

→ **Продвижение**
платформы
для локального
бизнеса.

«Сделано в Москве».

Миссия проекта.

- №1** Создать комьюнити производителей Москвы
- №2** Дать поддержку города в продвижении
- №3** Создать дополнительный канал продаж для предпринимателей
- №4** Показать традиции московского производства
- №5** Сделать авторский медиа ресурс про локальные бренды

Плановые результаты проекта.

e-promo |



Участники

Медиа

Маркетплейсы

2 000+

брендов

1,5+ млн

уникальных
посетителей портала
сделановмоскве.рф

60%

рост продаж
на маркетплейсах
за 2022 год

12 000+

товаров

50+ тыс

подписчиков
в канале
в соцмедиа

+15%

Рост объема продаж
участников «Сделано
в Москве» в 5 ключевых
категориях (одежда,
косметика, интерьер,
детские товары, продукты
питания)

30+

категорий

35+ млн

охват публика-
ций в СМИ

Задача и KPI при продвижении проекта.

№1

Увеличить число
партнеров проекта
(брендов)

№2

Рост числа продаж
у бизнесов-партнеров

№3

Рост объема их выручки/
продаж

Схема транзакций.

e-promo



ID = client_uniq_id

идентификатор клиента
в CRM, связанного
с заказом, единый
для всей цепочки

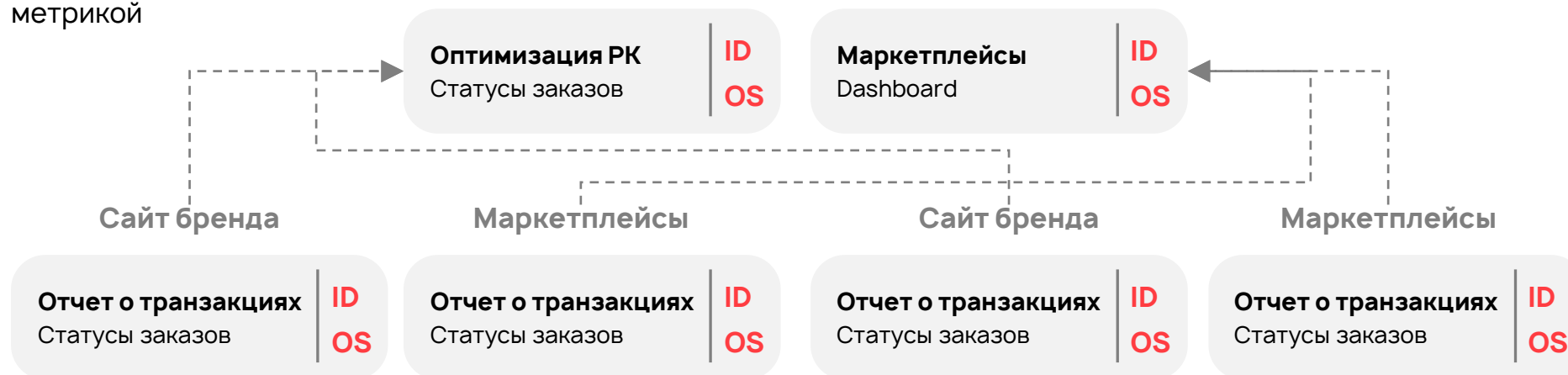
Схема обогащения от партнера.

e-promo



64%

заказов
определилось
метрикой



ID = client_uniq_id

идентификатор клиента в CRM, связанного с заказом, единый для всей цепочки

OS = order_status

Статус заказа, Spam, Отменен, В работе, Оплачен

По данным с сайтов бренда мы оптимизируем РК с помощью обогащения метрики через оффлайн конверсии

По маркетплейсам данные попадают в общий dashboard, где мы в реальном времени реагируем на динамику

Возможности для оптимизации и сложности, которые мы преодолели.

Возможности

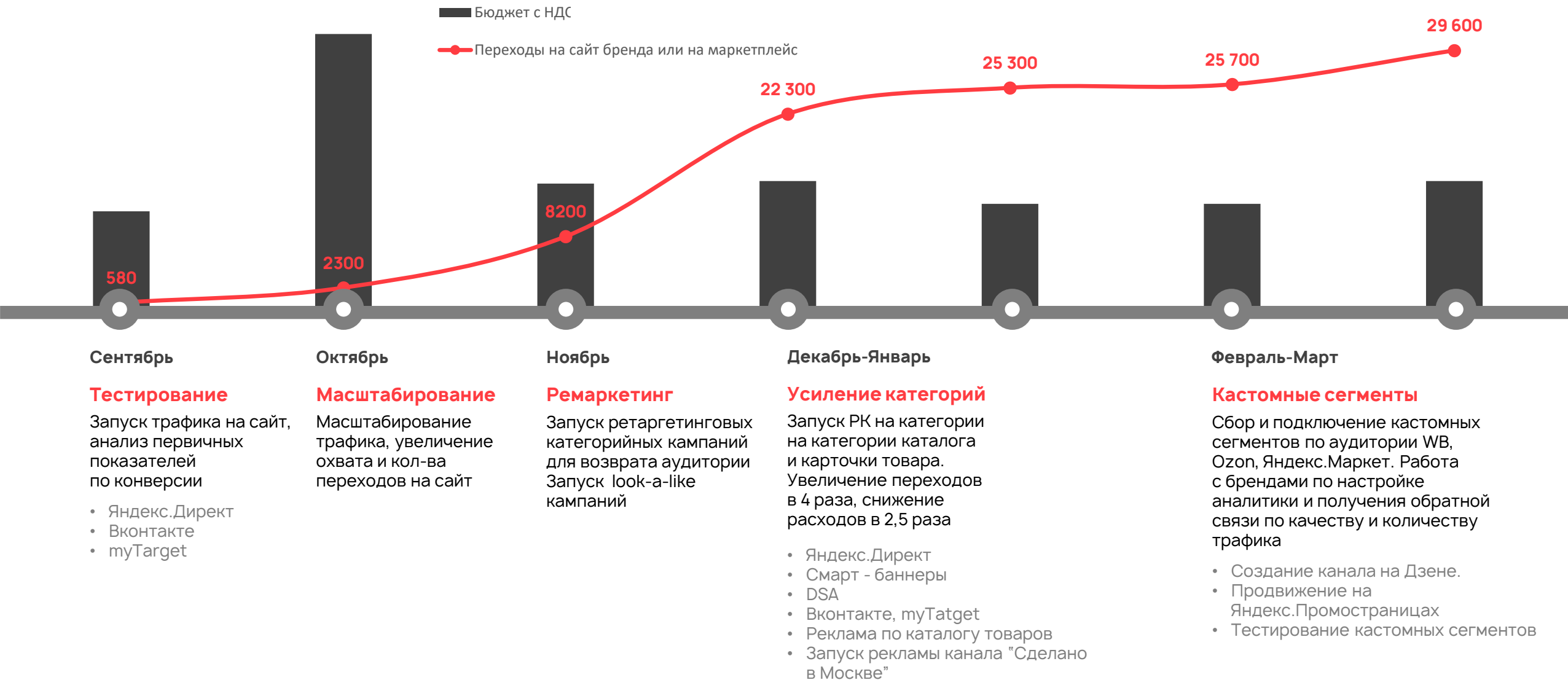
- №1** Оптимизация маркетинга по статусам продавца (Спам, Отменен, В работе, Оплачен)
- №2** Оптимизация медиамикса с таргетом на выкупленные заказы у продавца по сайтам бренда

Сложности

- №1** Создание единой формы отчета о транзакциях для всех юнитов в цепочке
- №2** Обогащение данных проекта статусами о транзакциях продавцов в ручном режиме

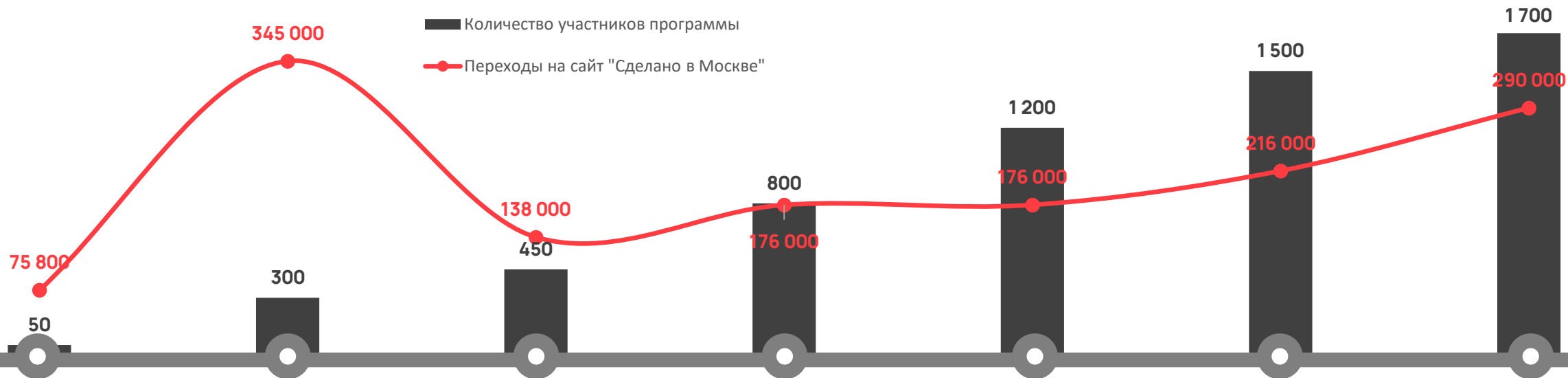
Тактика и результаты.

e-promo



Тактика и результаты.

e-promo



Сентябрь

Тестирование

Запуск трафика на сайт, анализ первичных показателей по конверсии

- Яндекс.Директ
- Вконтакте
- myTarget

Октябрь

Масштабирование

Масштабирование трафика, увеличение охвата и кол-ва переходов на сайт

Ноябрь

Ремаркетинг

Запуск ретаргетинговых категорийных кампаний для возврата аудитории
Запуск look-a-like кампаний

Декабрь-Январь

Усиление категорий

Запуск РК на категории на категории каталога и карточки товара. Увеличение переходов в 4 раза, снижение расходов в 2,5 раза

- Яндекс.Директ
- Смарт - баннеры
- DSA
- Вконтакте, myTarget
- Реклама по каталогу товаров
- Запуск рекламы канала "Сделано в Москве"

Февраль-Март

Кастомные сегменты

Сбор и подключение кастомных сегментов по аудитории WB, Ozon, Яндекс.Маркет. Работа с брендами по настройке аналитики и получения обратной связи по качеству и количеству трафика

- Создание канала на Дзене.
- Продвижение на Яндекс.Промостраницах
- Тестирование кастомных сегментов

Основные цифры.

10+

категорий
проработано

- Мода и красота
- Хобби и деятельность
- Еда и кулинария
- Бизнес и предпринимательство
- Фитнес
- Дом и архитектура
- Отдых и развлечения
- Культура и события
- Дети и воспитание
- Психология и отношения

25+

миллионов пользователей в месяц
составил суммарный охват
категорий

700+

каналов отобрали вручную с суммарным
количеством подписчиков более 20 млн
пользователей

Привлекали по 10 тысяч подписчиков ежемесячно.



Факт

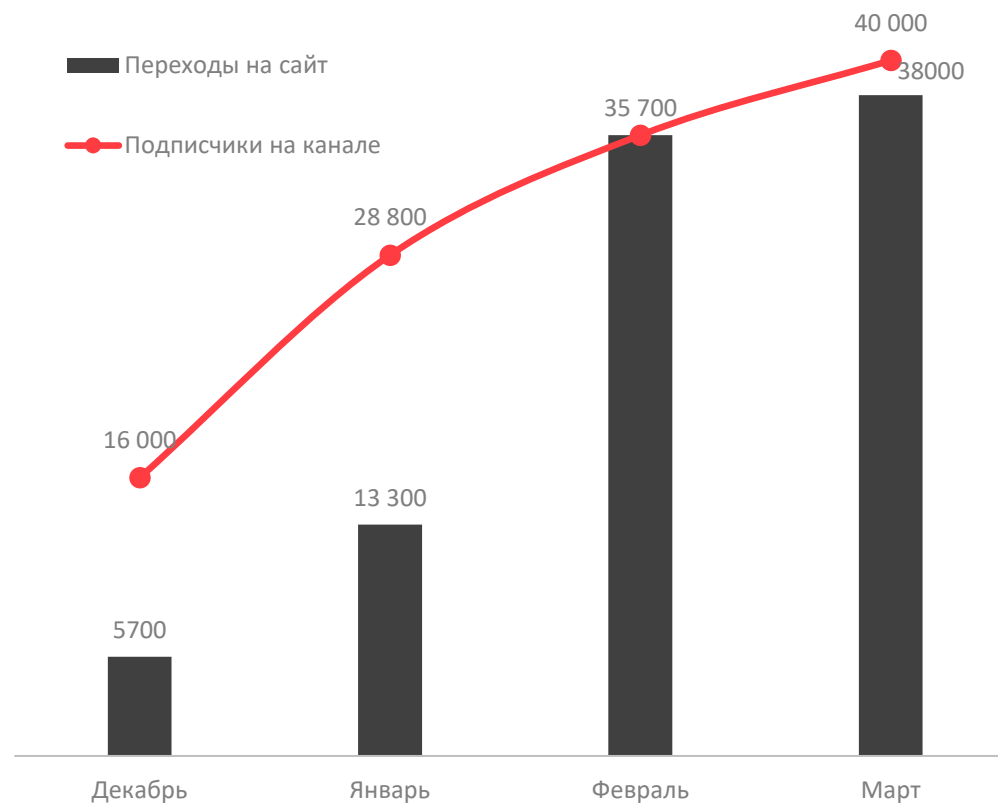
40 000

ПОДПИСЧИКОВ

План

50 000+

ПОДПИСЧИКОВ
до мая 2023



Влияние постов в медиа и их продвижения на продажи на примере бренда SiAgo.

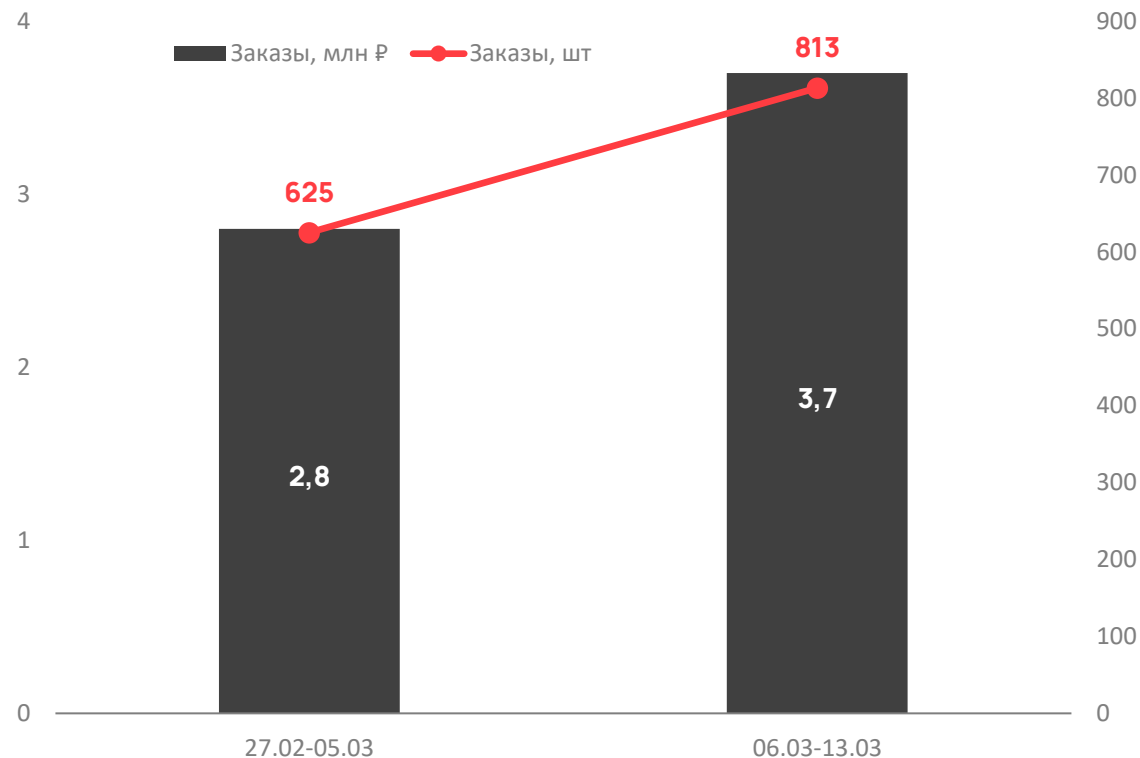
Влияние поста на канале «Сделано в Москве» оценивается почти в 1 млн. рублей прироста продаж за период в 6 дней

+30%

рост числа заказов

+32%

рост заказов в денежном выражении



«Сделано в Москве».

Инсайты.

- №1** Не делая акцент на продвижение для B2B аудитории, с помощью рекламы на B2C мы увеличили количество подключаемых партнеров к платформе.
- №2** Влияние на увеличение количества заказов и продаж, несмотря на отсутствие функционала для покупки на платформе (добавить в корзину, оформить заказ и т.д.).
- №3** Рост интереса к нишевым российским брендам

«Сделано в Москве»

Спецпроекты с крупнейшими маркетплейсами страны.

1 333

брендов на онлайн
маркетплейсах

1,5+ млн

товаров

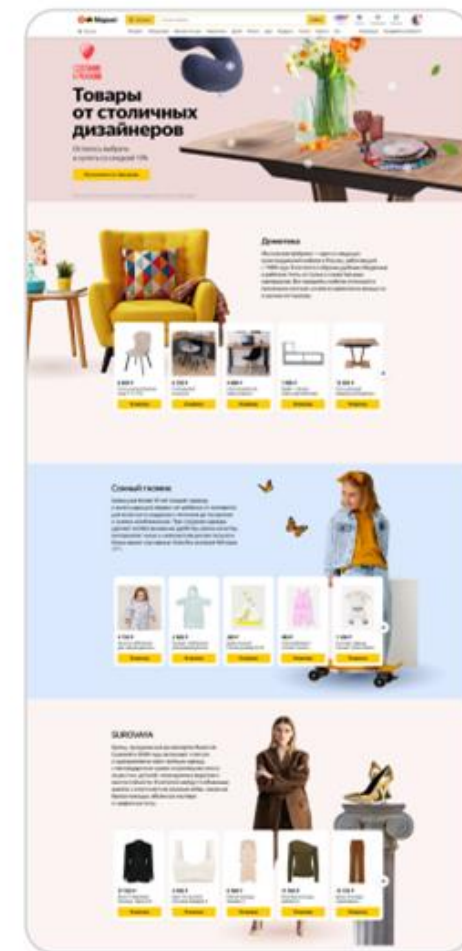
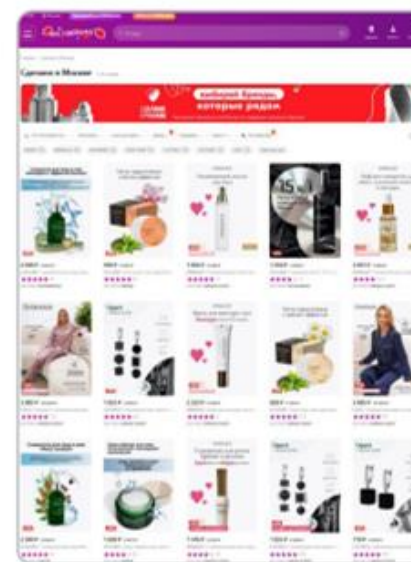
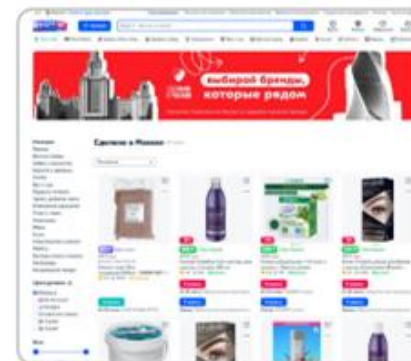
3,6+ млн

просмотров витрин

21,2+ тыс

заказов

e-promo



WILDBERRIES

OZON

СБЕР МЕГАМАРКЕТ

Я М Маркет

запуск – май 2023

Ярмарка Мастеров livemaster.ru

запуск – июнь 2023

Общие результаты.

e-promo



Участники

Медиа

Маркетплейсы

Эффективность

1 800+

брендов

1,2+ млн

уникальных
посетителей портала
сделановмоскве.рф

78% (+18%)

рост продаж
на маркетплейсах
за аналогичный
период в 2021 году

35+ млн

рублей заработали
участники программы
«Сделано в Москве»

10 000+

товаров

40+ тыс

подписчиков
в канале

+21% (+7%)

Рост объема продаж
участников «Сделано
в Москве» в 5 ключевых
категориях (одежда,
косметика, интерьер,
детские товары, продукты
питания)

17+ млн

рублей заработали участники
программы «Сделано в Москве»
на маркетплейсах

35+

категорий

35+ млн

охват публика-
ций в СМИ

