

ТРИ КЕЙСА ПРОДАЖ С ПОМОЩЬЮ FACEBOOK



АНДРЕЙ ЗЮЗИКОВ

специалист по продвижению бизнеса в социальной сети Facebook
facebook.com/MasterskayaFS,
MasterskayaFanStranic.com.ua

В этой статье вы увидите три примера организации продаж услуг и товаров разной ценовой категории через Facebook: продажи через контент (розничные товары интернет-магазина электроники), продажи «в лоб» (тренинги для женщин) и продажи через сайты блогеров (автомобили).

Кейс №1.

Начну с примера продажи тренингов, в котором использовался новый вид рекламы в Facebook под названием «реклама лидов». Он позволяет собирать заявки, номера телефонов, email'ы, другие контактные данные (одним словом «лиды») прямо внутри публикации Ленты новостей Facebook. Таким образом, потенциальных клиентов не нужно уводить на внешний сайт, а владельцу бизнеса или маркетологу этот сайт нет необходимости создавать.

Как было ранее в обычном рекламном объявлении:

Реклама в Facebook > Трафик на одностороничный сайт > Регистрация

В этом варианте, чтобы получить результат, происходит 2 конверсии:

Конверсия #1 – переходы на сайт из рекламного объявления.

Конверсия #2 - конверсия перешедших посетителей в клиентов.

В такой схеме получать лиды по сравнительно небольшой цене можно только, если веб-страница, на которую ведется трафик, имеет очень высокую конверсию. В противном случае, стоимость целевого действия - подачи заявки - будет высокой.

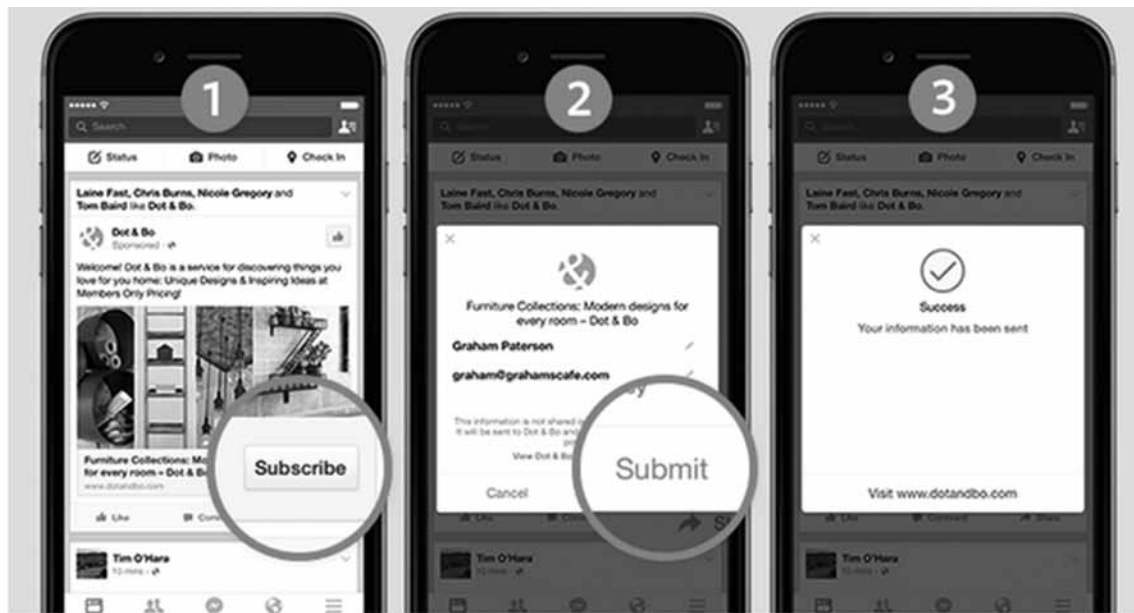


рисунок 1

Как это происходит в рекламе лидов
Рекламное объявление >
Регистрация

При взаимодействии с рекламой лидов оформить заявку/регистрацию можно всего за **1 клик!** Все необходимые поля автозаполняются согласно данным в Профиле пользователя.

Вот пример получения подписок на ви-

деокурс и продаж платного обучения.

ЦА: незамужние женщины 30-45 лет.

Цена – в рублях, а не в долларах, так как при настройке рекламного кабинета, выбирая «рубли», можно сэкономить на ставках рекламного аукциона. В рублях получаются ставки ниже, чем в долларах (см. рис. 2)

Настроенная рекламная кампания при дневном бюджете 3000 руб. (1000 грн) в среднем дает 100 лидов. Для сравнения, при таком же бюджете стоимость лида в

Кампании				Эффективность			
Название кампании	Статус	Результаты	Цена	Охват	Показы	Клики	
Как выйти замуж L...	Включен	5 Лиды (Форма)	24,90 р. За лид (Форма)	630	635	35	
Как влюбить Leads	Включен	28 Лиды (Форма)	33,02 р. За лид (Форма)	3 028	3 056	279	

рисунок 2

обычной рекламе была в 2 раза больше, от 65 до 80 руб. Стоимость клика обоих объявлений была одинаковая 3-4 руб.

Обращаю ваше внимание на то, что в объявлениях с низким CTR (менее 2%) стоимость получения лида будет всегда выше.

В зависимости от ЦА, географии клиентов и указанных интересов, на которые настраивается показ рекламы, стоимость получения лида будет разной. Например:

✓ Киев, Украина, бизнес, предпринимательство - от \$1 за лид;

✓ Украина, одежда, мода, покупки - от \$0,3 за лид.

*автор рекламной кампании, мой коллега
Михаил Фомин*

Кейс №2.

Прошлый год и, тем более, год 2016 в Facebook считается годом «видео». Социальная сеть продвигает этот вид контента всеми силами, у видеопубликаций самый большой бесплатный охват по сравнению с другими видами публикаций, поэтому видео, на данный момент, публикуются чаще всего бизнес-страницами в Facebook. Если вы проанализируете свою Ленту новостей, то убедитесь в этом.

Видеообзоры товаров могут использоваться для продаж, например, интернет-магазинами электроники и цифровой техники. Чем интереснее, востребованнее товар, тем больше продаж принесет такой подход.

В этом кейсе на бизнес-страницу интернет-магазина был загружен обзор видеокмеры, которая передает видеосигнал прямо на мобильный телефон владельца (см. рис. 3)

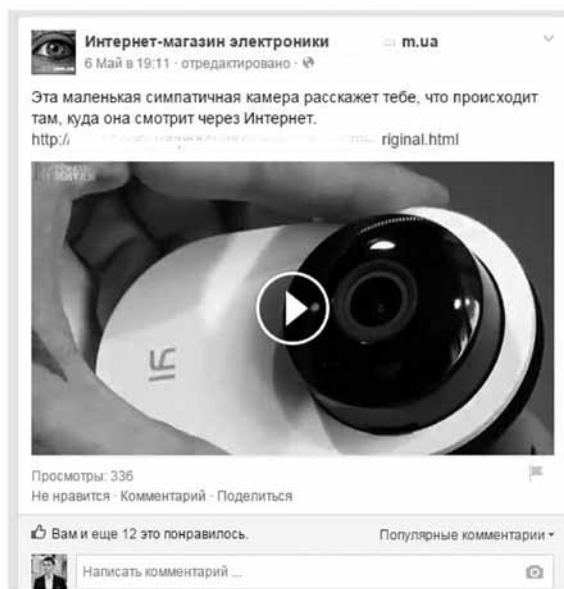


Рисунок 3



Рисунок 4

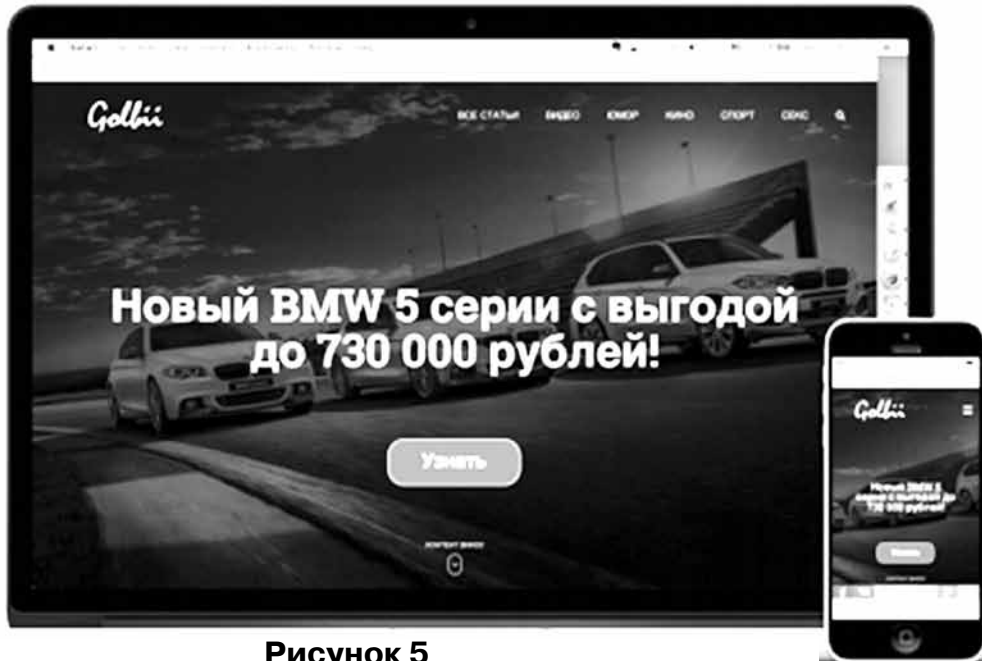


Рисунок 5

TRAFFIC

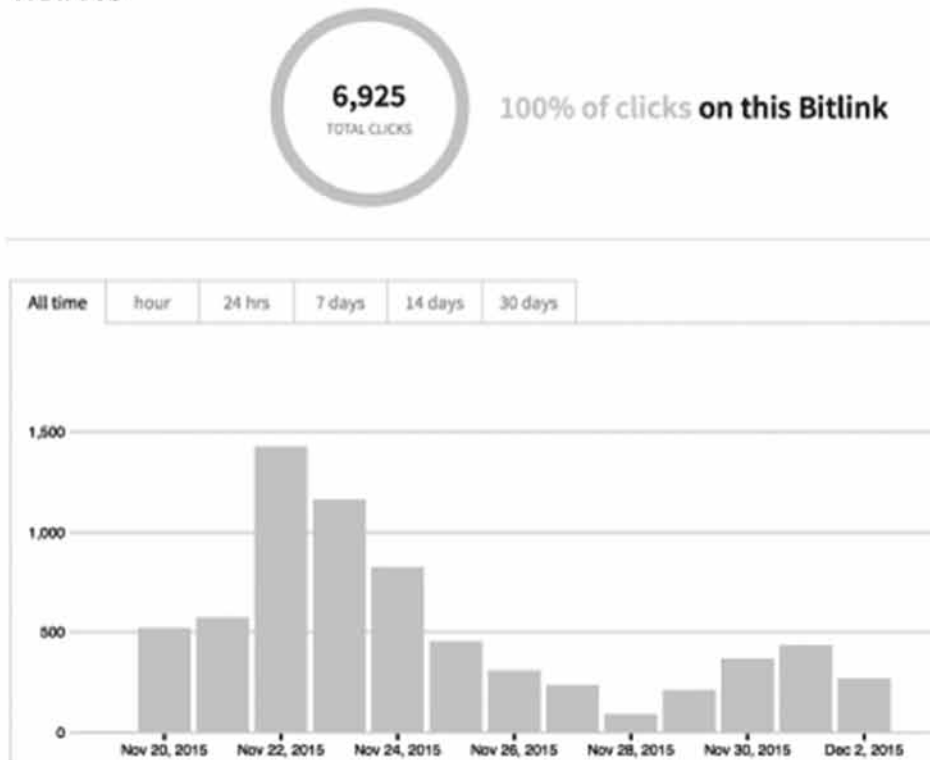


Рисунок 6

№	Дата и время	Тип	Источник	Модель	Статус	UTM_source	UTM_medium	UTM_campaign
019311	30.11.2015 08:00	Предложение	Golbi	X5	В работе	golbi	banner	golbi
019288	29.11.2015 15:00	Предложение	Golbi	7	Закрыта	golbi	banner	golbi
019167	27.11.2015 11:44	Предложение	Golbi	5	В работе	golbi	banner	golbi
019143	27.11.2015 07:17	Предложение	Golbi	5	Закрыта	golbi	banner	golbi
019026	25.11.2015 03:02	Предложение	Golbi	5	Закрыта	golbi	banner	golbi
019025	25.11.2015 03:02	Предложение	Golbi	5	В работе	golbi	banner	golbi
019024	25.11.2015 03:02	Предложение	Golbi	5	Закрыта	golbi	banner	golbi
018985	24.11.2015 10:41	Предложение	Golbi	X5	Закрыта	golbi	banner	golbi
018955	23.11.2015 19:30	Предложение	Golbi	X5	Контракт	golbi	banner	golbi

Рисунок 7

Сразу же на эту публикацию была запущена реклама в Лентах новостей пользователей Facebook, проживающих в Украине, 25-45 лет, которые интересуются: видеокameraми, видеонаблюдением.

Уже в первые часы, при затратах \$3 был получен первый заказ на сумму \$50. Заказы оформляются традиционно на сайте интернет-магазина. Для этого в публикации специально указывается прямая ссылка на товар. В дальнейшем этот формат рекламы был взят на вооружение владельцем магазина и все продажи происходили именно через рекламу видеопубликаций.

Кейс №3.

Через Facebook можно продавать даже автомобили. Для этого можно использовать двухшаговую комбинацию. Продать в лоб сложно, но если использовать сайт популярного блогера, который является дружественным для посетителей этого сайта и разместить на нем «правильный» банер, то можно получить продажи.

В этом кейсе схема продаж была следующей:

Любая публикация на бизнес-странице блогера в Facebook > Трафик на сайт > Банер на сайте > Заявки на покупку автомобиля.

Здесь ключом к успеху являются три фактора:

- количество трафика (это должны быть

10-ки тысяч переходов каждый день),

- ЦА сайта должна совпадать с ЦА потенциальных покупателей автомобиля,

- уникальное товарное предложение на самом банере с переходом на подготовленную веб-страницу, где оставляются заявки.

Итак, у официального автодиллера есть веб-страница со спецпредложением (см. рис. 4)

Чтобы на нее привести целевой трафик, на познавательно-развлекательном сайте блогера размещается банер вверху сайта (см. рис. 5)

Блогер каждый день делает ту же самую работу, что и обычно: публикует на своей бизнес-странице в Facebook ссылки на новые статьи на своем сайте. Подписчики бизнес-страницы переходят на сайт и видят это банер. Все просто.

Рекламная кампания длилась 2 недели. За это время на сайт перешло больше 180 000 человек, по банеру кликнуло больше 6900 человек, автодиллер получил 2 продажи (см. рис. 6,7).

Для отслеживания источников перехода использовались UTM-метки Google.

Как видите, социальные сети, и в частности Facebook, могут давать продажи. Вопрос только в подходе. Помните, как в рекламе: «Не люблю кошек. Ты просто не умеешь их готовить». В продажах через Facebook тоже самое. Желаю вам в 2016 году подъема вашего бизнеса и больших продаж.

ТРЕНИНГ УКРАИНСКОЙ АССОЦИАЦИИ МАРКЕТИНГА



Продвижения бизнеса в Facebook. 2016

Участники этого тренинга, успешно воплотившие знания на практике, привлекают от 7200 поклонников на свои бизнес-страницы Facebook в год.

Тренер Андрей Зюзиков

Программа тренинга «Продвижения бизнеса в Facebook. 2016»

Когда: 13 февраля 2016 года

Время: 10.00-17.00

Где: Киев, КНЭУ, проспект Победы 54/1, ауд. 334, главный корпус

Способы позиционирования в Facebook

- ✓ Особенности социальной сети Facebook. Тренды 2016 года.
- ✓ Формирование цели.
- ✓ Каких целей может достигать бизнес в Facebook.
- ✓ Ключевые показатели эффективности продвижения в Facebook
- ✓ Чек-лист анализа целевой аудитории.
- ✓ 4 ресурса для анализ конкурентов.
- ✓ Разбор стратегии построения взаимоотношений.
- ✓ Разбор стратегии быстрых продаж.

Контент-план ведения бизнес-страницы в Facebook

- ✓ Чек-лист эффективно настроенной бизнес-страницы компании.
- ✓ Какой контент публиковать.
- ✓ Как часто.
- ✓ Как повышать охват и вовлеченность.
- ✓ Лавинообразное привлечение новых поклонников на бизнес-страницу за счет вирусного контента.
- ✓ Примеры успешной контент-стратегии.

Привлечение новых поклонников с вашего сайта:

- ✓ Виджеты Facebook.
- ✓ Плагин Страницы.
- ✓ Кнопка Нравится.

Настройка и особенности таргетированной рекламы в Facebook

- ✓ Возможности таргетинга.
- ✓ Ремаркетинг.
- ✓ Другие фишки таргетинга.
- ✓ Подводные камни.
- ✓ 4 Рекламные стратегии.
- ✓ Успешные примеры продвижения бизнес-страниц.
- ✓ Успешные примеры продаж.
- ✓ 2 ключевых показателя эффективности рекламы.

Как выстроить воронку продаж в Facebook

- ✓ Воронка продаж для услуг.
- ✓ Воронка продаж для физических товаров.
- ✓ Воронка продаж для цифровых товаров.

Стоимость участия 480 грн вт.ч. НДС 80 грн

Адрес проведения КНЕУ проспект Победы 54/1, ауд 334 Киев

Контакты организаторов 0677758561, iryna.lylyk@kneu.ua

Подробнее <http://www.uam.in.ua/rus/sertification-i-treningi/timetable/trainings/3549/>