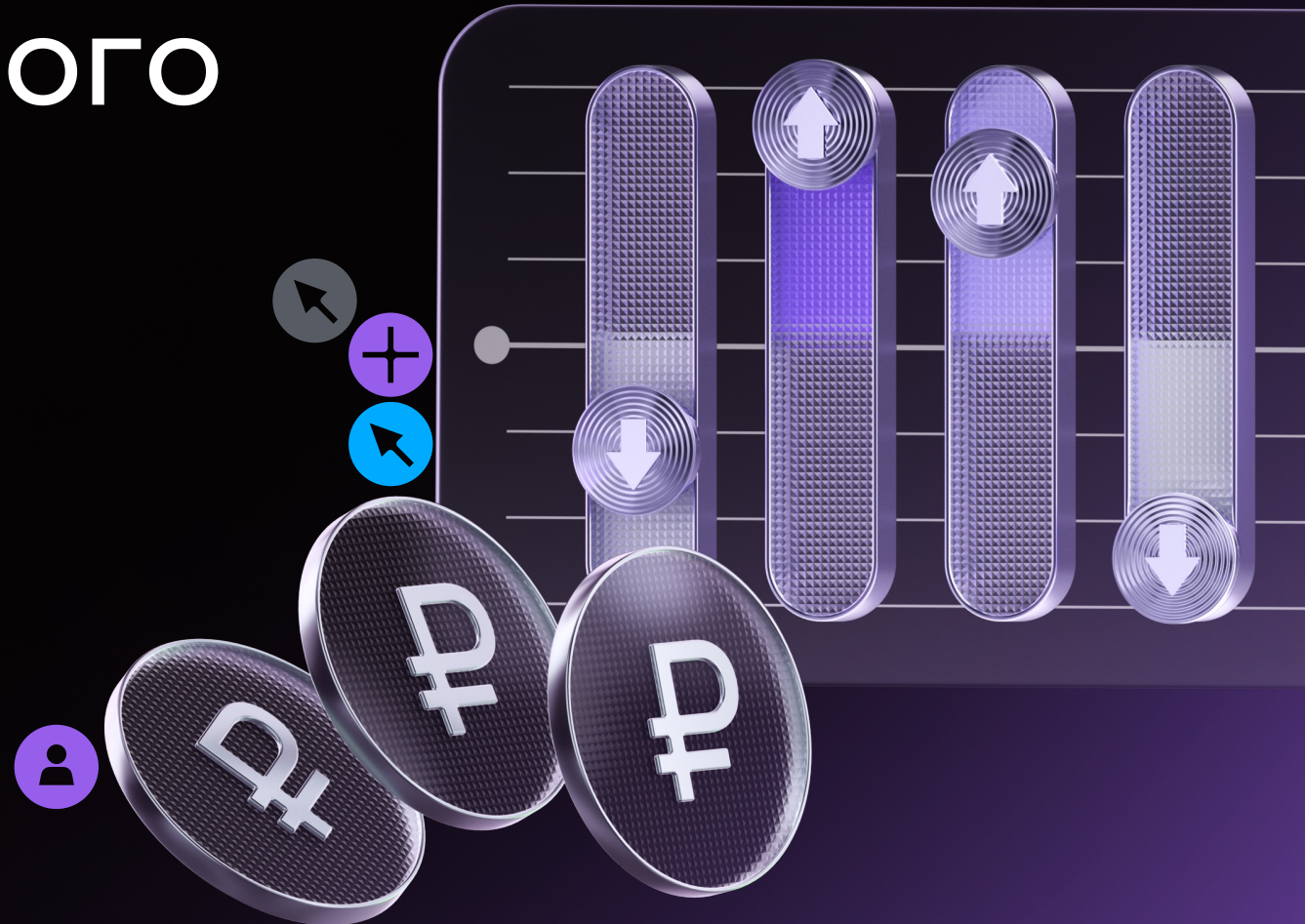
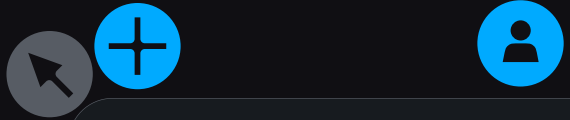




Как снизить стоимость целевого звонка в 7 раз за один месяц

Кейс МЕДСИ, Kokos Performance
и Avito Рекламы





Анна Шарейчук

Менеджер
по развитию
агентств
в Avito Рекламе



Недавно взяла третью кошку на Avito

Елена Апухтина

Директор
по развитию
в Kokoc
Performance



Регулярно приобретаю товар у одного и того же продавца и теперь подружилась с ним





Бэкграунд

Одна из главных задач
в медицинском маркетинге —
поиск узкой целевой аудитории



Поэтому площадка должна
отвечать двум критериям:

- 1 Понимать интересы
и потребности аудитории
- 2 Иметь точные инструменты
таргетинга





Цели бренда

1

Привлечь целевые обращения в три детских центра МЕДСИ в Москве

2

Оценить, как кампания на Авито влияет на обращения в клинику

3

Снизить стоимость целевого звонка

Click-Through Rate — отношение числа кликов на рекламу к числу показов. Cost per Click — стоимость одного клика по рекламному баннеру или объявлению

Эффективность промо отслеживали по нескольким метрикам:

CTR — не ниже 0,10%

CPC — получить показатель на уровне внутреннего бенчмарка клиента


Post-view-конверсии — специалисты агентства каждую неделю сравнивали обезличенные данные Авито Рекламы с обращениями в клинику




Настройка кампании

- В креативах делали фокус на решении конкретных проблем со здоровьем
- Формат: нативный сниппет в ленте Авито
- Площадки: мобильная версия, веб, приложение
- Сроки: 1 месяц




 пространство здоровья




Трифоновская, 26

Детство без аллергии
амбулаторное и стационарное лечение

РЕКЛАМА. АО «ГРУППА КОМПАНИЙ «МЕДСИ» №ЛО41-01137-77/00370395 ОТ 11.11.2020 Г. ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА.


 пространство здоровья



Восстановительная медицина
для самых маленьких
реабилитация детей до 3-х лет

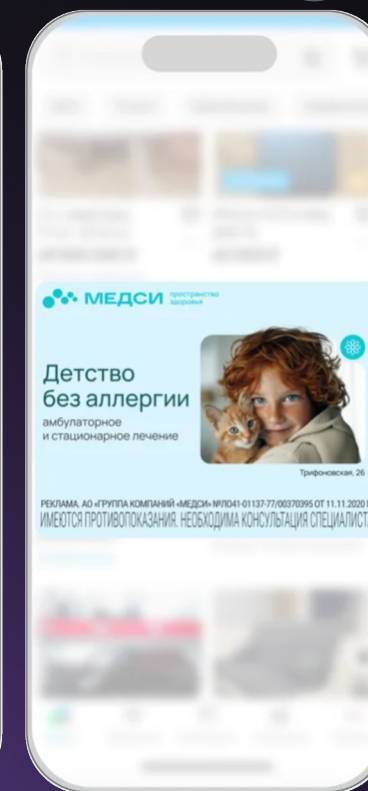
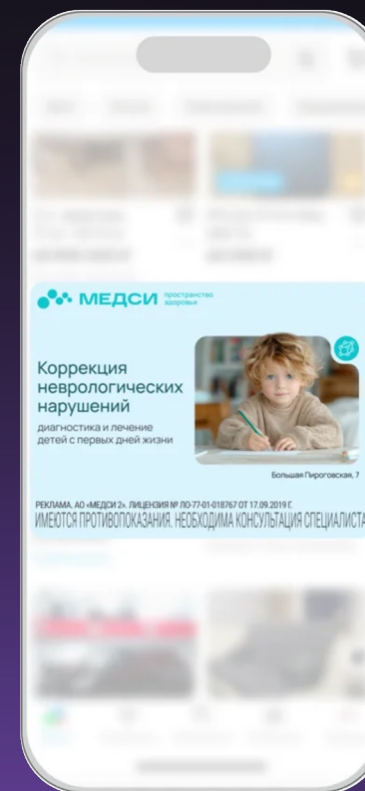
РЕКЛАМА. АО «ГРУППА КОМПАНИЙ «МЕДСИ» №ЛО41-01137-77/00370395 ОТ 11.11.2020 Г. ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА.



Аудитория

В рекламном кабинете подбирали аудиторию под разные детские центры

- для центра 1 — интерес к игрушкам и услугам детского массажа
- для центра 2 — таргетинг на тех, кто ищет средства от аллергии и гипоаллергенные товары
- для центра 3 — запросы по детским витаминам и товарам для мам





Какие результаты получили

Период: 1 месяц



2 400



Обращений в клиники. При этом после окончания РК поступило еще более 1 000 заявок*

81%

Доходимость до целевых страниц сайта центров (для сравнения: с помощью другого канала — 66%)

x5

post-view-звонков по сравнению с другим рекламным каналом



в 7 раз

дешевле планового показателя по стоимости одного звонка

CTR выше плана

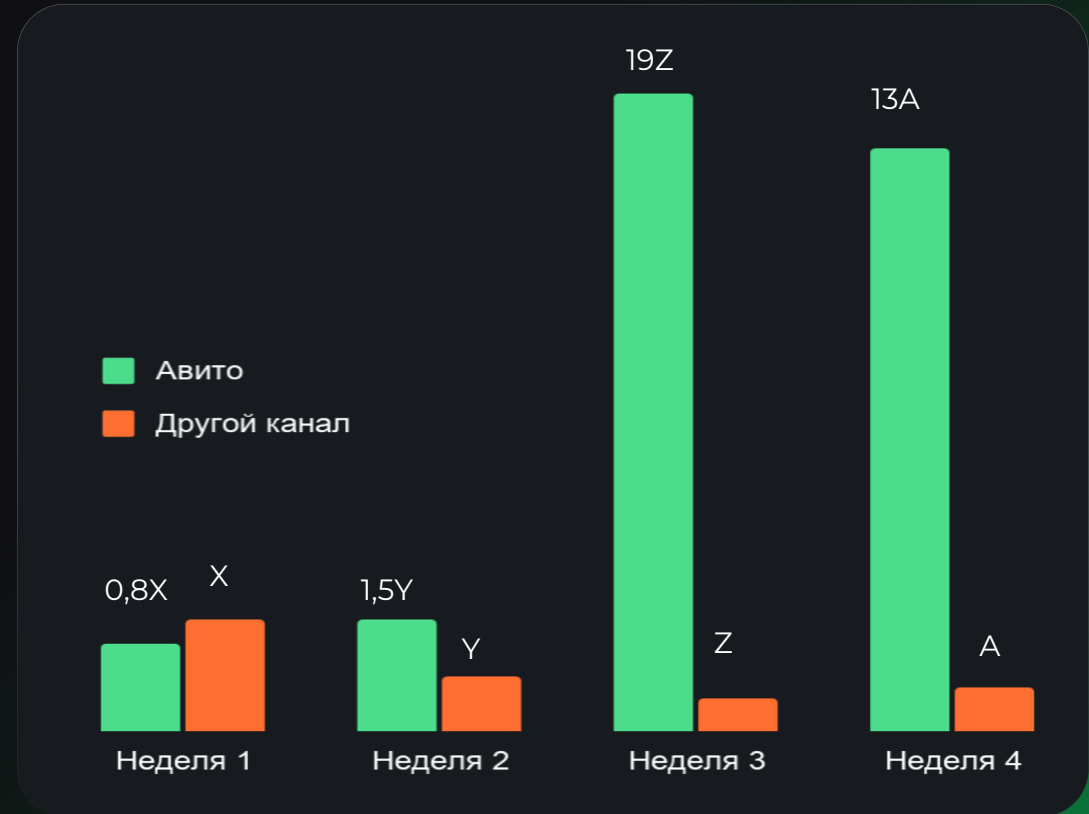
уложились в таргет 0,11

* Окно атрибуции — 30 дней



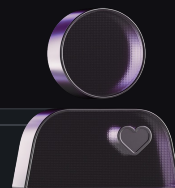
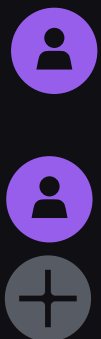


Показатели звонков после контактов с рекламой понеделно





Аудитория Авито подходит для медицины и поиска родителей



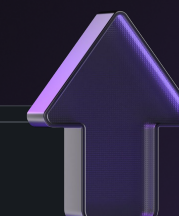
Масштабный охват

Авито аккумулирует огромную долю ЦА — женщины 25–44 лет. 31% аудитории с высокой готовностью к покупке.



Таргетинги & 1st party data

Точность контакта: таргетинги строятся на базе First-Party данных Авито о поведении пользователей.

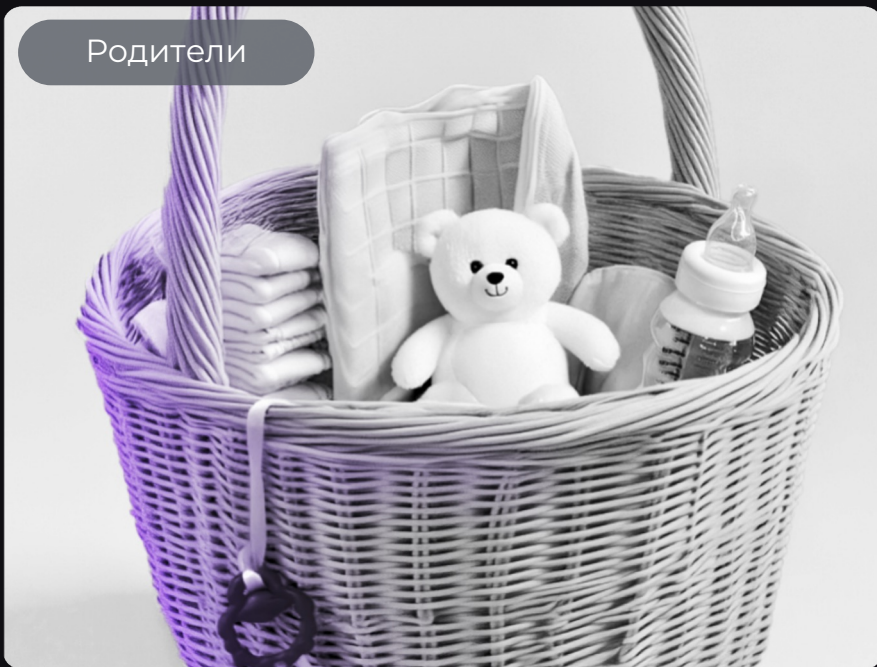


Стратегический фокус на Health & Wellness

Авито активно инвестирует в развитие категории «Здоровье», формируя теплую аудиторию и релевантную среду для продвижения продуктов.



Подбираем сегменты таргетинга, релевантные задаче



Родители

Найти аниматора

Секции и кружки для детей



Детское кресло

Билеты в театр

Велосипеды,
самокаты, ролики

Найти няню

Батуты,
бассейны

Найти
репетитора



Спа и уход

Заказать клининг



Купить/продать
мебель в детскую

Купить/продать
детские вещи



Реклама в момент появления НОВЫХ потребностей

С бонусами

Запустим первую рекламную кампанию вместе?



Анна Шарейчук

Менеджер по развитию агентств

Avito Реклама



Елена Апухтина

Директор по развитию

Kokoc Performance