

# ПИК и VK Видео: как продавать сложный продукт с помощью прямых эфиров

Александр Абрамов

Руководитель направления live-commerce, VK



# Контекст

Покупка недвижимости — одна из самых сложных категорий: высокая стоимость, длительный цикл принятия решения и необходимость детального изучения продукта.

Пользователям важны все детали, которые бывает тяжело раскрыть классическими рекламными форматами.

«Серия плюс» — новое продуктовое направление ПИК. Линейка включает разнообразные форматы квартир, дизайнерские лобби и благоустроенные пространства, что требует более подробного и последовательного знакомства со стороны аудитории.

# Решение



Серия прямых эфиров в VK Видео с детальной презентацией предложения и ответами на вопросы, чтобы [перейти от поверхностного знакомства с продуктом к глубокому разбору](#) и выстроить двустороннюю коммуникацию с потенциальными покупателями.

## Цели и задачи проекта



[01]

протестировать прямые трансляции как инструмент коммуникации и потенциальный канал влияния на спрос в категории недвижимости



[02]

найти новые сценарии взаимодействия с аудиторией, заинтересованной в покупке жилья, и подробнее раскрыть ценность продукта

# Механика



Было проведено 4 прямых эфира, где подробно разбирались особенности новой линейки жилья: планировки, отделка, сценарии использования квартир.

## Содержание эфиров:

- разбор особенностей планировок и отделки квартир «Серии плюс»
- как подчеркнуть характер пространства
- как оформить квартиру, чтобы быстрее найти арендаторов

## Вовлекающие механики

### Shoppable-карточки с квартирами

Переход из трансляции к объекту на сайте ПИК



### Реальный продукт

Демонстрация заранее заготовленных подсъёмов квартир



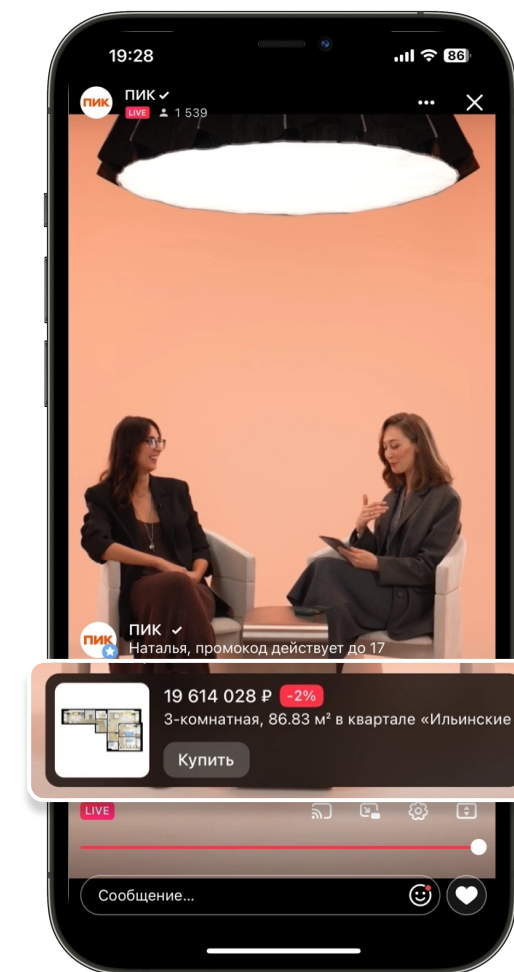
### Ответы на вопросы

Двусторонняя коммуникация и работа с сомнениями



### Специальное предложение

Промокод со скидкой на покупку квартиры для зрителей эфира





# Инструменты продвижения

## Этап 1

### Анонсирование за сутки до трансляции

#### Таргетинги:

- интересы к недвижимости, инвестициям, малому бизнесу
- ключевые фразы, связанные с покупкой жилья (например, «покупка квартиры», «ипотека», «двушка купить», «купить студию»)
- look-alike аудитории

## Этап 2

### Продвижение во время эфира

#### Таргетинги:

- интерес к недвижимости
- пользователи, которые видели анонсы стримов

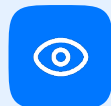
## Этап 3

### Ретаргетинг лид-формы со сбором заявок на обратный звонок после завершения стримов

#### Таргетинги:

- пользователей, которые смотрели эфиры
- посетителей сайта pik.ru, не оставивших заявку

# Результаты



≈ 2,2 млн

просмотров прямых эфиров



38 заявок

на обратный звонок



3,3% ДРР



4,6 млн

пользователей – охват  
анонсирующей рекламной  
кампании



3 300+

визитов на сайт с карточек  
квартир во время стримов

Формат подтвердил эффективность  
как дополнительного инструмента  
в воронке продаж за счёт высокой  
вовлеченности аудитории  
и конверсии в заявки

# Будем ВКонтакте!

**Александр Абрамов**

Моб.: +7 968 030-50-51

Telegram: @abramov094



Почта