

# Как комплексный подход к запуску медийной кампании дал кратный рост продаж?

Маргарита Чаплыгина

Руководитель группы поддержки медийных продаж, Яндекс

Вячеслав Фролов

Руководитель группы платного трафика, «Лазурит Мебель»

# Сегодня с вами



Яндекс

**Маргарита Чаплыгина**  
Руководитель группы поддержки  
медийных продаж



«Лазурит Мебель»

**Вячеслав Фролов**  
Руководитель группы  
платного трафика



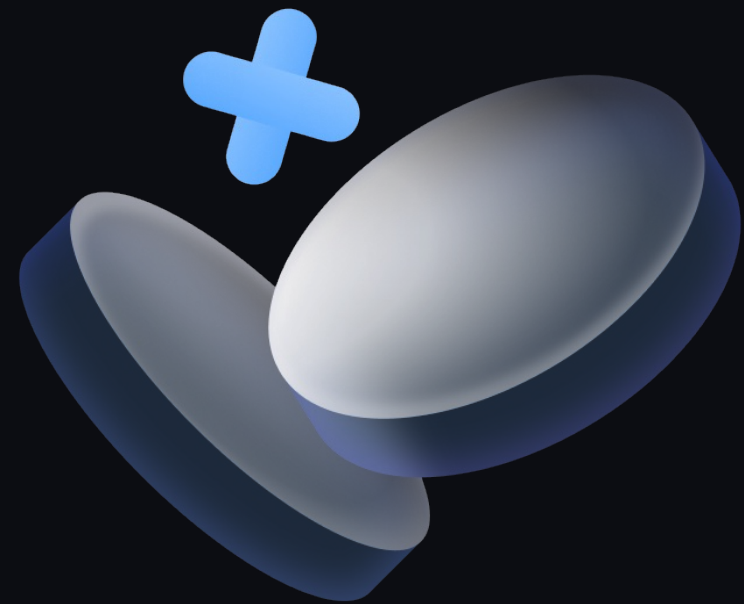
# О бренде

«Лазурит Мебель» — один из крупнейших мебельных магазинов в России.

«Лазурит Мебель» продаёт корпусную и мягкую мебель. Около 90 % аудитории смотрит каталог онлайн, а затем покупает мебель в офлайн-магазине

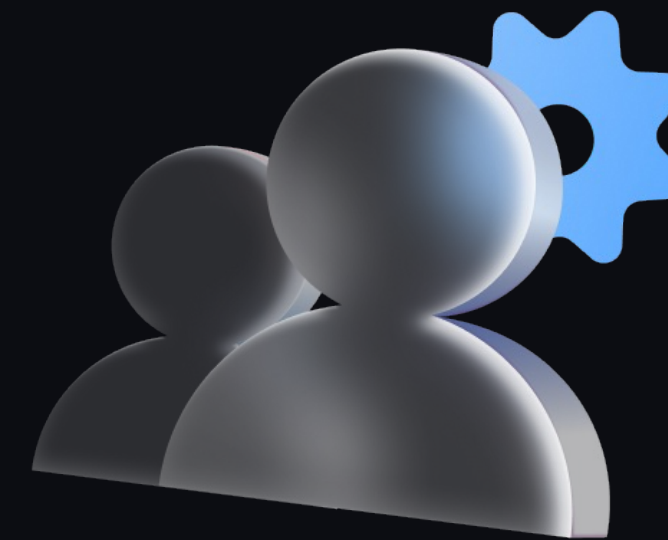


# Задачи кампании



**Поддержать новую коммуникационную стратегию**

В фокусе которой — забота о клиенте



**Определить эффективную конфигурацию охватной РК**

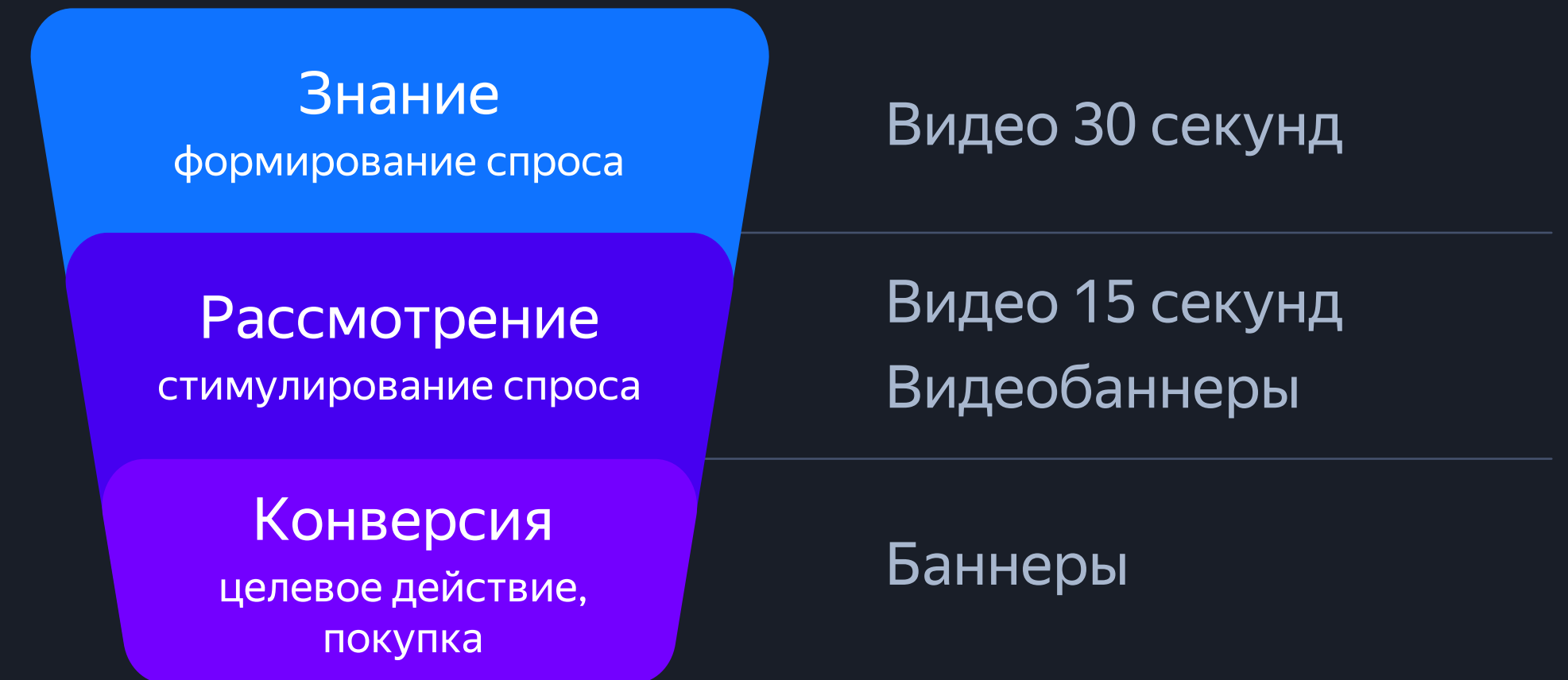
Для максимизации конверсии на сайте и дохода с есом-продаж

# 2 подхода

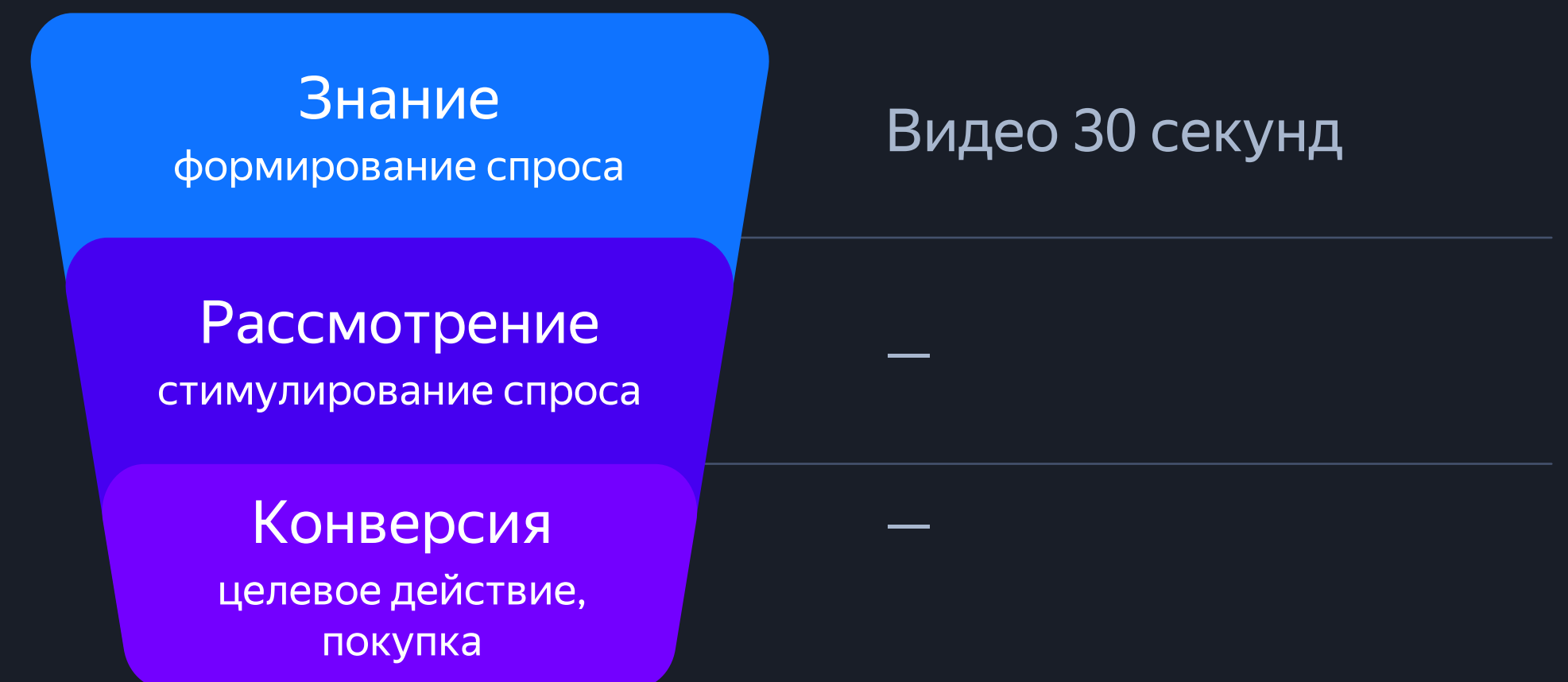
Комплекс форматов  
и монозапуск охватного видео

- 📅 **Сроки:**  
ноябрь — декабрь 2022 года
- 🚩 **В качестве таргетинга выбрали базовые сегменты таксономии Директа:**
  - Возраст аудитории — от 18 до 54 лет
  - Доход — средний и выше
  - Интересы — «Мебель», «Дизайн интерьера», «Жилая недвижимость в новостройках»
- ⚙️ **Для эксперимента сегменты аудитории разделили на две непересекающиеся группы, на которые были запущены кампании А и В**

## Кампания А



## Кампания В





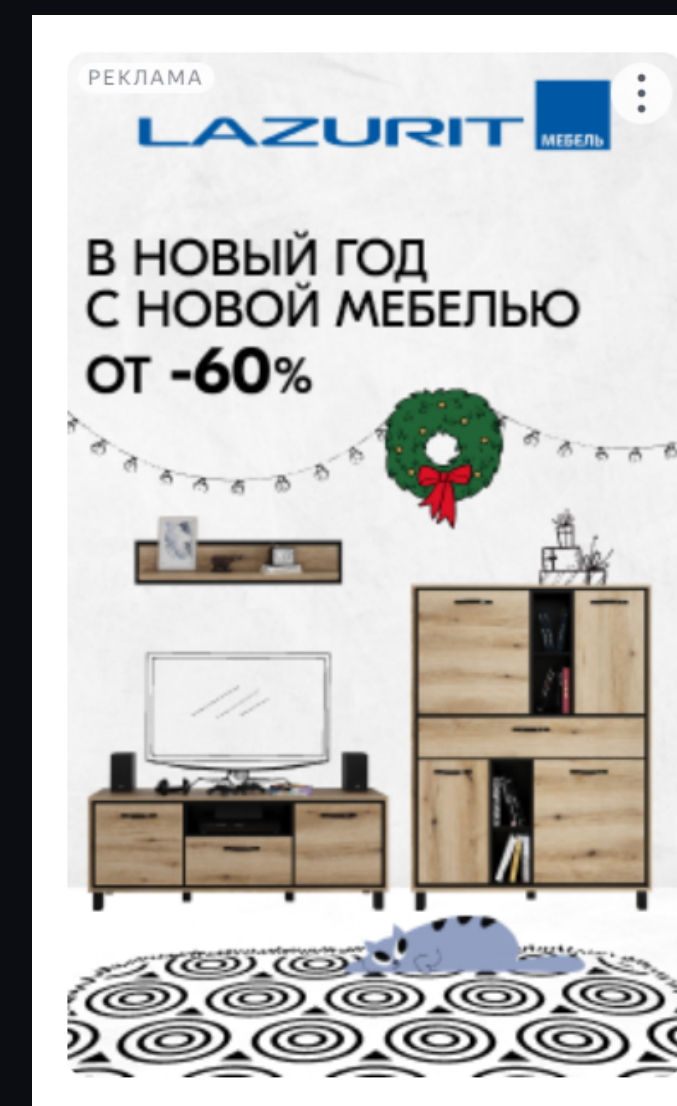
# Кампания В

✓ Видео 30 сек.



# Кампания А

- ✓ Видео 30 сек.
- ✓ Видео 15 сек.
- ✓ Баннеры



**Комплексный подход помог  
удержать аудиторию на сайте  
и «подогреть» интерес**

**×2**

дольше длительность сеанса  
при проработке воронки





# Работа на всех этапах воронки даёт сильный brandformance-эффект

**×8**

Больше post-view покупок  
при комплексном подходе

**×6**

Выше доход по цели «Есот-  
покупка» у тестовой группы

# Более половины покупок совершили пользователи, которые контактировали с рекламой **3 раза**

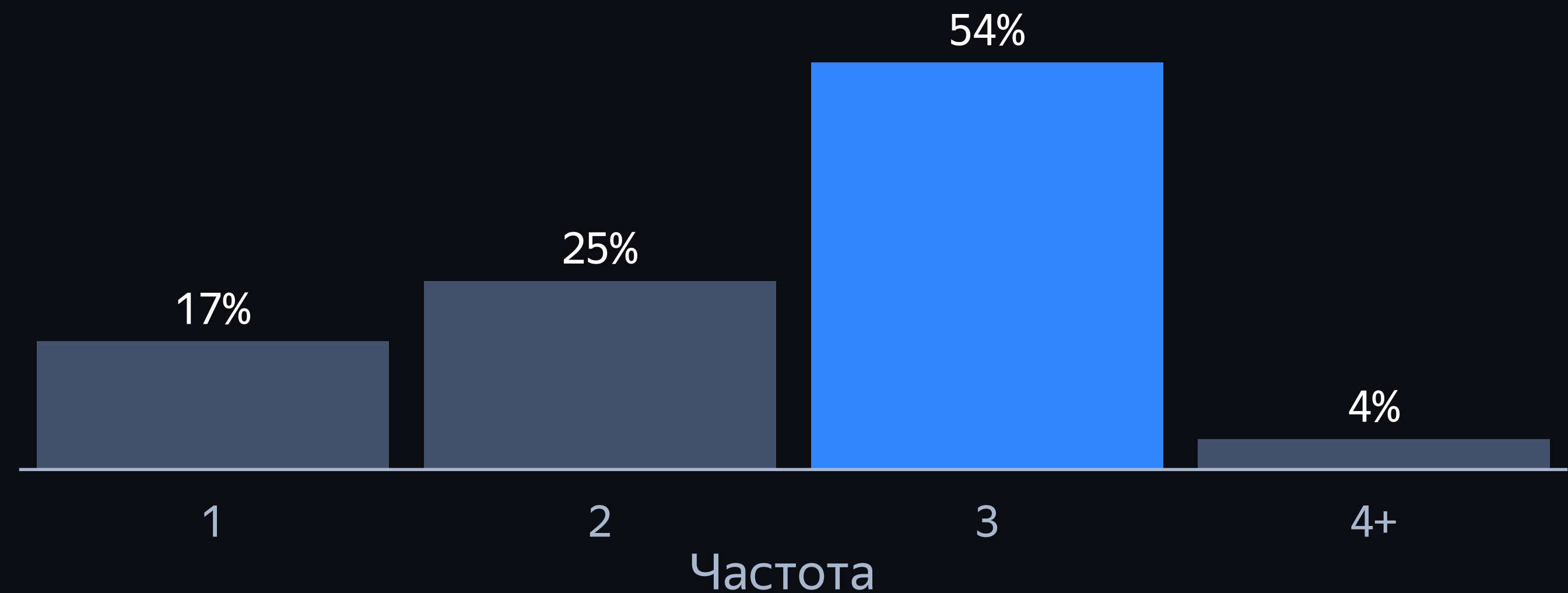
3,4

Частота Кампании А

1,9

Частота Кампании В

Доля покупок



# Польза для бизнеса

+140%

---

CR в покупке

+530%

---

Доход



# Вместо выводов: составляющие успеха

Работайте  
на всех этапах  
воронки

1

Тестируйте  
форматы  
и подходы

2

Не бойтесь  
усложнять

3

# Желаем успешных рекламных кампаний!

Маргарита Чаплыгина  
Руководитель группы  
поддержки медийных  
продаж, Яндекс

Вячеслав Фролов  
Руководитель группы  
платного трафика,  
«Лазурит Мебель»