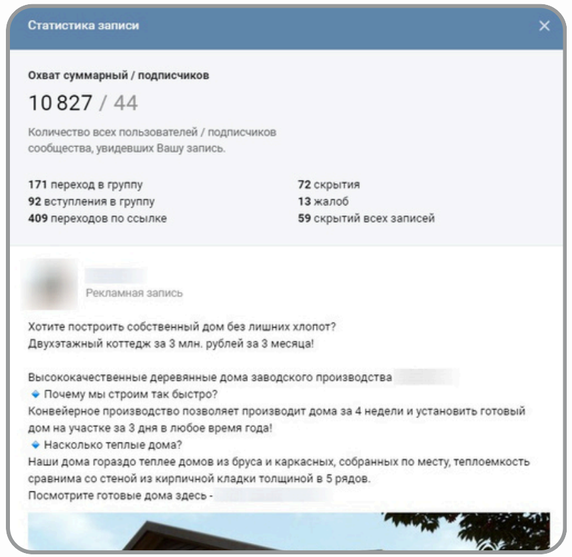
Главное - протестировать таргетированную рекламу как источник новых лидов, понять ёмкость данного канала. У клиента хорошо конвертируется трафик с контекста, поэтому желательно получать лидов не дороже чем 400₽.

Что есть в начале:

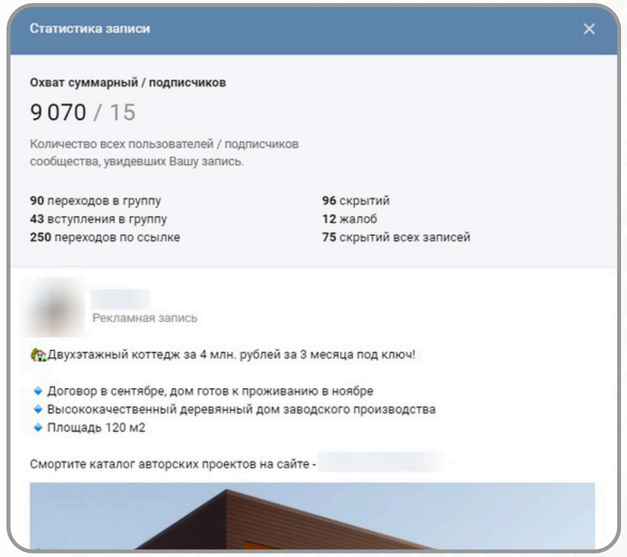
1) Предмет рекламы - быстровозводимые каркасные и модульные дома. Средний чек среди клиентов заказчика 2 млн. рублей. Продукт отличного качества, есть хорошие отзывы.
2) Небольшая группа в вк - 500 человек, собранные с помощью посева. Лояльно относятся к бренду, проявляют активность в сообществе.
3) Отличный сайт, удобный и понятный, адаптирован под мобильную версию. С контекста дает хороший процент конверсии.
4) Скромный бюджет - 2 500 р.

На самом деле ЦА мне показалось очень широкой, т.к. при среднем чеке 2 млн. руб. на загородный дом, это становится альтернативой капитальному строительству за 5 и больше млн. руб. И 2 млн. не такая большая сумма для жителей МСК от 30 лет, к этому возрасту все таки люди уже обрастают и деньгами и имуществом. Так вот, основная гипотеза рекламной кампании - сделать как можно больший охват по ЦА и крутить объявления по дешевой цене, чтобы вписаться в цену 400 руб за лида.

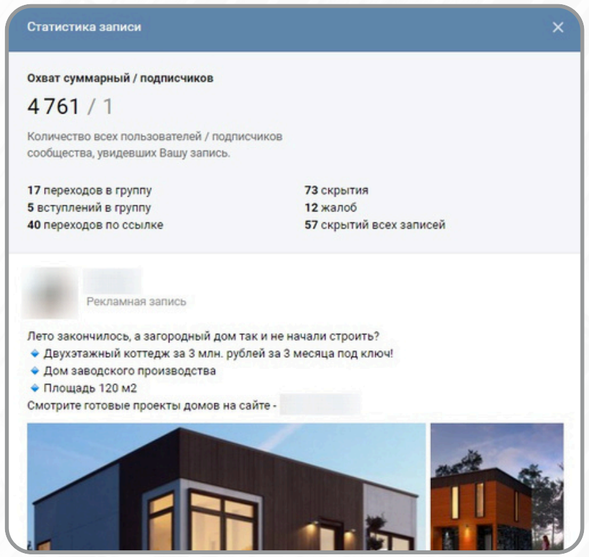
Составили ментальную карту с гипотезами для сбора ЦА:
Получились основные категории:
Аудитория №1: Участники коммерческих групп загородного строительства по Мск и МО
Аудитория №2: Участники групп на тему дизайн интерьера и проектов домов
Аудитория №3: Участники групп на тему сад-огород
На основе портрета целевой аудитории и их основных болей был составлен текст промо-поста.
Сделали три варианта под каждую из аудиторий. Запускаем таргет, смотрим результаты:



Аудитория 1
Переходов на сайт и группу - 580 кликов
Цена перехода - 2,1 руб.
CTR промо-поста - 5,3%
Вступлений в группу ~ 92 человека



Аудитория 2
Переходов на сайт и группу - 340 кликов
Цена перехода - 2,05 руб.
CTR промо-поста - 3,7%
Вступлений в группу ~ 43 человека



Аудитория 3
Переходов на сайт и группу - 57 кликов
Цена перехода - 5,9 руб.
CTR промо-поста - 1,1%
Вступлений в группу ~ 5 человек

Итоги теста:

1) Получено качественных лидов - 6 человек оставили заявку на сайте и подтвердили желание обсуждать проект дома с менеджером.
2) За тест потрачено - 2 256 руб. Цена привлеченного лида 376 руб.
3) Отлично сработали аудитории №1 и №2, а аудитория №3 отреагировала хуже всех (но по-нашему не удивительно, можно было наверно совсем не тестировать)
4) Качество лидов очень порадовало заказчика - 4 из 6 лидов приехали на встречу в офис.

А суммарный чек лидов 25 000 000 рублей или 4 000 000 рублей средний чек на 1 лида.

5) За время теста от собранной аудитории охватили только 15%, поэтому безусловно продолжили крутить объявления дальше.

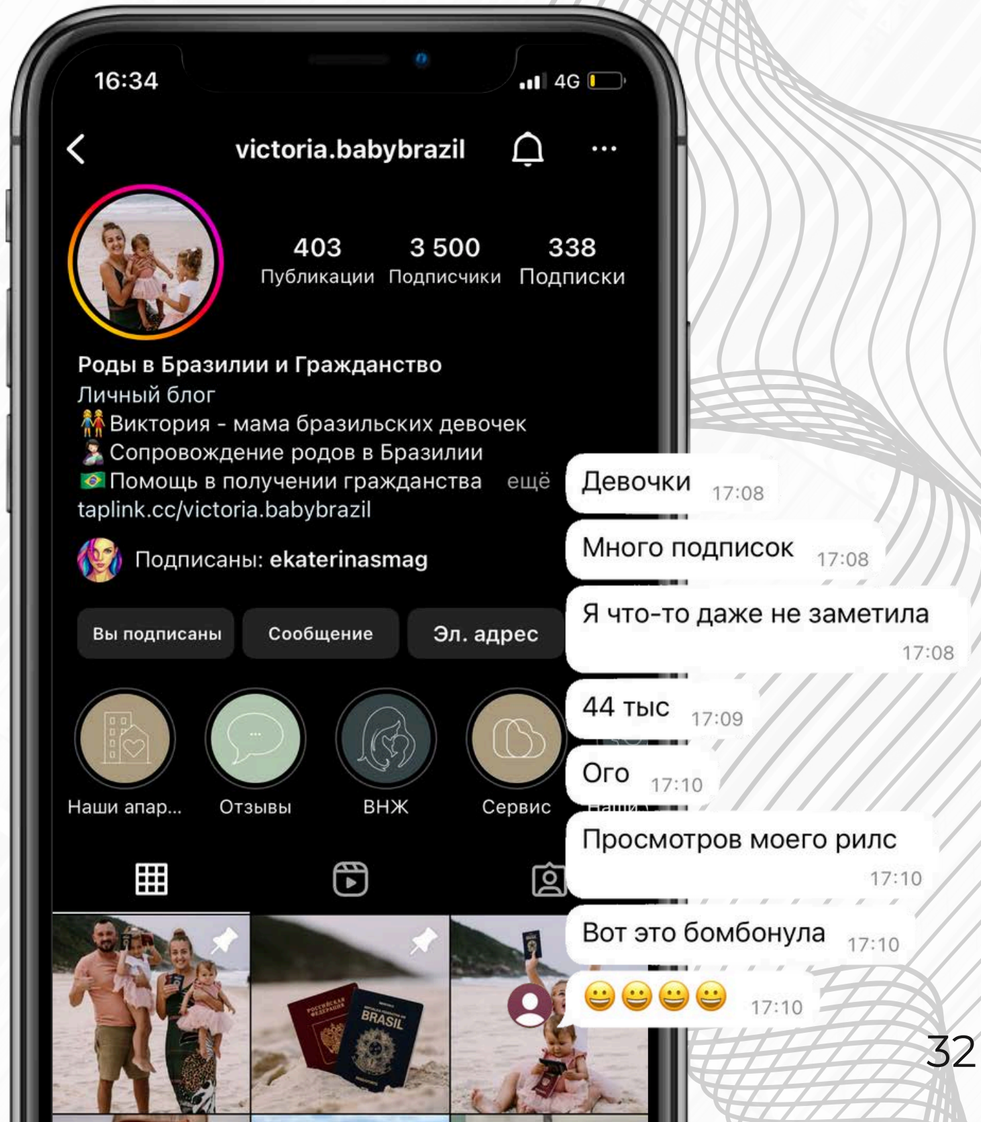
Сопровождение родов в Бразилии

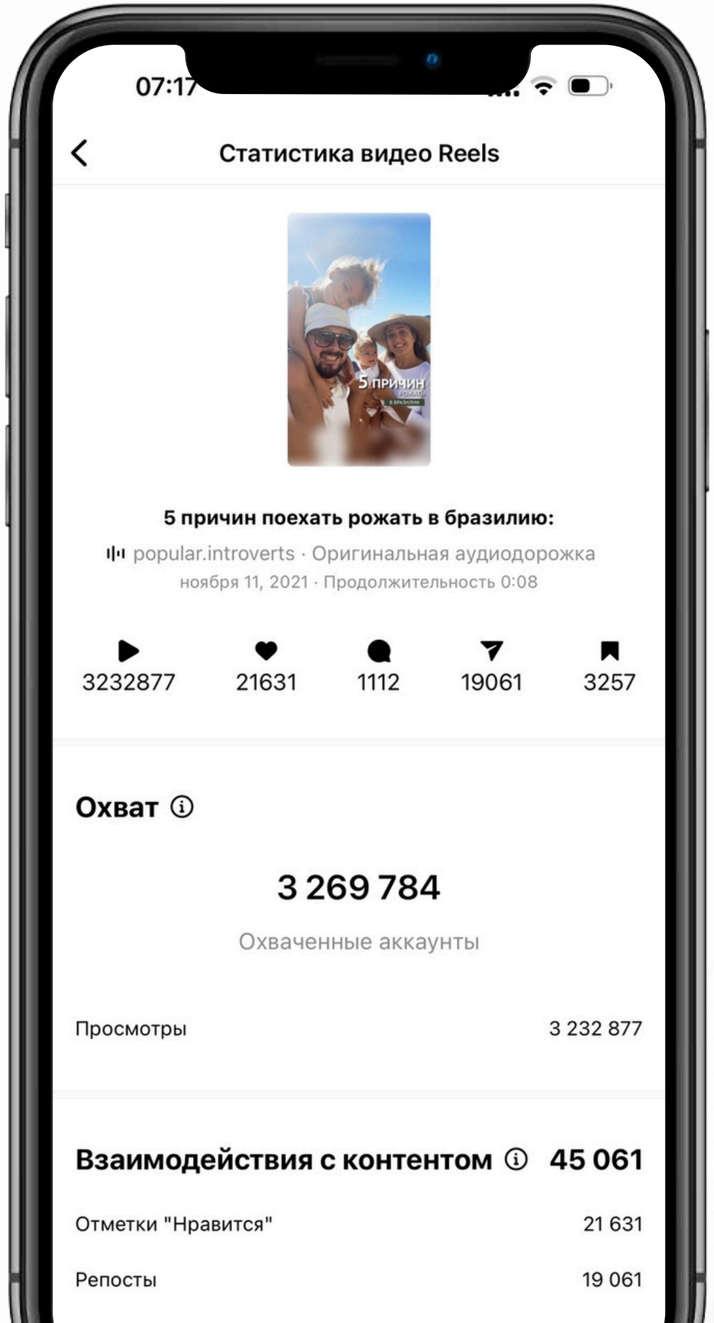
Описание проекта

Клиент занимается сопровождением родов
в Бразилии и помощью в получении документов.
Стоимость услуги - 5000$

Этапы работы

Начали сотрудничество с клиентом в октябре 2020 года.
Мы вели аккаунт Instagram и настраивали
таргетированную рекламу. Через полгода
мы приостановили сотрудничество и ещё через полгода
снова начали работать вместе. Клиент отказался
от настройки таргетированной рекламы и мы решили
продвигаться через Reels.





Мы совместно с клиентом и нашей командой продумали идеи для reels, прописали сценарии и технические задания для клиента.
Затем мы монтировали и регулярно выкладывали reels.
Один из роликов стал набирать очень много просмотров, комментариев и люди стали активно подписываться на блог.

Ой девочки 22:48

Пишут и пишут 22:48

Емаё 22:48

😀😀😀😀 22:48

Бомба 💣 22:48

Я не успеваю отвечать 16:57

Норм запросы ? 16:58

Вика Флорипа
Просто вечером закончила и утром миллион вопросов 16:58

Вика Флорипа
Ой подписываются и подписываются 17:38

Как ответственно 17:39

За 2000 перевалило подписчиков 01:55

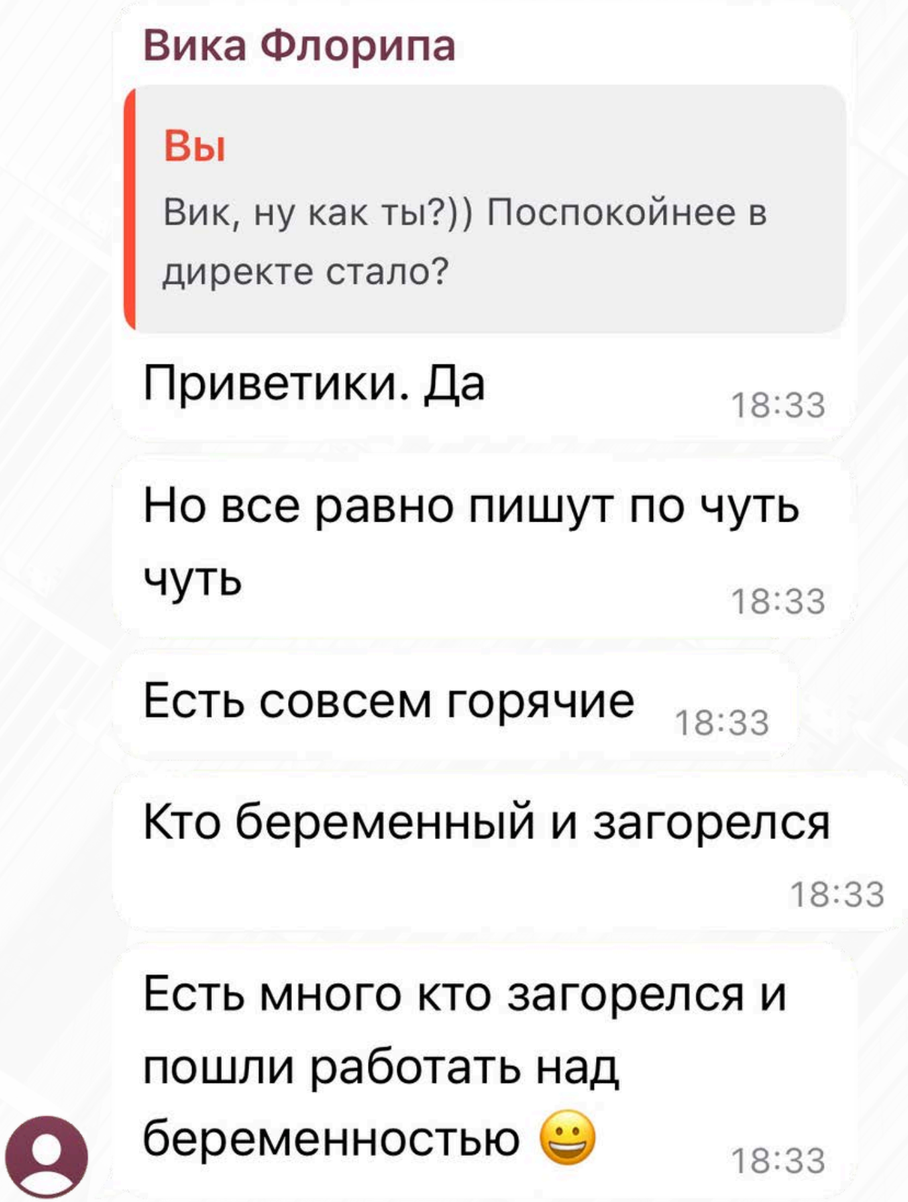
Света Флорипа
Что делается-то, что делается 01:56

В итоге reels набрал:

- почти 3,3 млн просмотров
- 21600 лайков
- больше 1000 комментариев
- 19000 репостов
- и более 3000 сохранений

На аккаунт клиента подписалось 4000 человек.
Со временем около 1000 человек отписались, остальные до сих пор остались подписанными на аккаунт.
Помимо подписок, клиент получил огромное количество запросов в Директ и закрыл несколько человек на продажу.
Некоторые семьи, пришедшие с этого reels уже прилетели в Бразилию, родили и получили документы.

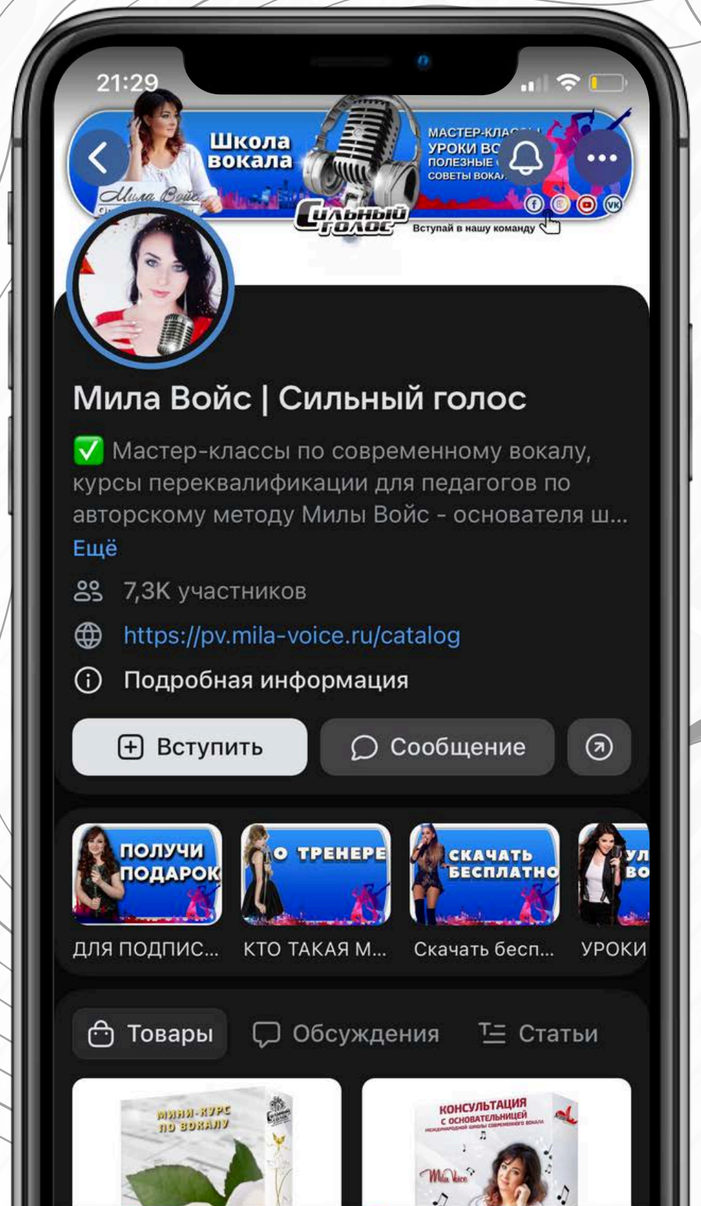
КАПИБАРА НА СВЯЗИ



Запуск с элементами автогеймификации

Описание проекта

«Сильный голос» — онлайн-школа вокала.
Обучающая платформа — Геткурс.
Задача: провести марафон с максимальным вовлечением участников в ВК



Этапы работы

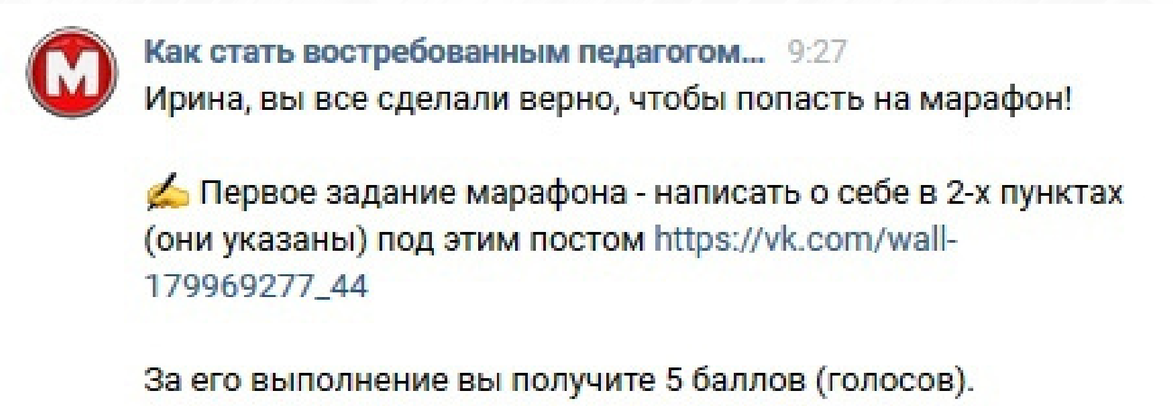
Было принято решение:

- Использовать фильтрацию трафика на входе в марафон с целью выявления непосредственно целевой аудитории и дальнейшей работы именно с ней;
- Повысить вовлеченность целевой аудитории за счёт внедрения инструментов автогеймификации.

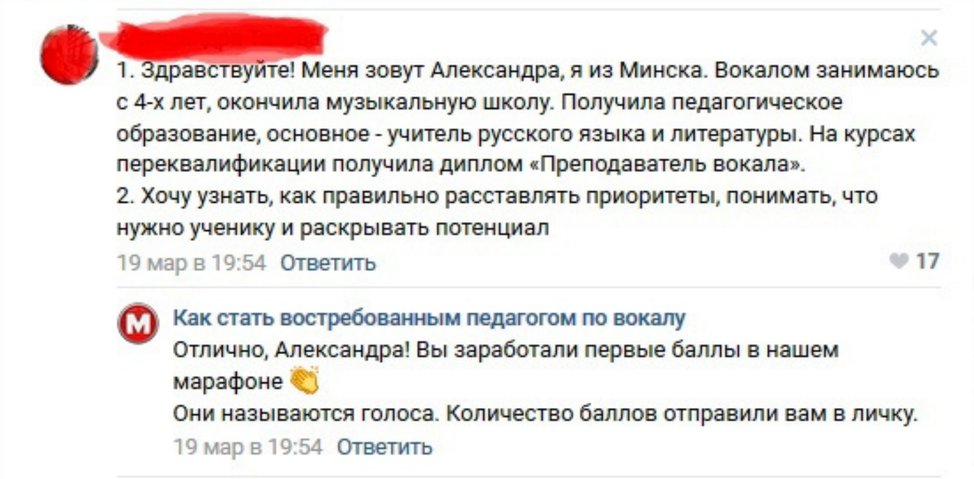
Автором, основателем и экспертом школы, Милой Войс, была составлена программа марафона.
С целью отфильтровать трафик по принципу «свой-чужой» и отобрать именно целевую аудиторию были созданы предварительные задания.
Кстати, побочный эффект фильтрации - это, как минимум, 3 интересных момента:

- Увеличивается охват постов и они лучше ранжируются умной лентой ВК.
  То есть по факту, за счёт предварительных заданий, например, задания «оставить комментарий под этим постом», пост может стать «популярнее». А значит его БЕСПЛАТНО увидит большее количество людей.
- Движуха. Когда много просмотров, много комментариев или репостов, то для нового посетителя — это работает как мощное социальное доказательство — «Здесь интересно».
- Возможность заработать даже на бесплатном марафоне еще до его начала. Мы в качестве предварительного задания выбрали «репост». При том это условие было необязательным (обязательность
  запрещена правилами ВК), поэтому у человека был выбор — либо сделать репост, либо оплатить 100
  рублей, чтобы попасть в закрытую группу ВК.

Автопилот отслеживает выполнение предварительных заданий (репост или оплата, подача заявки в группу). И если все хорошо, то одобряет заявку в закрытую группу

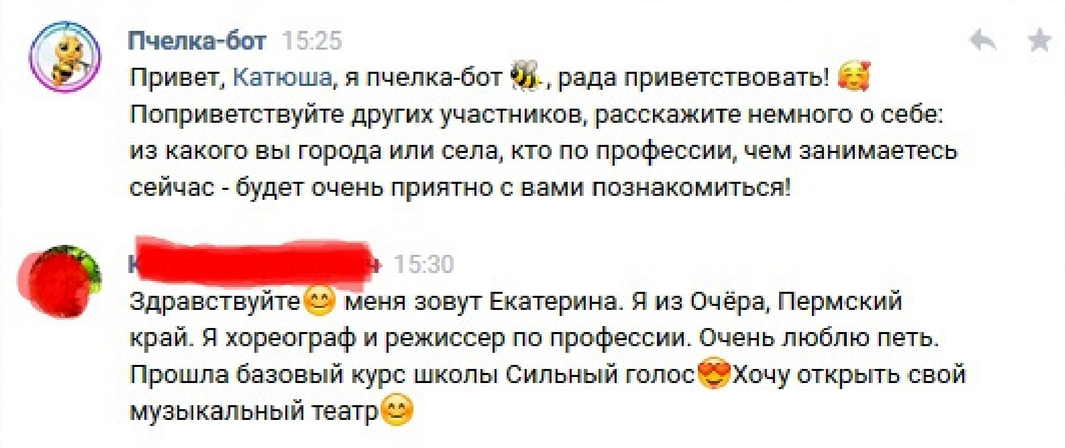


С момента одобрения заявки в закрытую группу запускается ряд дополнительных заданий, за которые начисляются баллы. Тут мы берем за уши сразу 2 зайцев: человек не скучает в ожидании основной программы марафона. И кроме того он вовлекатся в процесс получения баллов, которые затем в финале марафона можно обменять на различные бонусы.

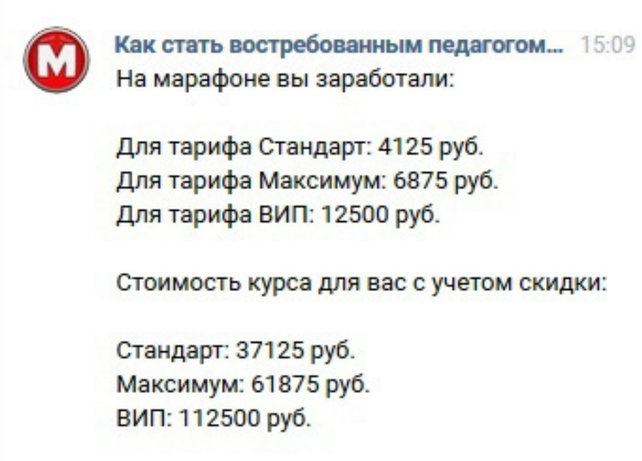


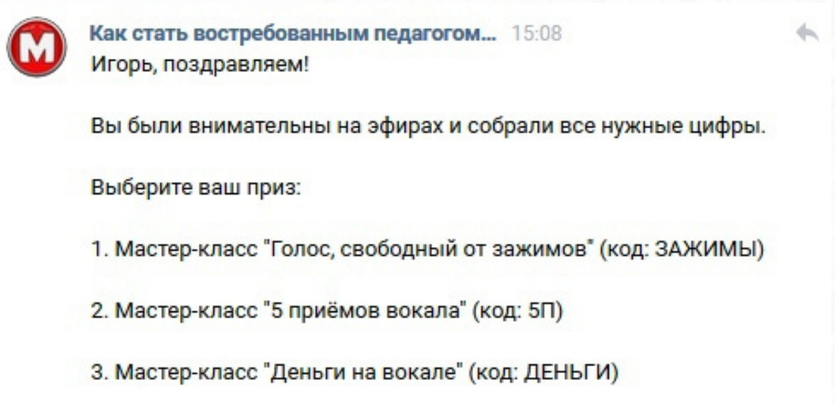
Создан чат, в котором работает бот.
Он приветствует новых участников, периодически участвуетв диалоге.

Бот самостоятельно проверяет выполнение задания и начисляет баллы в случае, если всё сделано правильно.



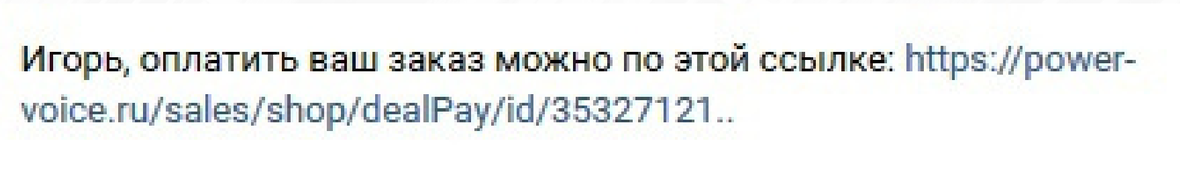
В период основной программы марафона участники получают призы и бонусы за внимательность. Автовыдача призов осуществляется Автопилотом.





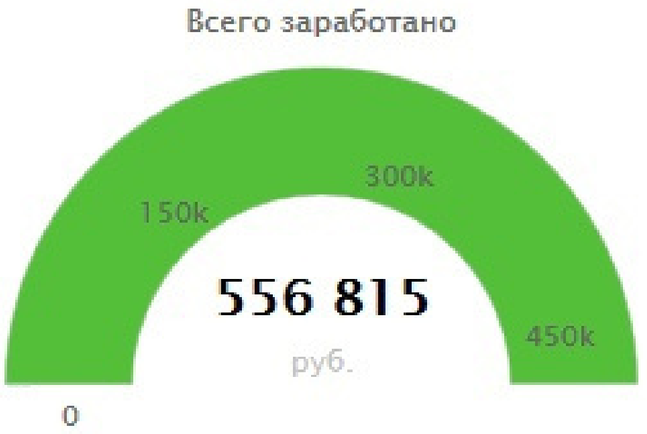
Ближе к финалу марафона каждый участник может произвести подсчёт индивидуальной скидки для оплаты курса (цель марафона — продажа основного курса). Тут создается интересный эффект, когда участники пишут в личку и спрашивают, что нужно сделать, чтобы увеличить скидку, какие задания выполнить?

Дальше, если участника устраивает скидка, то он может создать и оплатить заказ. Причём создать его, не выходя из ВК, а счёт на оплату в личные сообщения придёт из Геткурса.



Финальный день продаж. Бот участвует в прямой трансляции и пишет в комментариях о создании или оплате заказа. Причём о реальных заказах и оплатах. То есть все участники это видят и создается мощный социальный эффект, когда прямо во время эфира люди заказывают и покупают курс, а все остальные отслеживают эти уведомления, при этом не отвлекаясь от вебинара со спикером.

Результат: в итоге неплохой профит на тестовом «бета-запуске» марафона. (длительность основной программы марафона — 5 дней).
И поскольку это всего лишь бета-тест,
то пространство для внедрения дополнительных фишек для геймификации просто огромно:
это и магазин товаров, и проверка домашних заданий,
и разделение на команды. И многое другое!



Вывод

Запуск с элементами Автогеймификации сейчас — это отличный инструмент, который позволяет:

- Увеличить количество продаж
- Получить активную аудиторию, которая ещё до начала продаж начинает просить у вас стоимость курса
- Получить крутые, зачастую восторженные, отзывы участников
- Получить рекомендации от участников марафона своим друзьям, а значит, качественную бесплатную рекламу для вашего продукта

КАПИБАРА НА СВЯЗИ

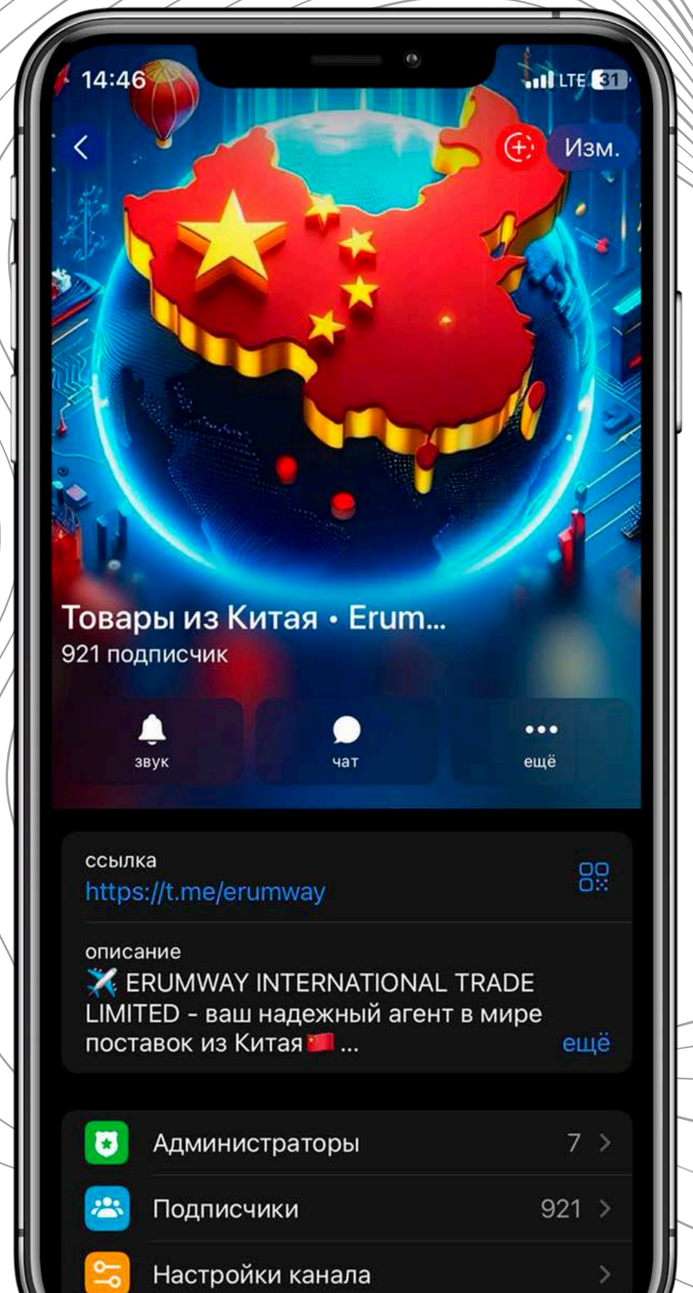
944 подписчика и заявки в Telegam-канале с нуля для компании ERUMWAY

Заказчик:

крупная консалтинговая компания в Китае. Предлагает полный объём услуг связанных с перевозкой грузов из КНР в страны СНГ, РФ.

Задача:

создание канала в Телеграм, выход на Российскую аудиторию предпринимателей, селлеров торгующих на маркетплейсах.
На момент обращения компания имеет опыт более 10 лет, работала с крупными фирмами по пошиву одежды, с Аэрофлотом, доставили 20 тонн бифторида и многое другое.

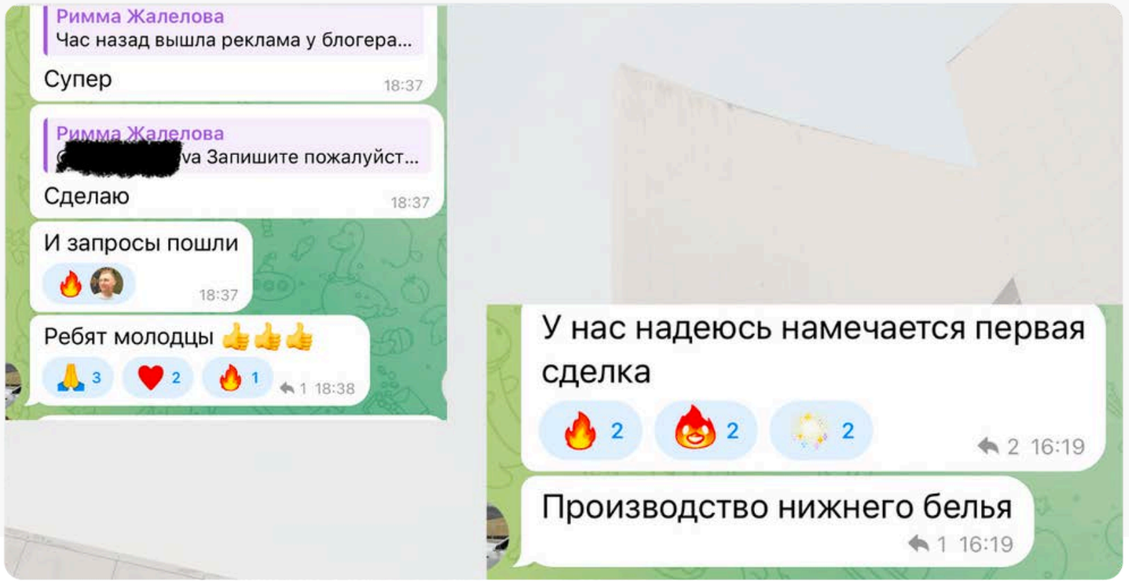


Что было сделано:

В команде со специалистами
по продвижению из агентства KAPIBARA был создан канал, разработано лого, фото канала, составлен контент - план.

Анализ конкурентов, анализ целевой аудитории. Составлен рекламный креатив. Подобраны каналы, под каждый сегмент ЦА. Собрали базу контактов для отправки крео.

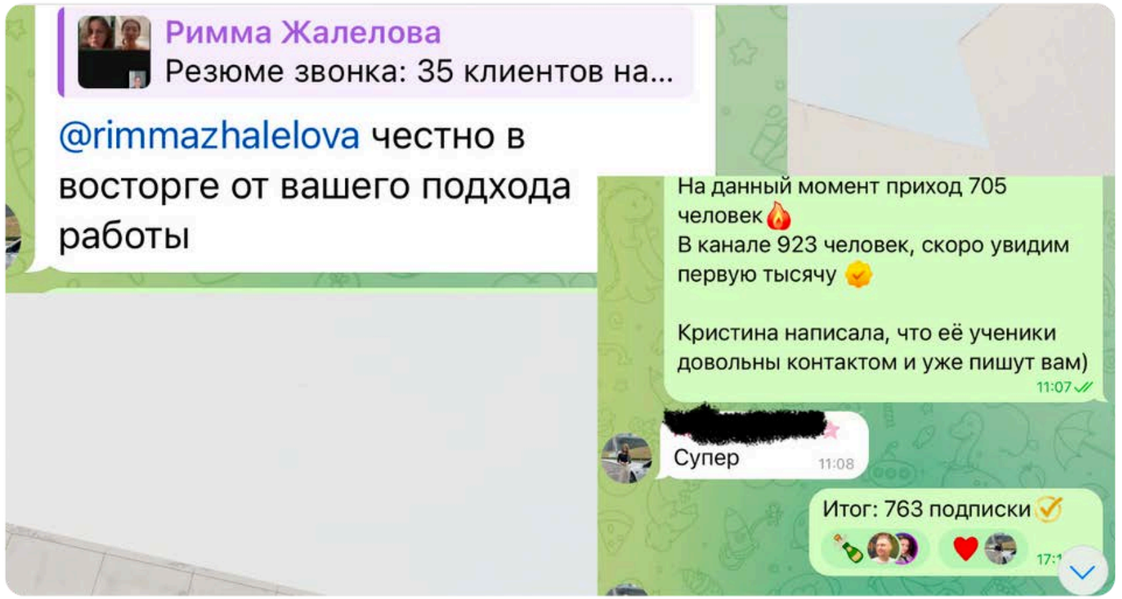
Уже за 1 месяц работы получили заявку на производство нижнего белья, производство джинс больших размеров в крупных партиях.



Благодаря качественному контенту
и грамотно подобранной рекламной стратегии
за 2 месяца работы смогли получить перелидоз.

Наше международное маркетинговое агентство KAPIBARA проделало обширную работу по разработке уникального брендового имиджа для компании ERUMWAY.

Мы начали с создания индивидуального логотипа, тщательно адаптируя его к тематике и основной деятельности заказчика.



Далее мы подобрали шрифтовые пары, которые эффективно передают эстетику бренда, а также высокую читаемость на фото и видео контенте. Составили описание компании на основе вводных данных, предоставленных клиентом, и тщательно проработали каждый аспект, чтобы обеспечить максимальную привлекательность и информативность текста.

Запуск рекламы

Первый тест объявлений на достижения целей: сообщения в директ + заготовки сообщений к записи.

Увеличили конверсию подписчиков в клиентов. Комфорт пользования каналом - одна из важных деталей. Совместно с техническим отделом разработали навигацию в виде интуитивно понятных кнопок, упрощающих поиск информации и переход по ссылкам.

Для более глубокого понимания бизнеса клиента мы подготовили подробный бриф с целевыми вопросами, на основе ответов мы составили стратегический контент-план, точно отражающий суть, цели компании и закрытие болей клиентов. Мы обеспечили постоянную активность канала, предоставив каналу голоса, что позволило регулярно оставаться на виду у аудитории, публикуя истории каждый день.

Вывод

1. Заявок на сотрудничество много, клиент с командой тщательно их обрабатывает.
2. Минимальный процент отписок. Хорошая вовлеченность аудитории.
3. За 2 месяца работы реализовано 73650₽ рекламного бюджета.
4. Приход составил 944 подписчика. Сотрудничество продолжаем.

КАПИБАРА НА СВЯЗИ

Skinethicnyc.
Восстановление кабинета и запуск рекламы.

Заказчик:

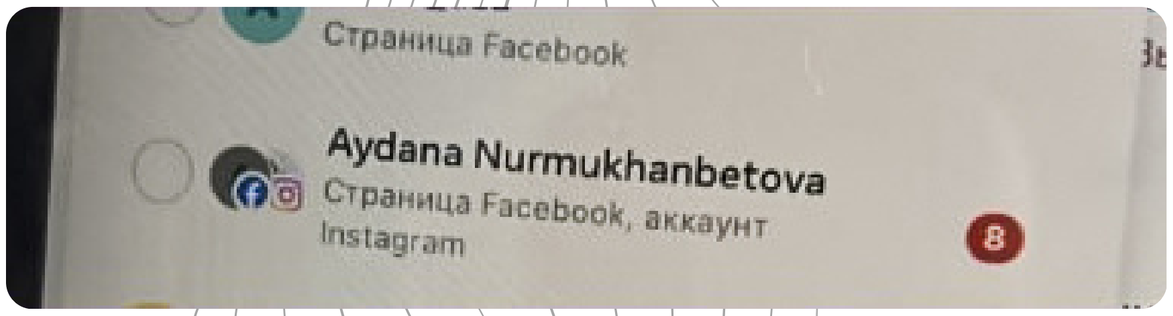
Американская косметологическая клиника. Оказывают услуги в Нью-Йорке и расширяются в другие штаты. Пришли по рекомендации, были большие проблемы с настройкой таргетированной рекламы.

Проблема:

- не может подключить кабинет;
- нет связи Интстаграм и Фейсбука;
- ограничения кабинета;
- никогда не запускали таргет.

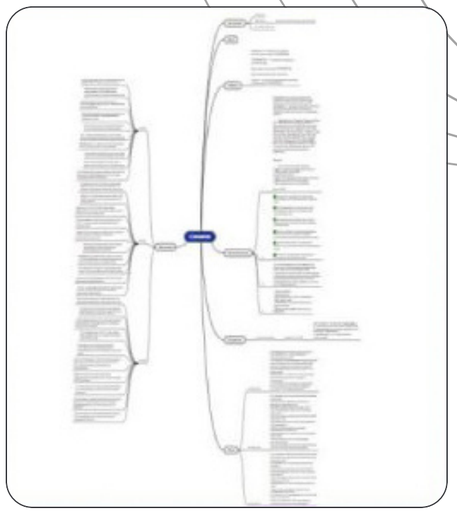
С чего начинали работу

1. Привязка аккаунта и восстановление всех доступов через ТП.



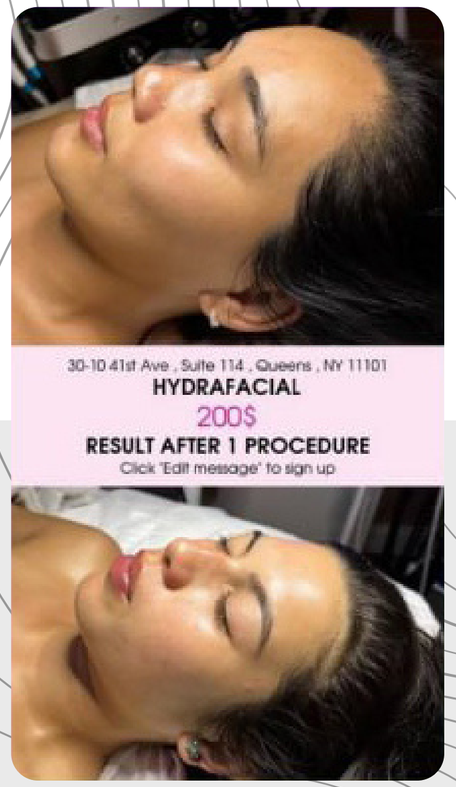
2. После восстановления и привязки Фейсбука к Инстаграму перешли к анализу ЦА и составления стратегии:

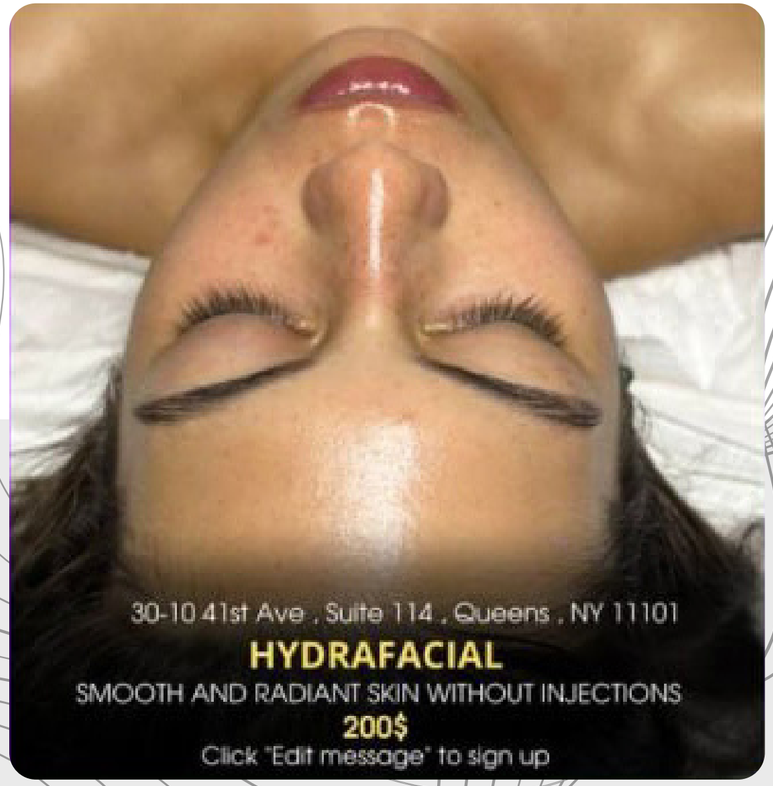
- прописали боли ЦА,
- проработали аватары,
- отработали возражения и путь клиента.



Запуск рекламы

Первый тест объявлений на достижения целей: сообщения в директ + заготовки сообщений к записи.





Результат запуска

1. Погрев аккаунта;
2. Кампания на посещение услуги.

4 [2] Начало перепис...	1 742	2 716	10,73 $ [2] За начатую переписку
17 Посещения профи...	263	295	0,39 $ За каждое посещение профиля ...

Снижение стоимости заявки

Запустили новые крео, прописали точечные боли в креативе. Оптимизировали кампанию и получили следующие результаты.

37 Начало перепис...	3 725	6 306	3,98 $ За начатую переписку

Снизили стоимость заявки на 64,78%.

Потратили: 320,29 USD
CTR: 2,68
Количнство сообщений: 51 (за месяц работы)
Получили 7 записей на процедуру со средним чеком 100 USD.

КАПИБАРА НА СВЯЗИ

CPC (все)	CTR (все)	Клики (все)
0,67 $	3,47%	219
1,01 $	1,90%	122
0,66 $	2,39%	65
0,41 $	5,42%	16
0,76 $ За клик	**2,68%** За показы	**422** Всего

ОСНОВАТЕЛИ АГЕНТСТВА

ЕКАТЕРИНА СМАГИНА

Основатель агентства | Agency founder
СММ-специалист 9 лет | SMM-specialist 9 years
Маркетолог 5 лет | Marketer 5 years
Основатель онлайн-школы | Online school founder
Эксперт по развитию и продвижению личного бренда
Expert in the development and promotion of personal brand

ДМИТРИЙ ПИРОГОВ

Основатель агентства | Agency founder
Маркетолог 4 года | Marketer 4 years
СММ-специалист 5 лет | SMM-specialist 5 years
Эксперт онлайн-школы | Expert of the online school
Профессиональный переводчик-лингвист | Interpreter
Экономист | Economist
10 лет опыта в продажах | 10 years experience in sales

НАША КОМАНДА

Екатерина Севергина

Офис-менеджер

Образование высшее “финансы и кредит”. Имеет прекрасные навыки работы с цифрами, способности к анализу и структурированию информации.

Наталия Каледич

Руководитель в SMM, куратор

Образование высшее юридическое. Обучалась у Dasha Cher, Наташи Панфиловой, lucy's рынок СММ в США. Надежная, инициативная, адаптивная, легко придумывает новое, высокие навыки работы с AI.

Дарья Коленская

Проджект-менеджер

Образование высшее экономическое, маркетолог. Прошла курс «Контент-менеджер» от Екатерины Смагиной. Находит общий язык с людьми. Эффективно работает в режим многозадачности,

НАША КОМАНДА

Галина Семёнова

Специалист по развитию бизнеса

Работает в маркетинге с 2018 года. За плечами более 200 успешных проектов. Работает с клиентами из РФ, Европы, США и Азии. Также является спикером в школе маркетинга Kapibara.

Римма Жалелова

Специалист по работе с Telegram-каналом

Высшее образование. Обучалась на многих курсах в сфере продвижения бизнеса. Честная, справедливая, ответственная, не боится сложных проектов, ищет новые возможности.

Расновская Лилия

Дизайнер

Образование высшее. Разрабатывает веб дизайн, полиграфию, наружную рекламу, рекламу в интернете, оформление соц. сетей. Быстро обучается новому, легка находит общий язык с клиентами.

НАША КОМАНДА

Анна Симоненко

Технический специалист

Образование неоконченное высшее экономическое. Прошла курс «ТехноБог» от Марии и Антона Литвиновых Проактивная, уделяет внимание к деталям, быстро адаптируется к новому.

Елена Ковшова

SMM-специалист

Образование высшее строительное. Проходила курс Инсталайф 2.0. Легко находит общий язык , хорошо чувствует характер человека, есть задатки психолога, эффективно планирует работу над проектами.

Алсу Сабирова

SMM-специалист

Первое высшее образование экономическое, маркетолог. Второе - руководитель туристических групп. Прошла курс InstaLife. Ответственная, коммуникабельная, работает с полной отдачей.

НАША КОМАНДА

Курдупова Нелли

SMM-специалист

Высшее образование. Закончила курс “СММ специалист”. Любит работать с таблицами и цифрами. Быстро новым различным программам. В работе использует творческий подход.

Татьяна Закис

SMM-специалист, контент-менеджер

Высшее образование. Прошла курс Instalife 2.0. Ответственная, эффективно работает в команде, находит общий язык с людьми. Хорошо владеет навыком вести переговоры.

Наталья Хобта

SMM-специалист, контент-менеджер

Имеет высшее образование. Для повышения квалификации прошла курс Instalife 2.0. Отличается общительностью, легко контактирует с людьми, ответственная.

НАША КОМАНДА

Виктория Савинова

SMM-специалист, контент-менеджер

Высшее образование “Режиссёр театра, преподаватель”. Прошла курс InstaLife, мобильный фотограф. Ответственная, быстро находит общий язык с людьми, владеет актёрским мастерством.

Юлия Загребельная

Контент-менеджер, куратор на курсе

Образование высшее, биолог, специализация генетика, дополнительное высшее - преподаватель биологии. Проходила курсы по SMM, есть диплом ТГУ. Честная, ответственная, исполнительная.

Мария Толмачёва

Контент-менеджер

Образование не оконченное высшее. Закончила курс по копирайтингу, SMM, по динамичному монтажу. Задачи выполняет оперативно, эффективно работает в режиме многозадачности.

НАША КОМАНДА

Елена Максименко

Контент-менеджер

Образование высшее - переводчик-референт. Повысила квалификацию в ТГУ по программе «Таргетолог и СММ-специалист», онлайн-курс “Менеджер”. Коммуникабельная, быстро обучается, ответственная.

Ольга Рыбчук

Контент-менеджер

Образование высшее экономическое, маркетолог. Прошла курс «Контент-менеджер» от Екатерины Смагиной. Находит общий язык с людьми. Эффективно работает в режиме многозадачности.

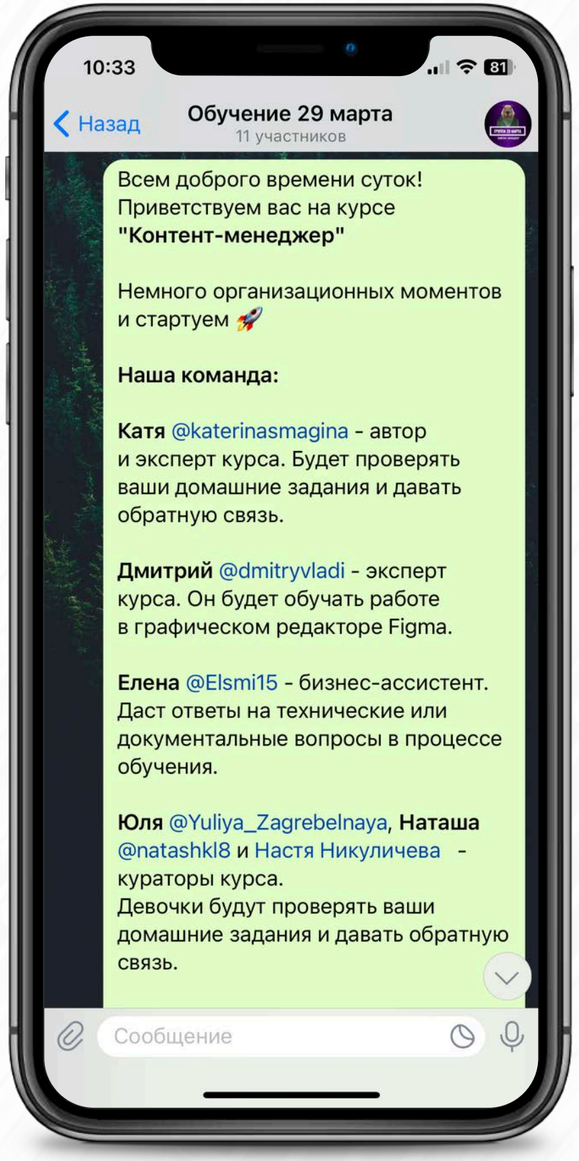
Анна Ветрова

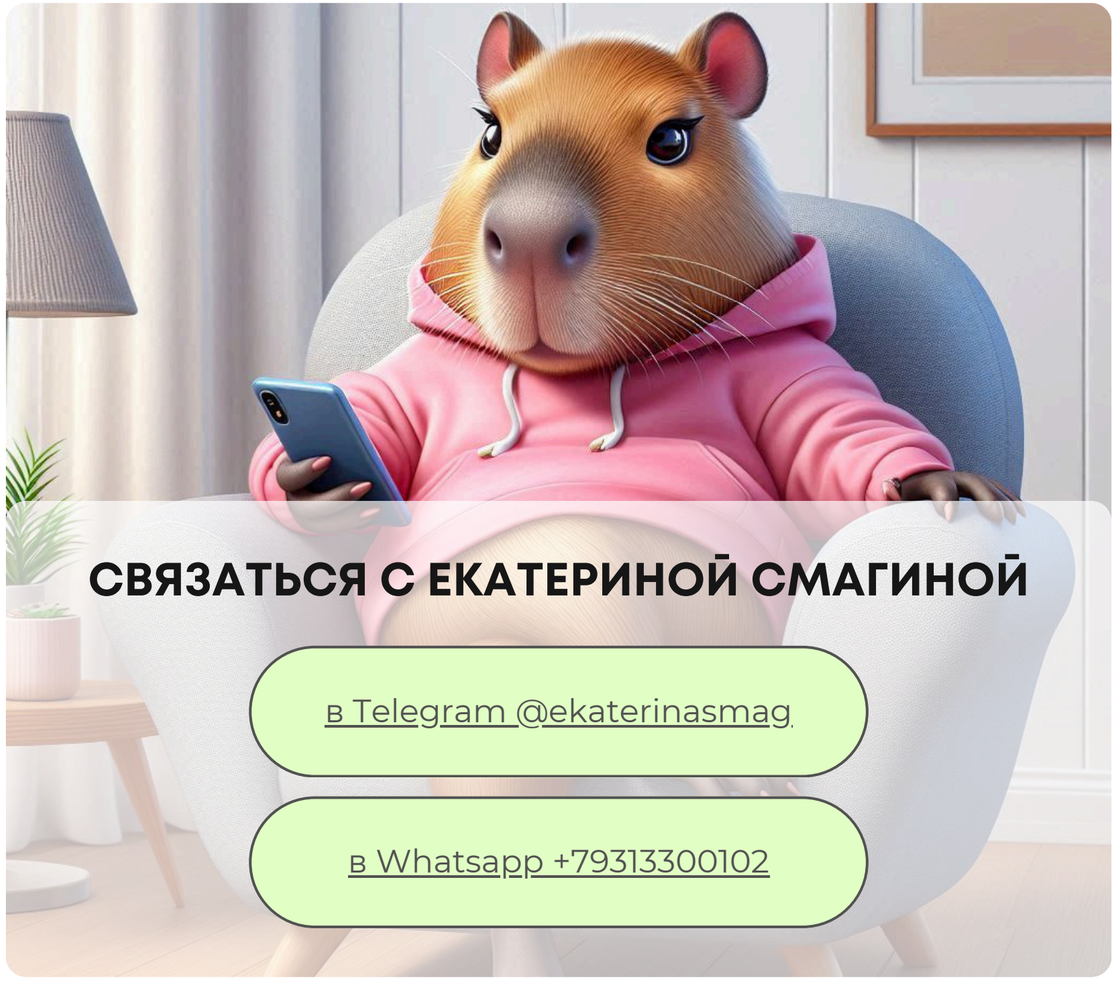
Копирайтер

Образование высшее в области психологии. Проходила курсы по SMM и копирайтингу. Сильные стороны: целеустремлённая, ответственная, легко анализирует информацию.

KAPIBARA - НАША ОНЛАЙН-ШКОЛА

- Обучаем профессии "Контент-менеджер" и "Таргетолог" с нуля до специалиста
- Профессиональное обучение экспертов и предпринимателей от ведущих СММ-специалистов
- Обучение в небольших группах на обучающих платформах с кураторами
- Качественная проверка домашних заданий и профессиональная обратная связь от экспертов курса
- После успешного прохождения курса вы сможете попасть в команду нашего агентства

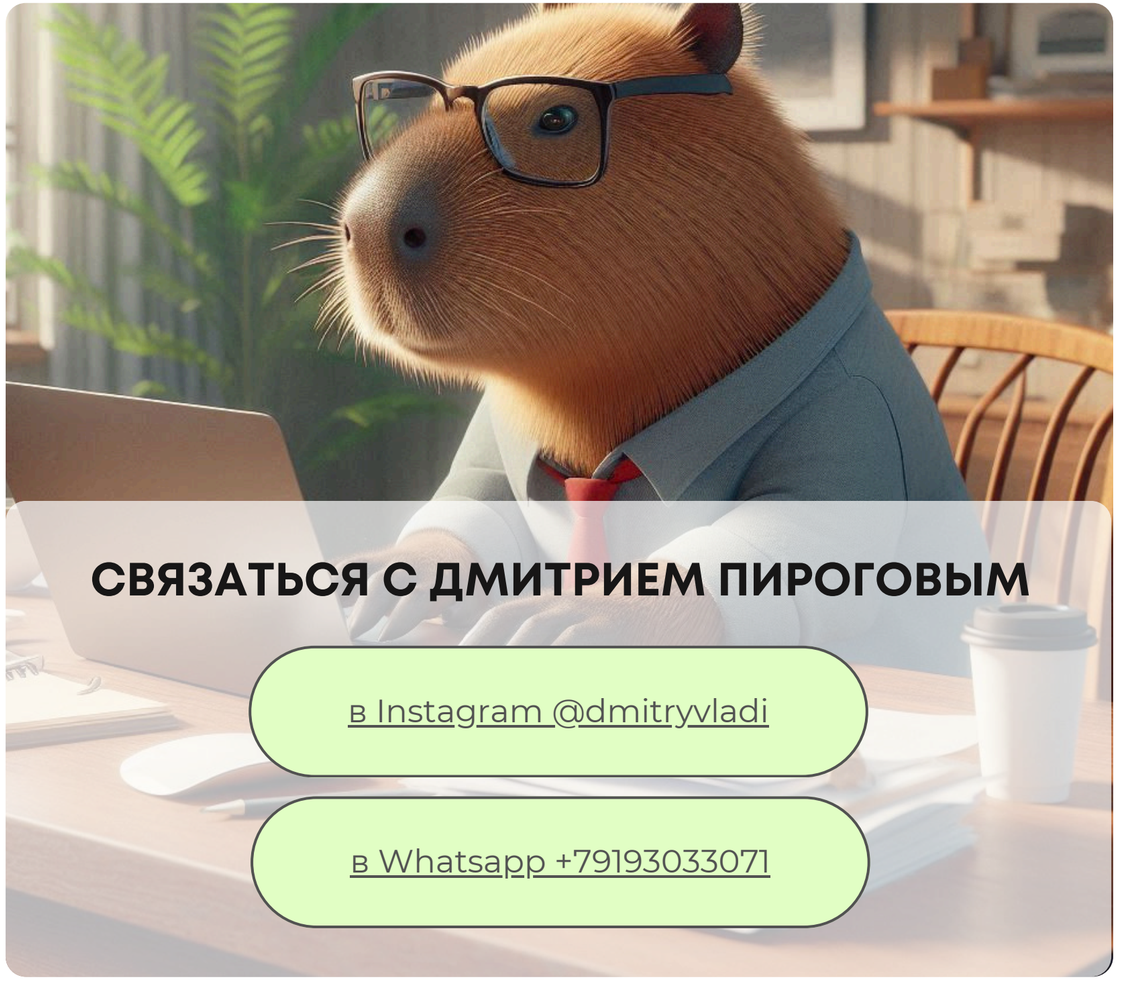




СВЯЗАТЬСЯ С ЕКАТЕРИНОЙ СМАГИНОЙ

в Telegram @ekaterinasmag

в Whatsapp +79313300102



СВЯЗАТЬСЯ С ДМИТРИЕМ ПИРОГОВЫМ

в Instagram @dmitryvladi

в Whatsapp +79193033071

ПЕРЕЙТИ НА САЙТ АГЕНТСТВА “KAPIBARA” →

kapibara.agency