

# 65 лидов и 24 продажи в Инстаграм для интернет-магазина искусственных цветов “Альфацвет”

Заказчик: [Интернет-магазин искусственных цветов “Альфацвет”](#)

Инстаграм: [https://www.instagram.com/alfacvet\\_shop/?r=nametag](https://www.instagram.com/alfacvet_shop/?r=nametag)

## Начало работы

*В начале февраля к нам в компанию “НеКидаем” обратился интернет-магазин искусственных цветов “Альфацвет” с запросом о продвижении компании в Инстаграм.*

*Цель рекламной кампании - привлечение лидов и повышение уровня узнаваемости компании “Альфацвет”.*

*Одна из важных просьб заказчика - запустить рекламную кампанию уже к концу февраля, т.к спрос у данной ниши сезонный, а именно - весна.*

## Что имеем на старте:

1. Сайт интернет-магазина “Альфацвет.
2. Контекстная реклама на сайт (работает уже длительный период).
3. Отсутствие у компании соц.сетей. Был неудачный опыт продвижения интернет-магазина через соц. сеть “Вконтакте”, сейчас группа неактивна.

## Что было сделано:

**Этап 1.** Создание и оформление [аккаунта в Инстаграм](#).

- Описание компании в шапке профиля с указанием основных УТП
- Вечные сторис
- Ссылка на сайт с UTM-меткой в шапке профиля

**Этап 2.** Наполнение профиля контентом

- Публикация постов с популярными на сайте позициями, создание подборок с бюджетными и премиальными товарами интернет-магазина.
- Публикация сторис с товарами интернет-магазина

**Этап 3.** Запуск рекламной кампании в Инстаграм

Запустили трафик на аккаунт Инстаграм и сайт интернет-магазина.

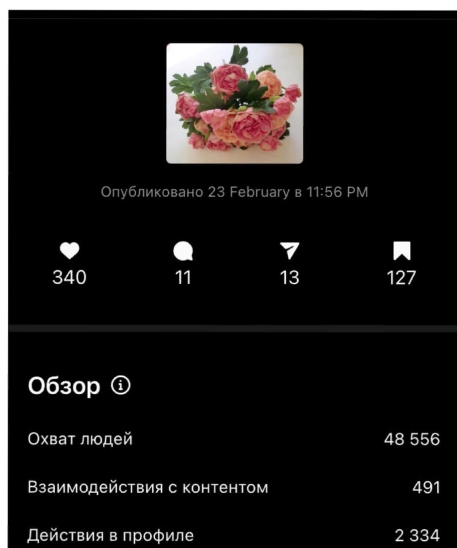
Было протестировано три потенциально целевые аудитории:

- 1) аудитория по интересам. Использовались интересы связанные с декорациями, ландшафтным дизайном, декоративными растениями, творчеством и т.д.;
- 2) аудитория, взаимодействующая с сайтом за последние 180 дн;
- 3) 1st (похожая аудитория), на аудиторию, взаимодействующую с сайтом интернет-магазина;
- 4) запуск промпостов на автоматически заинтересованную аудиторию.

На тестовом периоде было выявлено, что самые эффективные аудитории - 1 и 3 (из списка выше). А наиболее результативная площадка для ведения трафика - Инстаграм.

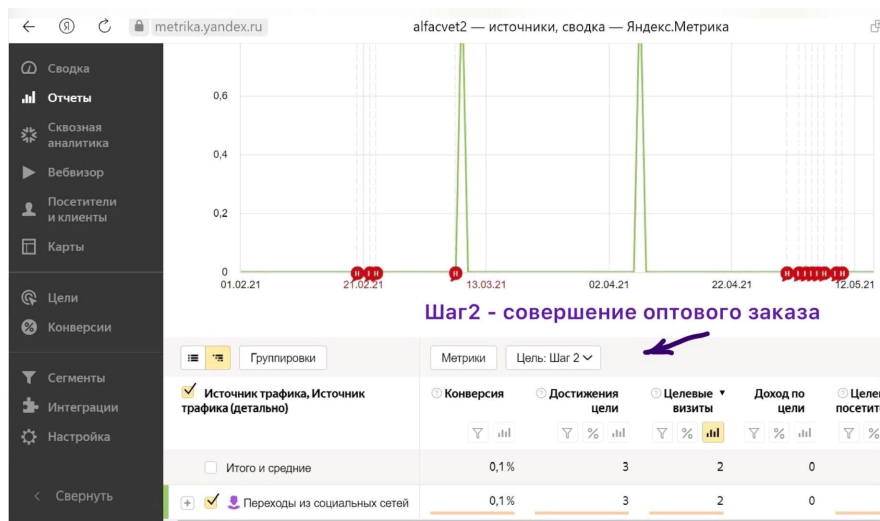
Также хороший результат показали промпосты. По данным объявления было зафиксировано большое количество переходов на сайт, подписок и взаимодействий (репосты, сохранения). Да, это не ключевые показатели, но они подтверждают, что мы на верном пути!)

Ниже на скринах представлена статистика по одному из продвигаемых постов с кол-вом репостов, сохранений и переходов на сайт.



Объявления на аудиторию, взаимодействующую с интернет-магазином "Альфацвет" были отключены, так как по данной кампании был получен отрицательный результат: высокая цена за клик (33,6 руб.), относительно других аудиторий (4,5 руб. - 5,5 руб. за клик).





Рекламная компания была остановлена в связи с окончанием сезона продаж в данной нише. Клиент доволен результатом и нацелен на продолжение сотрудничества в следующем сезоне.

В свою очередь мы составили заказчику список рекомендаций для повышения продуктивности рекламной стратегии в новом рабочем периоде. Основные из них - увеличение рекламного бюджета для возможности тестирования большего количества рекламных креативов и аудиторий, а также продвижение интернет-магазина "Альфацвет" на новых площадках.