



КАК МЫ ПРОДВИГАЛИ ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНКУРС

SOCIQL LIFT

КОМАНДА ОРЕНБУРЖЬЯ

Основная цель при продвижении – сбор заявок, путем оставления контактных данных на сайте.

Проект «Команда Оренбуржья» – это кадровый конкурс, нацеленный на поиск талантливых управленцев. В рамках продвижения проекта планировалось проинформировать целевую аудиторию о проводимом конкурсе в Оренбургской области, а также обеспечить заявки на участие в конкурсе.

Для продвижения проекта был выбран формат таргетированной рекламы в социальных сетях ВКонтакте, Facebook и Instagram. Рекламные объявления запускались с целью охвата наибольшего количества пользователей и с целью увеличения трафика на сайт.

#таргетинг#заявки#ВКонтакте#Facebook#Instagram



ГОТОВЫ МЕНЯТЬ
регион К ЛУЧШЕМУ?

Перед рабочей группой были поставлены следующие задачи:

- В течении месяца осуществить рекламное продвижение проекта
- Обеспечить информационный охват
- Увеличить трафик целевой аудитории на сайт, обеспечив тем самым заявки на участие в конкурсе
- Увеличить вовлеченность пользователей на страницах социальных сетей

Целевой аудиторией проекта являются образованные активные люди, интересующиеся и занимающиеся политикой, экономикой, благотворительностью, экологией, волонтерством, спортом, менеджментом, имеющие высшее образование, которые готовы менять регион к лучшему, а так же имеющие управленческий опыт не менее двух лет.

MIND-MAP

- Директор (генеральный директор, филиала, фирмы и т.д.)
- Руководитель (группы, филиала, отдела и т.д.)
- Владелец компании

Должности

- Бизнес
- Менеджмент
- Топ-менеджмент
- Лидерство
- Благотворительность
- Управление продуктом, проектом и т.д.
- Основатель/владелец
- Предприниматель
- Политик
- Правительство

Интересы

- Лидеры России
- Сообщества ВУЗов
- Сообщества профсоюзов, студенческих советов и т.д.
- Сообщества МГЕР
- Городские сообщества
- Сообщества благотворительных организаций
- Молодежное правительство

Подписчики сообщества/ активности в сообществах

Внутренние настройки рекламных кабинетов

КОМАНДА ОРЕНБУРЖЬЯ

Парсинг и др. аудитории

Аудитории собранные с помощью парсеров

- Активные участники сообществ
- Только что вступившие/ вышедшие из сообществ
- Проявляющие активность в постах сообществ

Посетители сайта

Аудитория собранная с помощью пикселя установленного на сайте

Lookalike

- Аудитория похожая на подписчиков страницы Facebook или Instagram
- Аудитория похожая на людей, которые взаимодействовали со страницей Facebook или Instagram
- Аудитория, по поведенческим характеристикам похожая на посетителей сайта

ПРОДВИЖЕНИЕ В КОНТАКТЕ

- Одной из наиболее важных задач продвижения был сбор целевой аудитории. Были собраны городские сообщества, которые в дальнейшем анализировались при помощи парсера, инструментом «Целевые сообщества», что позволило узнать в каких сообществах находятся жители Оренбургской области. Были найдены сообщества вузов, отдельных кафедр университетов, общежитий, профкомов, профсоюзов, спортивных клубов, благотворительных и политических сообществ, и многие другие.
- Для участия в конкурсе был необходим управленческий опыт, то таргетироваться на пользователей с руководящими должностями также имело смысл.
- Единственным вариантом регистрации участника в конкурсе была форма заявки, оставленная на сайте, в связи с этим для продвижения был выбран формат «Реклама сайта», так как именно он позволяет сократить путь пользователя к совершению целевого действия на сайте.
- В период продвижения аудитория регулярно сегментировалась по полу и возрасту, под каждую аудиторию тестировались различные креативы, так же была запущена lookalike аудитория. Благодаря этим действиям удалось значительно снизить стоимость клика, что позволило выполнить плановые KPI.
- Наиболее эффективным сегментом аудитории оказались сообщества профсоюзов, вузов, политические сообщества и местных добровольцев.



Команда Оренбуржья
Реклама

Есть идеи для социального проекта?
Принимай участие в конкурсе — «Проекты Оренбуржья».

Реализуй социальный проект

[Узнать подробнее](#)

команда56.рф

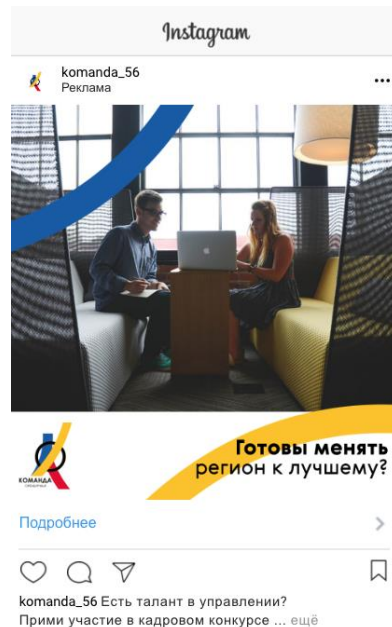
[Подробнее](#)

В КОНТАКТЕ



ПРОДВИЖЕНИЕ FACEBOOK/INSTAGRAM

- Социальные сети Facebook и Instagram обладают широким выбором интересов, благодаря которым можно найти пользователей любой категории.
- Для продвижения были выбраны интересы: гражданский активизм, общественная организация, общественное движение, социальная работа, политика, предпринимательство, социальные изменения, и многие другие.
- Интересы имели слишком узкую аудиторию, поэтому протестировать отдельно удалось только интерес «предпринимательство», остальные же интересы группировались, чтобы собрать «рабочую» емкость аудитории.
- Группирование мелких сегментов аудитории по достаточно схожим интересам с направленным на них общим креативом позволило получить низкую стоимость клика, охватить наибольшее количество целевой аудитории и собрать заявки на регистрацию участников.
- В Facebook и Instagram наилучший результат показал интерес «предпринимательство», по емкости аудитории интерес содержал достаточное количество пользователей, что позволяло сегментировать аудиторию по полу и возрасту, в результате чего удалось снизить стоимость перехода на сайт и получить наибольшее количество кликов с данного сегмента аудитории.
- В результате группировки многочисленных интересов, тщательно собирая сегменты целевой аудитории (каждый сегмент был менее 1 000 пользователей) удалось собрать достаточную емкость аудитории для продвижения, что позволило перевыполнить все поставленные KPI.



FACEBOOK/INSTAGRAM

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

ГРУПИРОВАНИЕ ИНТЕРЕСОВ

ОБЩЕСТВЕННОЕ ДВИЖЕНИЕ

+

ПОЛИТИКА

+

СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА

+

ГРАЖДАНСКИЙ АКТИВИЗМ

+

ДРУГИЕ

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ИНТЕРЕСОВ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

РЕЗУЛЬТАТЫ

1

Месяц продвижения

3

Социальных сети

27

Сегментов целевой аудитории

33

Рекламных объявлений

36 лет

Средний возраст участников

2 029

Прямых переходов на сайт

2 639

Участников

328 541

Суммарный охват

РЕЗУЛЬТАТЫ

- В результате продвижения **перевыполнены все KPI**
- План по переходам перевыполнен **на 144%**
- План по показам и охвату перевыполнен более, чем **на 80%**
- Участие в конкурсе приняли **2 639 человек**

ВЫВОДЫ

При проведении рекламной кампании необходимо регулярно тестировать гипотезы по нахождению целевой аудитории. Так наилучшим образом в Facebook и Instagram показал себя интерес «предпринимательство», тогда как интересы связанные с политикой и управлением по эффективности оказались хуже.

При поиске целевой аудитории для расширения узкого сегмента необходимо использовать парсер с инструментом «Целевые сообщества», который позволит найти множество релевантных сообществ в социальной сети ВКонтакте.

Для различных сегментов целевой аудитории следует использовать отдельные рекламные креативы, чтобы тестировать многообразные связки сегмента целевой аудитории и направленного на него креатива.

По итогам рекламной кампании удалось снизить стоимость клика и стоимость охвата, благодаря постоянной и своевременной оптимизации рекламной кампании.