

Кейс категории «Продукты питания»

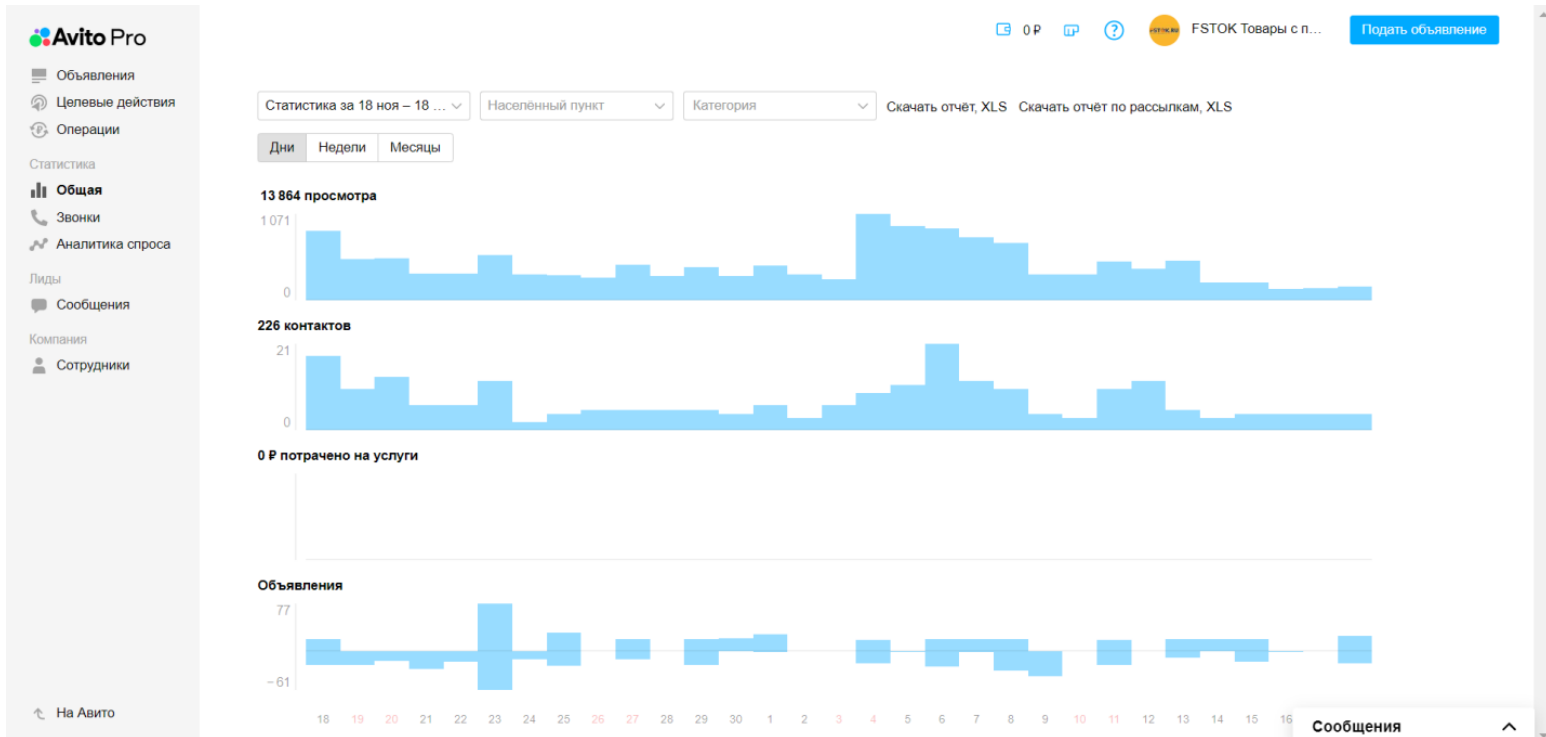


Рис.1 Результаты работы за месяц

За месяц работы было размещено 305 объявлений. **Результатам размещения являются следующие показатели: количество просмотров 13864, количество контактов 226, на услуги продвижения потрачено 0.**



Рис.2 Результаты стратегии по клиенту категории продукты питания

Запрос со стороны интернет-магазина продуктов питания вернуть показатели лучших периодов активности, то есть вывести объявления в рекомендации, повесить количество лидов. С нашей стороны был проведен анализ спроса и предыдущий опыт работы, анализ текста. Смена стратегии на регулярные публикации в оптимальном количестве удобном для Заказчика в части

предоставления информации и ценовой политики. Рекомендованы необходимые товары, которые помогли выдвинуть нас в рекомендации без продвижения и накрутки поведенческого фактора. Исправлен текст с точки зрения логики, добавлены теги, и поисковые запросы. Анализ конкурентов в части текста. Добавлена необходимая информация в текст, например, срок годности. Мы видим увеличение просмотров, увеличение лидов, что при нашей стратегии количество лидов всегда выше среднего. Результат был достигнут за неделю, и поддерживался в течении трех месяцев до момента внесения правок в стратегию со стороны Заказчика. Учитывалось пожелание Заказчика указывать сайт, противоречащее политике Авито, добавляющее трудности при публикации, а так же размещение информации о соц. сетях, при сохранении уровня просмотров, количество лидов стало снижаться за отсутствием необходимости делать запросы в чат или совершить звонок, а сразу перейти на сайт и сделать заказ. Учитывались все пожелания заказчика и реализовывались по мере возможностей. На текущий момент сотрудничество прекращено из-за невозможности обеспечить необходимые показатели при всех пожеланиях заказчика.