

E D A

Отчет по SMM-продвижению «Аквакласс»
за период с 19.06.17 по 19.07.17

EASY DIGITAL AGENCY

EDA-AGENCY.COM

Бриф

- **Клиент:** студия раннего детского плавания «Аквакласс»
- **География:** Хабаровск
- **Период:** 19.06.2017-19.07.2017
- **Медиа:** ВКонтакте, Instagram, Facebook





Медиаканал ВКонтакте

Характеристика группы

- Число участников: **413**
- Прирост подписчиков за указанный период продвижения составляет **89** человек.
- Метод привлечения: **Посев + Таргетированная реклама**
- Число опубликованных постов: **40**
- Среднее число лайков/пост: **3**
- Среднее суточное количество уникальных посетителей за последние 30 дней: **13**
- Общее количество уникальных посетителей за последние 30 дней: **287**
- Коэффициент вовлеченности [по подписчикам]: **0,60**
- Количество собранных заявок: **1**

The screenshot shows the Facebook profile of 'Аквакласс. Студия раннего плавания'. The page features a blue header with the company logo and navigation icons. A pinned post from January 17th at 7:12 AM describes individual swimming lessons for young children, including details about instructors and parents. Below the post are icons for 'индивидуальные занятия', 'гибкий график', and 'абонемента и сертификаты'. A section titled 'Ответы на вопросы' lists 'методика кризисной стадии', 'уроки аква-развития 4 часа', and 'центр города'. The page also displays 'Часто задаваемые вопросы' with a 'Просмотреть' button, engagement metrics (4 likes, 0 comments, 419 shares), and a 'Товары' section with three items: 'Абонемент на ... 4 800 руб.', 'Абонемент на ... 6 320 руб.', and 'Абонемент на 2... 18 250 руб.'. On the right sidebar, it shows 413 followers, a list of names, 4 links, and 4 photo albums.

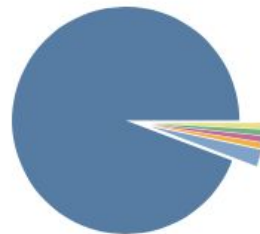


Распределение участников по географии

- Наибольшее число участников группы проживают **в России** [95,13%]. Присутствие участников из других стран обусловлено техническими особенностями определения местоположения + возможное нахождение участников в других странах на момент просмотра группы.
- Большинство участников сообщества проживают **в Хабаровске** [83,19%], что соответствует целевой аудитории. Посещения из других городов скорее всего присутствуют из-за того, что пользователи часто ищут информацию про раннее плавание, в том числе и в социальных сетях.

| страна | количество |
|----------|------------|
| Россия | 95.13% |
| США | 3.24% |
| Таиланд | 0.54% |
| Украина | 0.21% |
| Германия | 0.15% |
| Другие | 0.73% |

| город | количество |
|-----------------|------------|
| Хабаровск | 83.19% |
| Санкт-Петербург | 5.03% |
| Абакан | 1.60% |
| Новосибирск | 0.93% |
| Москва | 0.85% |
| Другие | 8.41% |



Источники переходов

- Большинство переходов в группу осуществляется **по прямым ссылкам** [69,63%] – это переход в группу по ссылке в формате www.vk.com/.
- Примерно одинаковый процент посещений у тех, кто уже подписан на страничку [через «Мои группы» и «Новости»], а также тех, кто гуглит детское плавание в Хабаровске.
- Доля просмотров примерно одинакова как с мобильных устройств, так и с компьютеров. Поэтому нужно продолжать постить контент, одинаково хорошо просматриваемых с обоих видов устройств.

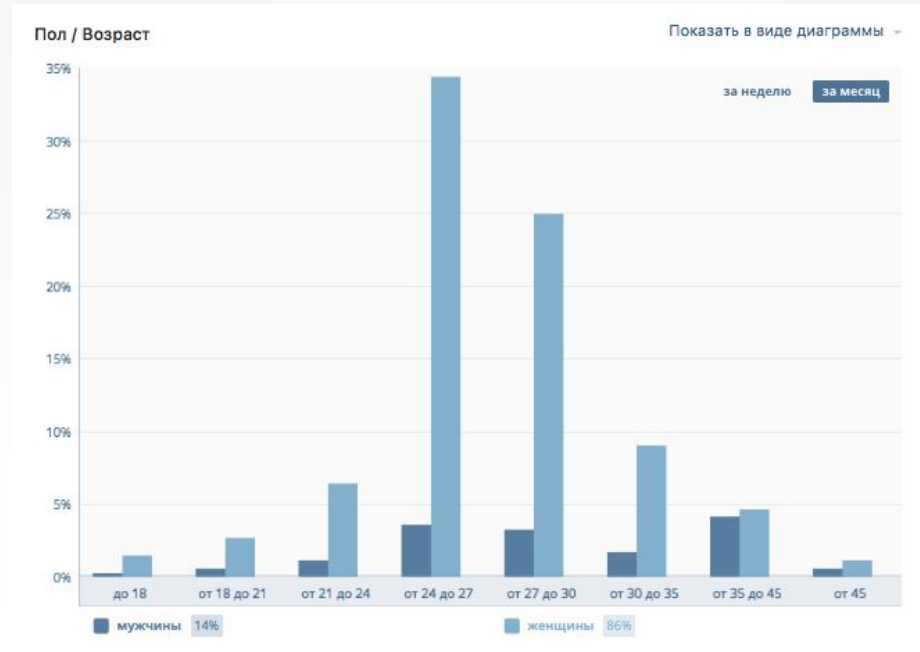
| источник | количество |
|-------------------------|------------|
| Прямые ссылки | 69.63% |
| Мои группы | 8.64% |
| Поисковые системы | 7.85% |
| Новости | 6.54% |
| Внешние сайты | 2.88% |
| Страницы пользователей | 2.62% |
| Страницы сообществ | 0.79% |
| Результаты поиска ВК | 0.79% |
| Таргетированная реклама | 0.26% |

| устройства | количество |
|-------------------------|------------|
| Просмотры с компьютеров | 53.64% |
| Просмотры с мобильных | 46.36% |



Социально-демографические данные

Женская аудитория значительно преобладает над мужской, что естественно и закономерно в нашем случае. Наиболее востребована группа у женщин от 24 до 30 лет. Именно этот возрастной промежуток можно считать нашей целевой аудиторией в Вконтакте.



Прирост участников

Количество участников увеличивается за счёт **посевов, таргетированной рекламы** и публикации новостного и развлекательного **контента**. Прирост равномерный, в период активной рекламной кампании конкурсного поста заметен скачок. Чистый прирост за отчетный период составил **99** участников.

Участники

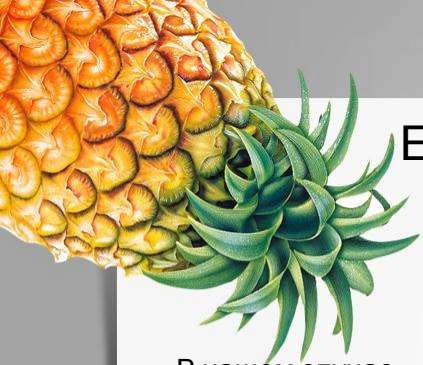
9 Июня 2017 – 19 Июля 2017

за сутки

за всё время



Всего участников



Ежедневные посты. О бренде, информационные [vk]

В нашем случае информационные посты и посты о студии очень важны. Они несут в себе ту самую информацию, которая больше всего волнует клиента, передает уникальное предложение «Аквакласс». Периодичность 3-4 раза в неделю. Используем доброжелательную подачу, открытость к диалогу, готовность помочь и экспертность.



Давайте разберемся, почему нужно обязательно научить малыша плавать и нырять?

Плавание – удивительный вид спорта. Здесь задействованы почти все основные мышцы организма. Что это значит? Что у малыша укрепляется спинка, шея. А это очень важно в развитии младенца.
Показать полностью...





Утята выстроились в ряд за новыми достижениями 🐣

Мы сделали три разных дневника по возрастам: «Ранний старт» для деток до года, «Первая миля» — 1–3 года, «Путь чемпиона» — 3–7 лет.

Расскажите, у кого какой аквадневник?
Показать полностью...



Ежедневные посты. Развлекательные [vk]

Введена еженедельная рубрика «Акваша классная подборка», несущая в себе не только развлекательную функцию [мы отвлекаемся от основной тематики сообщества], но и образовательную [даем ссылки на интересный материал, который может оказаться полезным]. Популярность рубрики постепенно растет. Она стабильно выходит каждую пятницу. Основная задача рубрики для бренда: осветить ценности, которых придерживается бренд.

Вторая еженедельная воскресная развлекательная рубрика: «Акваша классное настроение дня», где мы делимся смешными видео на детские темы. Воскресение – день, когда активность пользователей минимальна, скорее всего они отдыхают, поэтому выбрана форма самого простого и ненавязчивого контента.

The image shows two screenshots of VK posts from the page 'Акваша классная подборка. Студия раннего плавания.' The first post, dated July 7 at 3:00, is titled 'Закладка недели' and features a video of three children playing with colorful blocks. The second post, dated July 9 at 5:00, is titled 'Акваша классное настроение дня' and features a video with the text '#настроениедня' and '#настроениедня'.

Акваша классная подборка. Студия раннего плавания.
7 июл в 3:00

Сегодняшня #акваша классная подборка про то, что дети действительно обожают – про игры!

Собрали 7 полезных ссылок для родителей, которые внимательны за качеством досуга малышей. Прочтение и просмотр всех материалов займет не больше времени, чем тренировка вашего малыша в «Акваша класс». И даже останется время на кофе.
Показать полностью...

Закладка недели

Акваша классная подборка

Акваша классная подборка. Студия раннего плавания.
9 июл в 5:00

Воскресное #настроениедня от «Акваша класс»!

Смотрим, как @helen_yes1 ни на минуту не может расстаться со своими малышами – тут же накапывает грусть, печаль и ностальгия 😭

А как вы справляетесь с разлукой со своими крохами?
Показать полностью...

Акваша классное настроение дня

#настроениедня Когда не можешь расстаться с малышами ни на минуту
95 просмотров

Нравится 5 | Комментировать | 116

Нравится 7 | Комментировать | 1 | 100

Ежедневные посты. Отзывы [VK]

Отзывы как элемент продвижения. Через сбор и публикацию отзывов с добавлением своих комментариев мы формируем определенное «лицо» бренда, где о достоинствах студии, метода, применяемого в студии, и плавания в общем говорят обычные потребители, такие же, как те, что читают это с экранов своих устройств. Получается некий эффект сарафанного радио. Публикацией доволен и тот, у кого мы ее взяли [«похвастались» своим ребенком] и те, кто ее читает [растет доверие]. Периодичность публикации: 2-3 раза в неделю.



Ежедневные посты. Видео контент [vk]

Видео контент – это тренд в smm в 2017 году. Мы используем видеозвезды, презентационный видеоролик в рекламной кампании и смешной видеоконтент [который сейчас на самом пике популярности].

Посты с использованием видео привлекают больше внимания за счет функции автовоспроизведения, а также в силу движущейся картинки.

За отчетный период новые выставленные Вконтакте видеоролики просмотрели 1129 раз в общей сложности.

The image shows two screenshots of VK posts from the page 'Аквакласс. Студия раннего плавания'.

Left Post:
- Profile: Аквакласс. Студия раннего плавания. 9 июля в 5:00
- Text: Воскресное #настроениедня от «Аквакласс»!
- Text: Смотрим, как @helen_yes1 ни на минуту не может расстаться с малышами – тут же накатывает грусть, печаль и ностальгия
- Text: А как вы справляетесь с разлукой со своими крохами? Показать полностью...
- Video: A video with a blue frame and text 'Акваклассное #настроениедня'. The video player shows a progress bar at 0:03.
- Caption: #настроениедня Когда не можешь расстаться с малышами 95 просмотров
- Interaction: 5 likes, Comment button, 116 views.

Right Post:
- Profile: Аквакласс. Студия раннего плавания. 6 июля в 3:00
- Text: Для чего мы учим малышей плавать? Для того, чтобы они применяли все полученные навыки и в обычной жизни: в море, на речке, в озерах и других водоемах.
- Text: «Спасибо @aquaclass и нашим тренерам Максиму и Ире за работу с нашим китёнком 🐻» – пишет в своем инстаграме Татьяна @tanya_grechka. Показать полностью...
- Video: A video showing a child swimming in a pool. The video player shows a progress bar at 0:15.
- Caption: Гордость "Аквакласс": Алексей показывает свои достижения в отпуске 75 просмотров
- Interaction: 5 likes, Comment button, 88 views.

Продвижение. Записи сообщества [vk]

За отчетный период в рамках рекламной кампании были отправлены на продвижение 2 записи сообщества: с общей информацией о студии и с рассказом о пользе плавания. Записи продвигались как таргетированные объявления: по гео, полу, возрасту.

Результат:

- 4 перехода в группу
- 1 вступление в группу
- 4 перехода по ссылке на сайт

Стоимость 1 перехода = 50,40 руб.

Акваласс. Студия раннего плавания.
Рекламная запись

Студия раннего плавания «Акваласс» – это индивидуальные занятия для грудничков и дошкольников.

- обученные инструкторы;
- гибкий график;
- сертификаты и абонементы;

Показать полностью...

Запишитесь на первое занятие!

0:59

Акваласс
aqua-class.com

Акваласс. Студия раннего плавания.
Рекламная запись

Что вы знаете о пользе плавания для детей?

Заниматься плаванием с раннего возраста могут все здоровые дети. Такие занятия носят общеукрепляющий оздоровительный характер.

Студия раннего плавания «Акваласс» приглашает к себе на занятия деток от 2 месяцев до 7 лет. До 2 месяцев можно начинать знакомство с водой в домашней ванной. Если вы переживаете, что самостоятельно не справитесь – мы готовы помочь. Наш инструктор приедет к вам домой и покажет основные приёмы занятий с малышом.

Показать полностью...

Акваласс
aqua-class.com

Продвижение. Конкурсные активности [vk]

В период с 29 июня по 17 июля в группе был проведен конкурс репостов. Условия: сделать репост записи, вступить в группу.

Методы продвижения конкурсного поста:

- таргет
- 4 посева в крупные сообщества Хабаровска

Статистика конкурсной записи:

- Охват – 7706
- Переходов в группу – 29
- Переходов по ссылке – 23

Стоимость перехода: 52,52 руб.

В конкурсе приняло участие 92 человека. После отписалось 3 человека.

Аквакласс. Студия раннего плавания.
29 июн 2017 в 5:00 Вы подписаны

В любой непонятной ситуации – ныряй! А чтобы нырять правильно, выиграй подарочный сертификат на сумму 3000 рублей в студию раннего плавания «Аквакласс».

Условия участия просты:

- Вступи в группу «Аквакласс»;
- Сделай репост э

17 июля в 18:00 с г определим того, к сертификата на 30

Сумму можно буд тренером или аба

«Аквакласс» — эт дошкольников в Xi здоровые дети и с

aqua-class.com
#aquaclass #аквак

АКВА-КЛАСС
Студия раннего плавания

Подарочный сертификат
на 3000 рублей
за репост*

* Подробности в посте

Аквакласс
aqua-class.com

♥ Нравится 97 🔗 Поделиться 92 Ещё ⇒ 8.6K

Продвижение. Таргетированная реклама [vk]

С ссылкой на сайт



Акваклассно
поплавали!
aqua-class.com
Хочешь так же? Заходи
к нам – научим!



Первый бассейн –
самый важный.
aqua-class.com
Узнай, почему плавать
и нырять полезно!



Крепкое здоровье
крохи – не миф!
aqua-class.com
Запишите малыша на
первое занятие в
студию детского
плаванья.

С ссылкой на группу



Ваш малыш как рыба
в воде
Страница
Дарим сертификат в
студию детского
плаванья. Нырять –
легко!



Ваш малыш плавает
как уточка.
Страница
А мы дарим
сертификат на 3000
рублей!



Ваш малыш с
обложки рок-альбома
Страница

▫ переходов

Таргет был направлен по геолокации [+10 км от студии], по аудитории конкурентов, по аудитории детских сообществ в Хабаровске. Реклама показала себя плохо. Объявления практически не показывались выбранной аудитории [вероятно, посещаемость ВК у выделенной ЦА очень маленькая], соответственно, переходов также не было.

1 переход = 262,95 руб.



Медиаканал Instagram

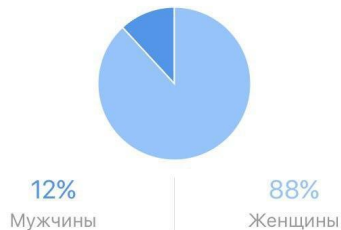
Основные показатели

- Количество постов за месяц – **39**
- Рубрики: о студии, отзывы, настроение дня, тренеры, вопросы для разбора с подписчиками.
- Абсолютный прирост подписчиков – **142 человека.**
- Общее количество лайков: **1555 [среднее – 41/пост]**
- Общее количество комментариев: **302**
- Общее количество просмотров видео: **9057 [в среднем в 23 /видео]**
- Ведется активное общение с покупателями в личных сообщениях [direct], в комментариях.
- Коэффициент вовлеченности [по подписчикам]: **2,61**
- Количество собранных заявок из Instagram: **22**
- Количество сохранений: **66**

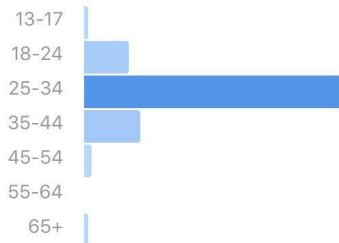


Статистика аккаунта

пол



ВОЗРАСТНОЙ ДИАПАЗОН Все Мужчины Женш



Аудитория Instagram преимущественно женская, от 25 до 34 лет.

Аудитория активная, качественная, открытая к диалогу.

За отчетный период получено:

| | 1 неделя | 2 неделя | 3 неделя | 4 неделя |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|
| Клики по «Позвонить» | 4 | 5 | 4 | 8 |
| Клики по ссылке на сайт | 30 | 54 | 59 | 58 |
| Просмотры профиля | 690 | 1253 | 951 | 625 |
| Охват | 2863 чел | 2925 чел | 3589 чел | 2946 чел |
| Показы | 21165 | 24302 | 34064 | 21052 |

Заметен всплеск во время проведения конкурса и активных рекламных кампаний.

Статистика аккаунта

Вы видите: **Все**, дата публикации: посл. **30 дней**
с сортировкой по показателю «**Вовлеченность**»

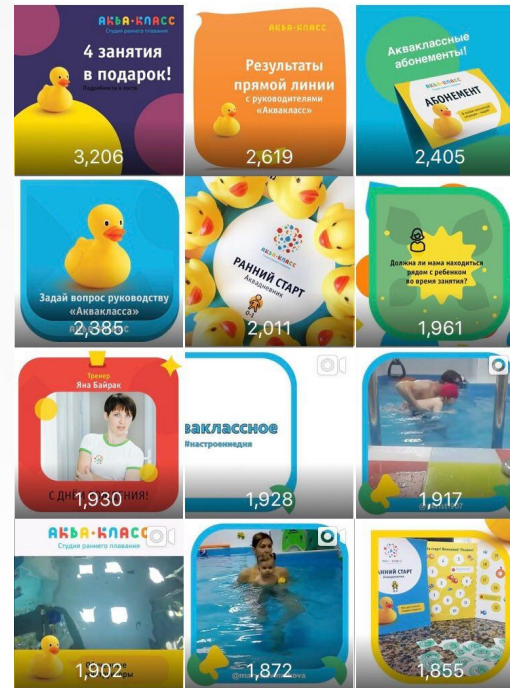


Instagram отличился самой активной аудиторией и является основным каналом для продвижения. Используются инструменты масслайкинга, автосообщения в директ, регулярный постинг интересного для аудитории контента. Данные инструменты вызвали увеличение охвата и вовлеченности пользователей.

Пользователи активно сохраняют посты, оставляют комментарии, пишут в директ.

Максимальный охват у конкурсного поста. На втором месте посты, где разворачивались наиболее продолжительные диалоги с подписчиками.

Вы видите: **Все**, дата публикации: посл. **30 дней**
с сортировкой по показателю «**Охват**»



Ежедневные публикации [Instagram]

Наибольший отклик у подписчиков вызывают посты, призывающие к диалогу, социально значимые посты и видеоконтент [особенно из рубрики «Акваклассное настроение дня»]. В целом, аудитория скорее благосклонна к бренду. Присутствует активное ядро, с которым нужно работать на его удержание. Это ядро привлекает новых подписчиков.



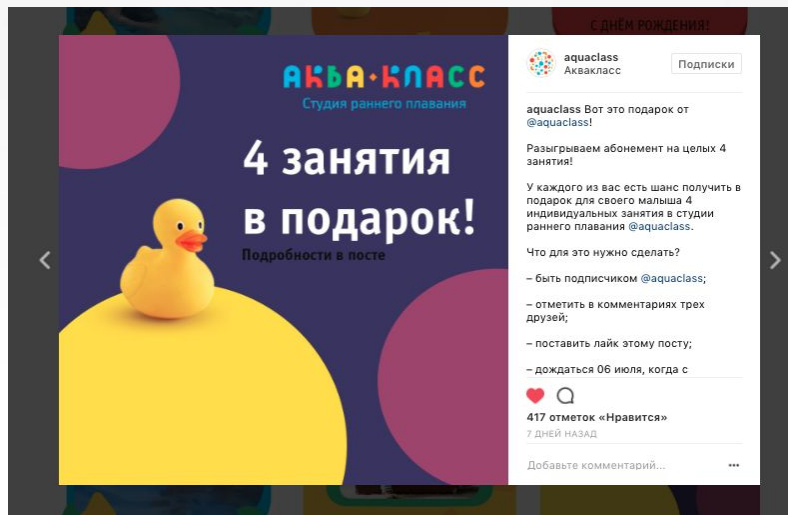
Продвижение: конкурсные активности [Instagram]

С 29 июня по 6 июля в аккаунте проходил экспресс-конкурс. Условия: подписаться на профиль, поставить лайк и отметить 3х друзей.

Конкурс собрал 325 участников и 411 отметок «мне нравится». Около 1/3 участников – новоприбывшие пользователи.

Число показов данной публикации составило **5,784**, достигнутый охват (в аккаунтах) — **3,206**.


♡ 411 💬 328 📌 20
Отметки «... Коммента... Сохранено



Реклама в Instagram

На продвижение были отправлены два поста в Instagram:


1. Промо-видео с призывом оставить заявку. Охват = 4275 человек. Отметки «Мне нравится» = 43, 12 сохранений и 2 комментария. + 17 кликов на сайт. Стоимость 1 клика составила 17,64 руб.
2. Пост с конкурсом, направленный на охват ЦА. Пост охватил 109 пользователей по цене 0,82 руб. за каждого.



Опубликовано 03.07.2017 в 1:19

Промоакция **Органические**

В результате этой промоакции было получено **Клики: 17**



Опубликовано 29.06.2017 в 5:01

Промоакция **Органические**

ВСЕ ПРОМОАКЦИИ

♡ 3 🔍 0 📌 0
Отметки «... Коммента... Сохранено

ТЕКУЩАЯ ПРОМОАКЦИЯ

Охват этой промоакции в аккаунтах составил **109**.



Медиаканал Facebook

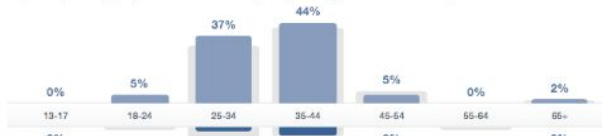
Facebook. Основные показатели.

- Количество постов за месяц – 38
- Отметок «Нравится» – 60
- Прирост отметок «Нравится» за отчетный период: 6
- Количество полученных взаимодействий: 63
- Коэффициент вовлеченности (по подписчикам): 1,05
- Ведется общение с покупателями в комментариях.
- Аудитория преимущественно женская. В возрасте от 25 до 44 лет.

Число людей, обсуждающих Страницу (с разбивкой по возрасту и полу пользователей).

Женщины

93% Вовлечены в пользователи
82% Ваши поклонники



Мужчины

7% Вовлечены в пользователи
18% Ваши поклонники

Аквакласс
@aquaclassru

Главная
Информация
Фото
Мероприятия
Отзывы
Видео
Публикации
Сообщество
Продвигать
Управление промоакциями

Нравится Подписки Поделиться

Напишите что-нибудь...

Общественный плавательный бассейн в Хабаровск, Хабаровский край
5,0 ★★★★★ · Открывается через 25 минут

Показатель отклика 66%, время отклика 1 дн.
Отвечайте быстрее, чтобы получить визитку

Отметки «Нравится»: 60 0 на этой неделе
Алла Ватсева и Катя Карташова

Подписчики: 61

Посмотрите Ленту Страниц
Публикации со Страниц, которым вы поставили «Нравится» от имени своей...

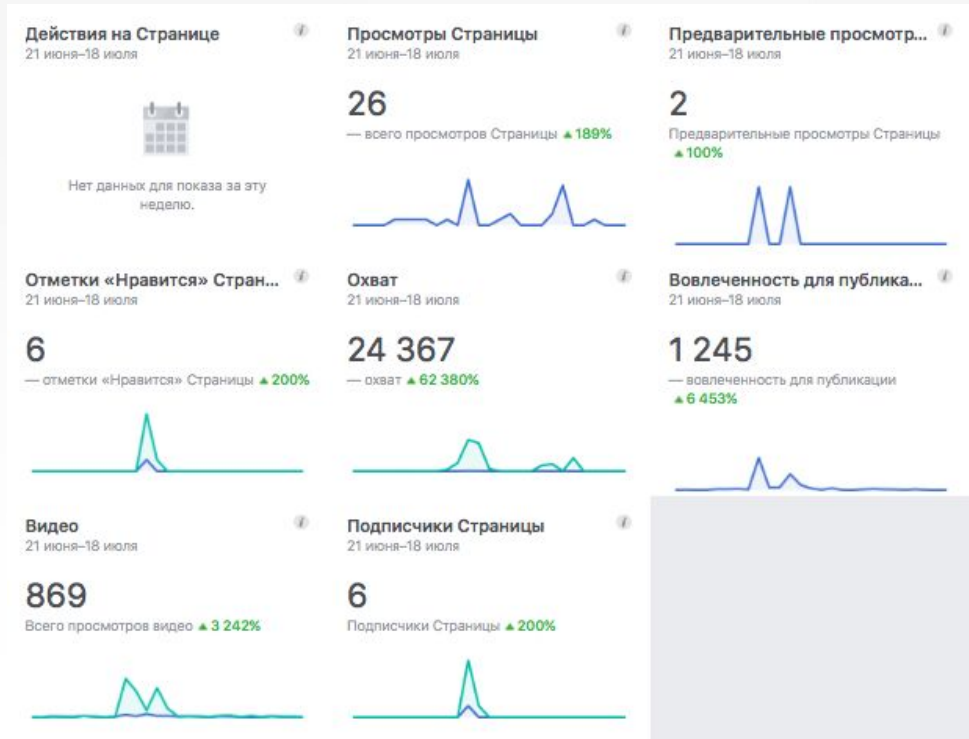
Здесь было 45 человек 0 на этой неделе

1 запланированная публикация
Запланировано на сегодня в 3:00. Посмотреть публикацию.

Facebook. Статистика.

Статистика показывает, что все показатели за отчетный период выросли по сравнению с прошлым месяцем.

На скриншоте можно видеть как численный показатель, так и процент роста.



Facebook. Продвижение.

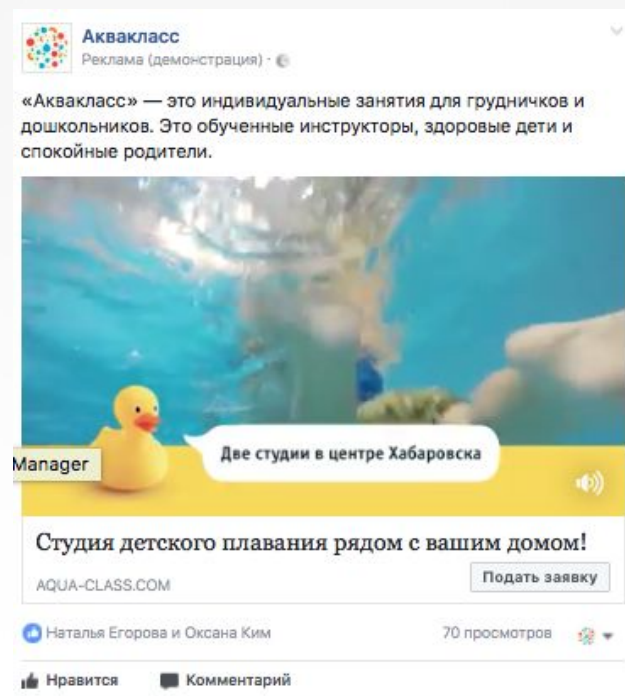
Наиболее качественно показавший себя вариант продвижения: генерация лидов на Facebook. Был создан рекламный пост с видеозаписью и анкетой. Цель РК – сбор заявок. Предложение: скидка 500 руб. на абонемент после заполнения анкеты. Таргет: женщины от 24 до 45 лет, которые так или иначе связаны с детьми и находятся на расстоянии +10 км от адресов студии [применен во всех продвижениях на FB].

Результат:

Видео просмотрели 70 раз.

Охват составил 118000 человек.

Собрано 22 заявки по цене 50,02 руб./шт.



The image shows a Facebook advertisement for 'Аквакласс' (Aqua-Class). The ad features a video thumbnail of a yellow duck in a swimming pool. The text of the ad includes the company name, a description of the service, and a call to action to submit an application. The ad is shown in a simulated Facebook interface.

Аквакласс
Реклама (демонстрация) · 🌐

«Аквакласс» — это индивидуальные занятия для грудничков и дошкольников. Это обученные инструкторы, здоровые дети и спокойные родители.

Manager **Две студии в центре Хабаровска**

Студия детского плавания рядом с вашим домом!
AQUA-CLASS.COM

👤 Наталья Егорова и Оксана Ким 70 просмотров 🌐

👍 Нравится 🗨 Комментарий

Facebook. Продвижение.

Аквакласс
Реклама (демонстрация) · 🌐

Что вы знаете о пользе плавания для детей?

Заниматься плаванием с раннего возраста могут все здоровые дети. Такие занятия носят общеукрепляющий оздоровительный характер.

Студия раннего плавания «Аквакласс» приглашает к себе на занятия деток от 2 месяцев до 7 лет. До 2 месяцев можно начинать знакомство с водой в домашней ванной. Если вы переживаете, что самостоятельно не справитесь – мы готовы помочь. Наш инструктор приедет к вам домой и покажет основные приёмы занятий с малы... Еще






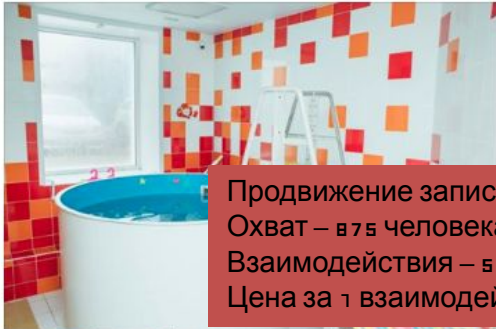
Аквакласс, Lena Mikhaleva, Юра Рудчик и еще 5 · 254 просмотра

Продвижение видеоролика:
Охват – 543 человека
Просмотры – 236
Цена за 1 просмотр – 0,71 руб.

Аквакласс добавил(-а) 4 новых фото.
Реклама (демонстрация) · 🌐

Студия раннего плавания «Аквакласс» – это индивидуальные занятия для грудничков и дошкольников.

- обученные инструкторы;
- гибкий график;
- сертификаты и абонементы;... Еще



Юра Рудчик, Марина Гумирова и еще 19



Продвижение записи:
Охват – 875 человека
Взаимодействия – 55
Цена за 1 взаимодействие – 5,45 руб.

Facebook. Продвижение.

Таргетированная реклама на Facebook велела на сайт. Было использовано три вида объявлений: «карусель», видеозапись и неформальная форма. Лучшее себя показал вариант «карусель».
Общий охват: 10524. Клики на ссылку: 126. Стоимость клика: 7,14 руб.

Аквакласс
Реклама (демонстрация) · 🌐

Плавание – занятие, которым ребенок может заниматься всю жизнь. Дайте ему правильный старт вместе со студией раннего плавания «Аквакласс». Профессиональные тренеры и индивидуальный подход к каждому малышу.



Учим плавать на раз-два! [Подать заявку](#)

Бассейны для детей разного возраста [Подать заявку](#)

Аквакласс
Реклама (демонстрация) · 🌐

Классная студия детского плавания рядом с вашим домом. Научим вашего ребенка плавать и нырять играючи 😊 Подходит для малышей от 2 месяцев до 7 лет. Подайте заявку на занятие прямо сейчас! Мы позвоним и расскажем, какую пользу плавание принесет именно вашему малышу.



Две студии в центре Хабаровска

Ваш ребенок плавает как рыбка! [Подать заявку](#)

70 просмотров

Аквакласс
Реклама (демонстрация) · 🌐

После занятий в «Аквакласс» ваш малыш повторит обложку альбома Nirvana на раз-два. Не верите? А вы попробуйте 😊 Запишитесь на первое пробное занятие прямо сейчас.



Ваш малыш – рок-звезда плавания!
Вода проходит трехуровневую систему очистки с помощью новейшего оборудования

AQUA-CLASS.COM [Подать заявку](#)



Выводы и рекомендации

Выводы [статистика сайта]

19.06-19.07

| <input checked="" type="checkbox"/> Социальная сеть, Группа соц. сети | Визиты | Посетители |
|---|---------|------------|
| | ▽ % .nl | ▽ % .nl |
| <input type="checkbox"/> Итого и средние | 326 | 301 |
| <input checked="" type="checkbox"/> Instagram.com | 274 | 256 |
| <input checked="" type="checkbox"/> ВКонтакте | 39 | 33 |
| <input checked="" type="checkbox"/> Facebook | 13 | 12 |

19.05-18.06

| <input checked="" type="checkbox"/> Социальная сеть, Группа соц. сети | Визиты | Посетители |
|---|---------|------------|
| | ▽ % .nl | ▽ % .nl |
| <input type="checkbox"/> Итого и средние | 45 | 37 |
| <input checked="" type="checkbox"/> ВКонтакте | 34 | 30 |
| <input checked="" type="checkbox"/> Instagram.com | 8 | 6 |
| <input checked="" type="checkbox"/> Facebook | 3 | 1 |

19.04-18.05

| <input checked="" type="checkbox"/> Социальная сеть, Группа соц. сети | Визиты | Посетители |
|---|---------|------------|
| | ▽ % .nl | ▽ % .nl |
| <input type="checkbox"/> Итого и средние | 74 | 57 |
| <input checked="" type="checkbox"/> Instagram.com | 37 | 32 |
| <input checked="" type="checkbox"/> ВКонтакте | 35 | 23 |
| <input checked="" type="checkbox"/> Facebook | 1 | 1 |
| <input type="checkbox"/> Одноклассники | 1 | 1 |

19.03-18.04

| <input checked="" type="checkbox"/> Социальная сеть, Группа соц. сети | Визиты | Посетители |
|---|---------|------------|
| | ▽ % .nl | ▽ % .nl |
| <input type="checkbox"/> Итого и средние | 214 | 187 |
| <input checked="" type="checkbox"/> Instagram.com | 170 | 148 |
| <input checked="" type="checkbox"/> Facebook | 26 | 25 |
| <input checked="" type="checkbox"/> ВКонтакте | 18 | 14 |

За 4 последних месяца данный отчетный период показал себя лучше всего по количеству переходов на сайт. Всего на сайте было 1094 посетителя. Доля из соц.сетей = 27%

Выводы

1. За отчетный период сформировалось четкое понимание, какие каналы как работают, какие лучше, какой метод продвижения канала наиболее эффективен:
 - Отлично показал себя Instagram. Активная аудитория, большой поток отзывов, мнений. Открытость и готовность к диалогу. Вовлеченность. Среди инструментов по получению заявок наиболее эффективно себя показал маслайкинг [по гео, по конкурентам, по сообществам для мамочек] в сочетании с повышением активности аудитории [за счет правильного контента] + большой базы живых отзывов.
 - Хорошо проявил себя Facebook как рекламная площадка. Наиболее эффективный инструмент: «карусель» и «генерация лидов» с анкетой + предложением скидки, настроенные по гео, на женщин, связанных с детьми.
 - Вконтакте показала себя очень слабым каналом для продвижения. Основная проблема: неактивная аудитория ВК в регионе Хабаровск. Настраивая рекламу на ЦА, мы не получаем отдачи, показов, а если брать более широкую аудиторию и менее целевой сегмент, мы неэффективно растратим бюджет.
2. Выявили самый узкий сегмент ЦА: женщина от 25 до 30 лет, с ребенком, состоящая в мамских сообществах, проживающая в +10 км от адресов студии.
3. Большую ценность представляет видеоконтент. Сейчас он присутствует в виде промороликов, видеоотзывов и видео в рубрике «Акваклассное настроение дня». Посты с видео собирают в среднем около 500 просмотров, на них есть реакция, их сохраняют, комментируют. Такой контент практически отсутствует у конкурентов => стоит обратить внимание на расширение этого направления.
4. Статистика по переходам на сайт из социальных сетей за последние 4 месяца говорит нам о том, что отчетный период можно считать удачным. При том, что период был тестовый и часть каналов не сработала вообще, показатели в разы больше предыдущих месяцев.

Выводы

5. Мы увеличили периодичность постинга до минимум 1 поста в день. Вывели на первый план Аквадневник, увеличили количество «репостов» отзывов [новые возникают каждую неделю], добавили юмора, постепенно строим имидж компании в социальных сетях, как открытого к диалогу и общению проекта, команду профессионалов и экспертов в области развития ребенка и осознанного родительства. Создаем у аудитории понимание высокой планки нашего сервиса и сервиса как ценности вообще.

6. Общее количество собранных заявок по всем социальным сетям составило: 45 штук.

7. Коэффициент вовлеченности [по подписчикам] вырос у каждой из социальных сетей в сравнении с прошлым месяцем:

ВК: 0,60 против 0,052 в предыдущем месяце

INST: 2,67 против 0,22 в предыдущем месяце

FB: 1,05 против 0,296 в предыдущем месяце

Рекомендации

1. В отчетный период мы сформировали представление о наиболее эффективных каналах продвижения. В следующем месяце рекламный бюджет стоит распределить именно по этим каналам, настроив их еще более четко и сегментировано.
2. Рекомендуется продолжить сформированную линию постинга, где практически каждый пост – призыв к диалогу, комментарию, мнению. Нужно все больше и больше расширять базу отзывов.
3. Рекомендуется ввести больше рассказов о студии + добавить еще больше экспертности контенту.
4. Со второго месяца рекомендуется привлечение лидеров мнения, блогеров, партнеров. Проведение совместных с ними активностей.
5. Рекомендуется рассмотреть возможность создания собственного видеоконтента, который может быть интересен пользователям.
6. Рекомендуется расширить интерактив, давать людям больше прямых эфиров, активностей, выходящих за рамки онлайн.