

Кейсы

SMM И РАЗВИТИЕ САЙТА

КОМПАНИЯ: GET READY POWDER

Цели:

- Создать постоянный поток заказов
- Систематизировать обработку заказов
- Настроить базовую CRM
- Настроить автоматическую обработку заказов с сайта

Что было сделано?

- Переработан контент-план Instagram-аккаунта: увеличен поток контента, увеличена доля интерактивного контента, создан качественный продуктовый контент
- Запущена таргетированная реклама
- Созданы скрипты обработки заказов
- Настроена внутренняя CRM сайта на платформе Tilda
- Подключена система СДЭК для автоматизации обработки

Результаты:

- Обработка заказов оптимизирована на 80%
- Рост подписчиков на 1000 человек за 1,5 месяца
- Рост количества заказов в 2,5 раза

SMM

КОМПАНИЯ: АГРОКУЛЬТУРА ГРУПП

Цели:

- Перезапустить социальные сети компании
- Запустить социальные сети для бренда компании "Зеленый Стандарт"
- Привлечь новых потребителей

Что было сделано?

- Разработана коммуникационная стратегия для компании и бренда
- Обновлен дизайн социальных сетей
- Запущена таргетированная реклама
- Организовано создание контента непосредственно на площадке компании (теплицах холдинга)

Результаты:

- Привлечено более 400 целевых подписчиков за месяц
- Создан органически продвигающийся контент: полезные посты и развлекательные видео

РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И РАЗВИТИЕ САЙТА

КОМПАНИЯ: ЮРИДИЧЕСКАЯ ФИРМА "ШАПОВАЛОВ ЛЯПУНОВ ЗАРИЦКИЙ И ПАРТНЁРЫ"

Цели:

- Увеличить приток клиентов
- Нарастить клиентскую базу
- Создать комплекс рекламных материалов для продвижения компании
- Создать эффективную систему продвижения услуги по легализации объектов самовольного строительства в условиях затрудненного сбора данных

Что было сделано?

- Полностью обновлен сайт компании
- Внедрена система обработки входящих заявок
- Созданы печатные и электронные рекламные материалы для создания рассылок
- Создана автоматизированная база данных проверок объектов из официальной информации различных государственных органов

Результаты:

- Обработка заказов оптимизирована на 60%
- Клиентская база увеличена более чем на 100 контактов
- Автоматизированная база данных позволила проводить рекламную кампанию, нацеленную на клиентов, которые еще не столкнулись с проблемами, но с высокой долей вероятности столкнутся в течении ближайшего года

DIGITAL PR

КОМПАНИЯ: ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КОНСАЛТИНГ SHARES PRO

Цели:

- Увеличить присутствие компании в медиапространстве
- Обеспечить выход компании в ключевые СМИ

Что было сделано?

- Организован регулярный мониторинг запросов СМИ
- Организован регулярный newsjacking для формирования пула актуальных тем
- Создан пул изданий и журналистов для выстраивания долгосрочных коммуникаций

Результаты:

- Материалы и экспертные комментарии компании выходили в СМИ не менее 5 раз в месяц
- Материалы компании выходили в таких изданиях как Rusbase, Marie Claire, Finversia, Инвест-Форсайт

DIGITAL PR

КОМПАНИЯ: ПРОИЗВОДИТЕЛЬ БЫТОВОЙ ХИМИИ GRASS

Цели:

- Увеличить присутствие компании в медиапространстве
- Обеспечить выход компании в ключевые бизнес-СМИ

Что было сделано?

- Организован регулярный мониторинг запросов СМИ
- Организован регулярный newsjacking для формирования пула актуальных тем
- Создан пул изданий и журналистов для выстраивания долгосрочных коммуникаций
- Был организован пресс-тур на завод компании в г. Волжский Волгоградской области

Результаты:

- Материалы и экспертные комментарии компании выходили в СМИ не менее 5 раз в месяц
- В пресс-туре приняли участие более 15 изданий
- По итогам пресс-тура вышло более 10 публикаций, в том числе в печатных изданиях
- Материал о компании вышел в РБК Про

INFLUENCE-МАРКЕТИНГ

КОМПАНИЯ: DUTYBOX (ДОЧЕРНЯЯ КОМПАНИЯ GRASS)

Цели:

- Увеличить уровень осведомленности о марке
- Создать пул лояльной аудитории среди блогеров и их аудитории

Что было сделано?

- Подобраны блогеры, соответствующие миссии, маркетинговым и коммуникационным целям компании
- Организована рассылка подарочных боксов ключевым блогерам
- Собрана обратная связь

Результаты:

- Подарочные боксы были получены более 300 блогерами и 10 интернет-изданиями
- PR Value составил более 6 млн руб
- Общая аудитория акции составила более 4 млн человек