

УЛУЧШАЕМ ИЗМЕРИМОЕ

Как мы это делали

Перед нами стояла задача

Важности должен

Процесс

4 интервью

4 рабочих дня

5 локаций

11 дней

Backstage

Мобильная версия

Результат

НАМИННОЕ ДОВЕРИЕ

Темы



КТО МЫ

Мы – часть JetStyle, комплексного digital-продакшена, который более 18 лет разрабатывает продукты/сервисы и решает бизнес-задачи клиентов.

Закрываем компетенции в области **web-аналитики, SEO, контекстной, таргетированной и медийной рекламы, SMM.**

4



Мобильный
маркетинг
2022

2



Сайт
фармацевтических
компаний
2021

11



Интернет-
реклама
2022

11



Performance-
маркетинг
2022

24



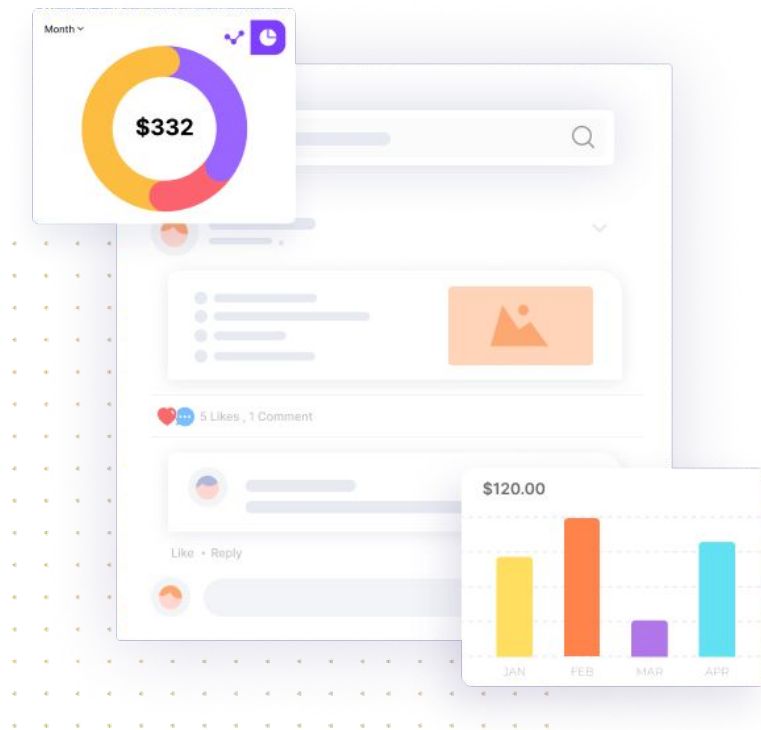
SEO глазами
клиентов
2022



Чем мы полезны

Изучаем рынок и конкурентов

Смотрим на сайты, рекламные сообщения и активности конкурентов, чтобы понять как клиенту выделиться на их фоне.

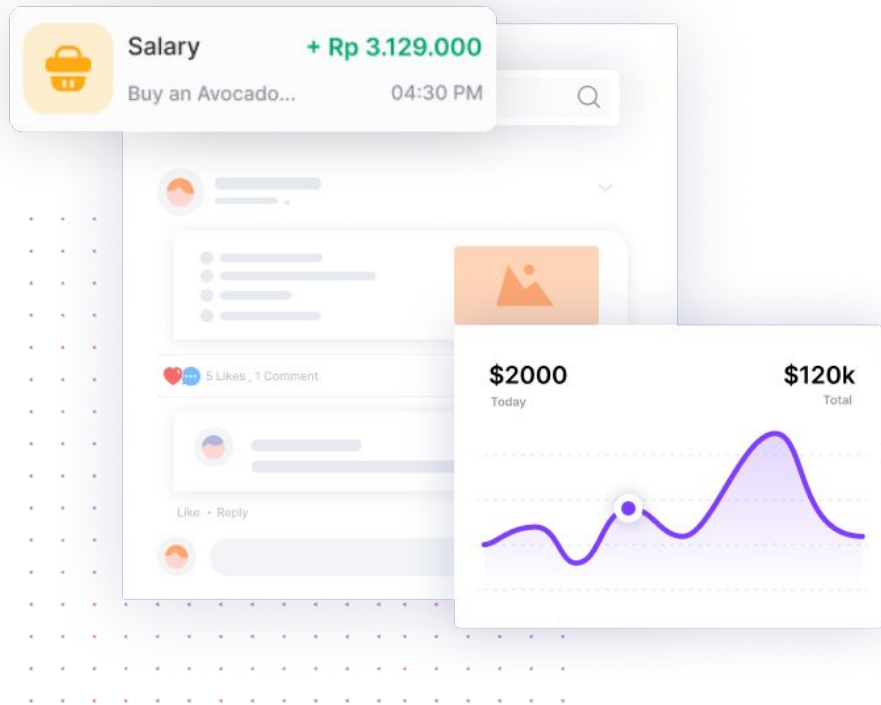




Чем мы полезны

Разрабатываем стратегии

Находим способ представить продукт на рынке, придумываем оригинальную идею продвижения и составляем план мероприятий в digital.

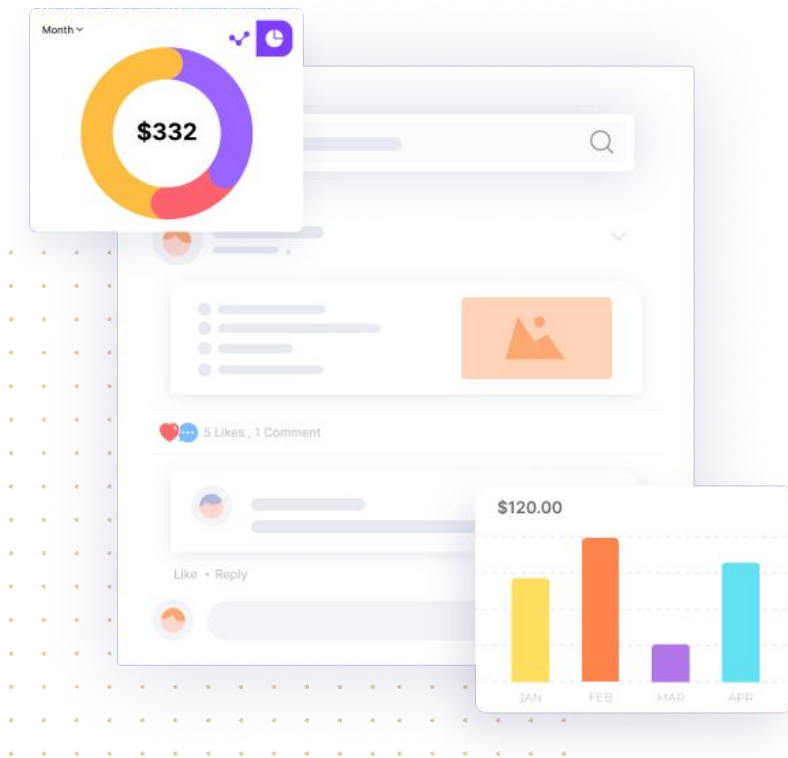




Чем мы полезны

Внедряем сквозную аналитику

Настраиваем системы web- и inapp-аналитики и связываем данные с CRM, чтобы понимать экономическую эффективность дальнейших действий, а также иметь возможность оптимизировать рекламные размещения и активности на основе данных.

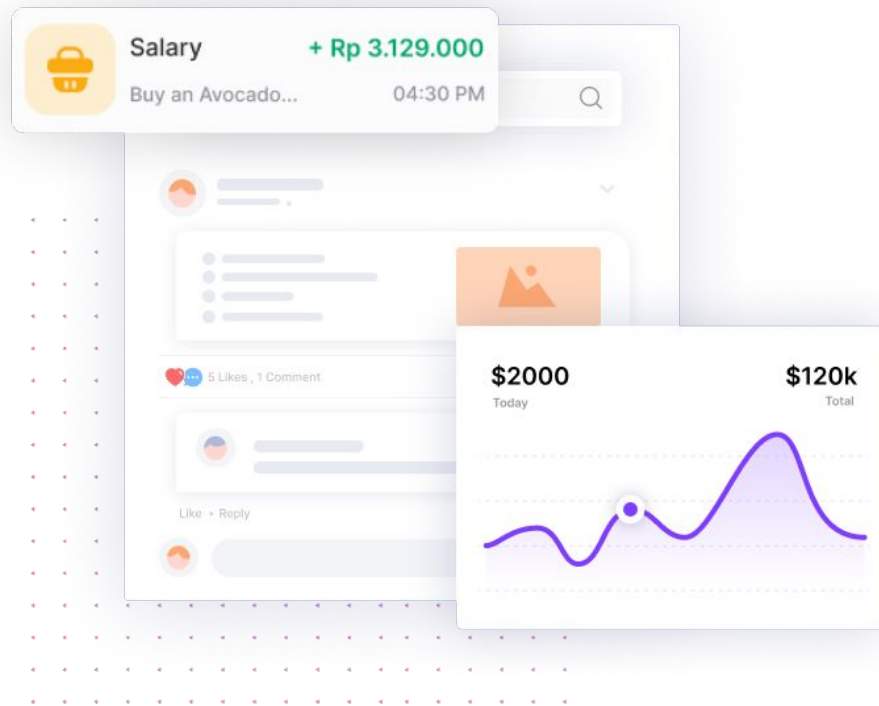




Чем мы полезны

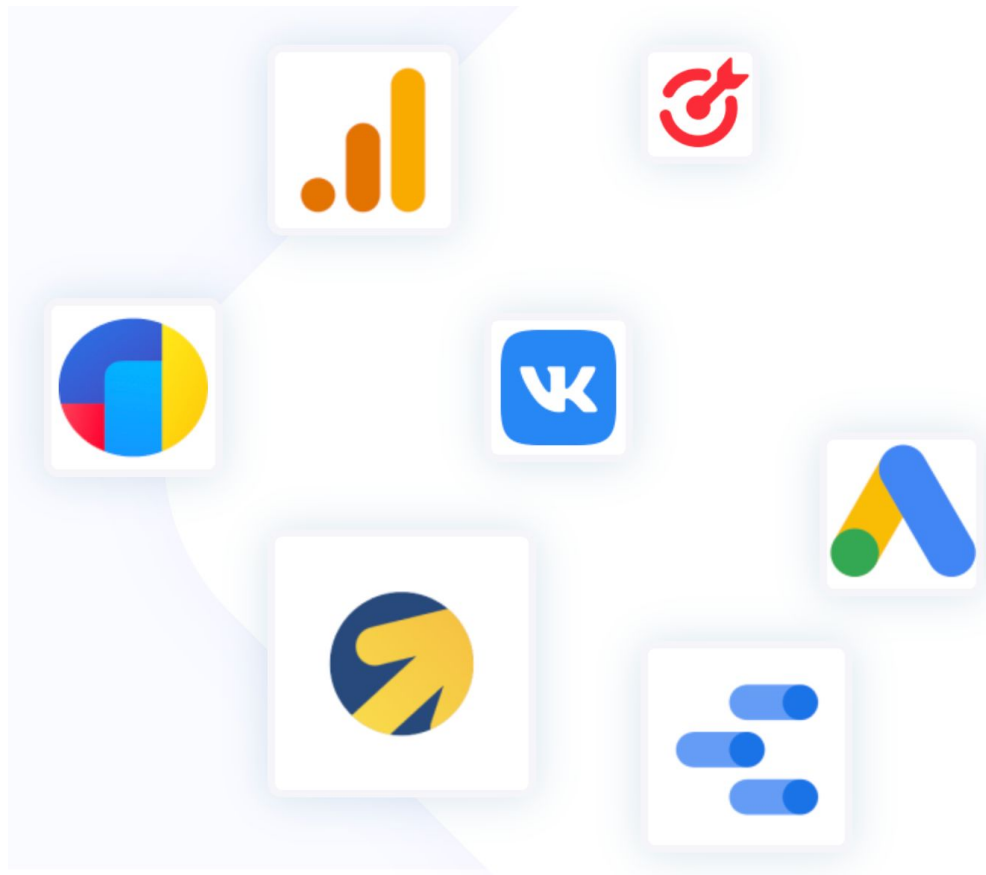
Запускаем промокампании

Готовим объявления и запускаем рекламную кампанию, чтобы наладить постоянный поток новых клиентов.




Сотрудники сертифицированы

У нас 100+ штатных специалистов
и их квалификация подтверждена
сертификатами.



Мы вам подходим, если вы

- 01 Ищете партнёра надолго:** мы верим, что только на длинной дистанции обе стороны получают максимальную пользу от совместной работы.
 - 02 Ищете комплексный подход:** мы будем более полезны, если будем вести разные активности, поддерживающие друг друга.
 - 03 Выводите на рынок новый продукт:** поможем разобраться, с кем будете конкурировать в digital и с чего лучше начать.
 - 04 Знаете, как будете оценивать** эффективность нашей работы: нам важно вместе достигать конкретных целей.
 - 05 Готовы стать с нами одной командой:** регулярно созваниваться, делиться информацией, слышать предложения.
 - 06 Ждёте от подрядчика инициативы:** у нас всегда есть что предложить для достижения лучших результатов.
- 
- A thick, solid red diagonal bar is located in the bottom-left corner of the page.

КЕЙСЫ

Как мы его делали

Перед нами стояла задача разработать комплексную маркетинговую стратегию и реализовать ее в виде промо-кампании.

Высорок должен

- Быть эффективным
- Быть интересным
- Быть удобным

Процесс

4 интервью
Выяснить потребности клиента и определить цели.

4 рабочих дня
Создать концепцию и прототип.

6 локаций
Провести рекламную кампанию в ключевых местах.

11 дней
Создать контент и реализовать кампанию.

Backstage

Видеосъемка в студии

Мобильная версия

В процессе работы мы разработали адаптивную версию сайта, которая отлично работает на смартфонах и планшетах.

Результат

Создана комплексная маркетинговая стратегия, реализована промо-кампания, достигнуты поставленные цели.

Темы

Процесс разработки, дизайн, маркетинг, продвижение.



Антифризы X-FREEZE



Цели

Бизнес-цель

- занять требуемую долю рынка (выполнить план продаж)

Маркетинговые цели

- прирост спроса на 40% за счет фокусировки на молодой целевой аудитории
- сохранить существующих покупателей

Коммуникационная цель

- сформировать восприятие марки X-Freeze как качественных антифризов с яркой натурой, соответствующей настроению ЦА
- привлечь целевую аудиторию и замотивировать на покупку
- увеличить знание марки, тем самым формируя отложенный спрос



Антифризы X-FREEZE



Что сделали

- Провели анализ рынка и конкурентного окружения
- Доработали платформу бренда, сформулировали ценности, ключевое сообщение
- Разработали комплексную digital-стратегию и пакет креативов
- Разработали промо-сайт
- Настроили и запустили рекламную кампанию

Результаты

CPC ниже прогнозируемого, а CTR – выше. В результате привлекли **на 35% больше** целевого трафика, чем планировали, при том же бюджете.

За счет оптимизаций кампаний удалось повысить CR с 3,27% в сентябре (месяц запуска) **до 12,90%** в декабре. KPI по фактическим показам перевыполнен на 11%.

Спрос на бренд вырос **на 23%** относительно аналогичного периода прошлого года.

[Смотреть кейс](#)

Витамины Ультра-Д

Цели

Бизнес-цель

- выполнить план продаж (в количестве упаковок).

Маркетинговые цели

- расширить целевую аудиторию новыми сегментами,
- привлечь к потреблению бренда новую аудиторию.

Коммуникационная цель

- привлечь внимание к бренду как к «рупору» мыслей целевой аудитории, сформировать любопытство к бренду,
- стимулировать намерение первой покупки,
- постепенно сформировать отложенный спрос.

ORION
PHARMA



Витамины Ультра-Д



Что сделали

- Подготовили коммуникационную платформу бренда
- Сформировали диджитал-стратегию
- Разработали сайт
- Настроили сквозную аналитику
- Подготовили и запустили рекламную кампанию
- Подключили SMM
- Интегрировались с подкастом

Результаты

Поисковый трафик показывает уверенный рост за счет продвижения по информационным запросам. За счет работы над оптимизацией сайта и рекламы нам удастся поддерживать конверсию не менее **3%** в переход в аптеку с рекламных каналов.

При этом в пике сезона сочетание повышенного спроса и стратегий с оптимизацией по конверсиям позволяет добиваться трехкратного роста конверсии —

до 9%

[Смотреть кейс](#)

БАД «Фертифолин»

Цели

- Разработать и запустить сайт «Фертины», чтобы повысить продажи с помощью performance-инструментов.
- Подготовить сайт для обновленной версии БАДа под названием «Фертифолин» и перевести трафик со старого сайта на новый, не потеряв в конверсии.



БАД «Фертифолин»



Что сделали

- Разработали коммуникационную платформу бренда: исследовали рынок и конкурентов, определили то, как будем говорить с аудиторией, и сформулировали слоган: «Ритм в твоих руках!»
- Разработали продуктовый промо-сайт
- Подготовили и запустили рекламную кампанию
- Выпустили 4 имиджевых анимационных роликов

Результаты

Поисковый трафик на сайт «Фертины» уверенно растет, а цена контакта снижается. За последний год количество переходов из поисковых систем возросло

в 7 раз.

Конверсия в переход с сайта «Фертины» на сайт «Фертифолина» составляет почти 2%, а конверсия из такого трафика в онлайн-аптеку — **более 19%**.

Конверсию с рекламы в онлайн-аптеку удерживаем на уровне не ниже **3,35%**.

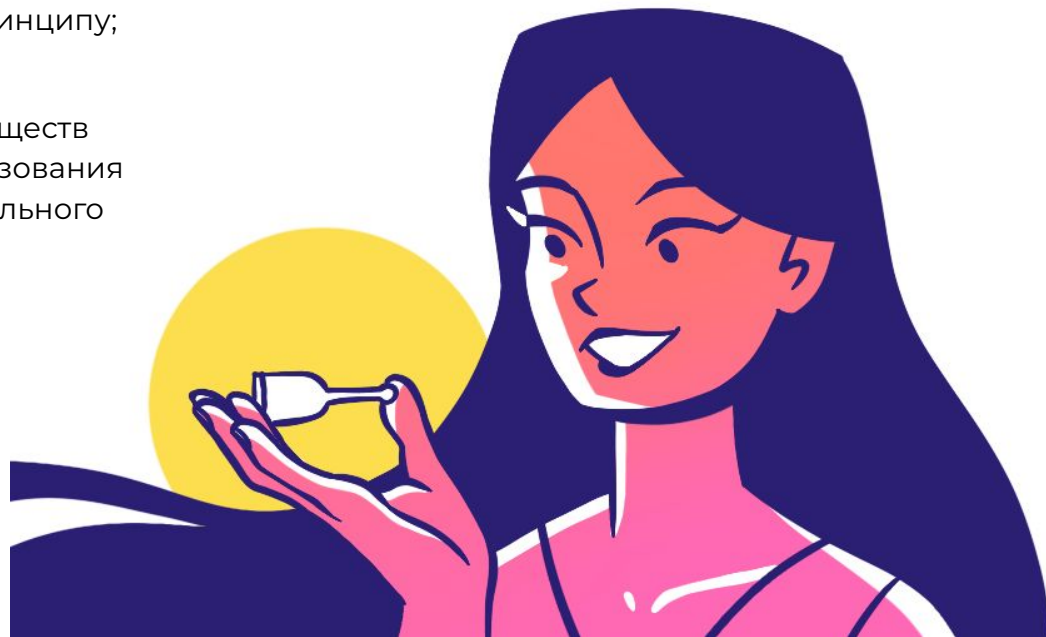
[Смотреть кейс](#)

Гель «Лактагель»

Цели

Разработать промо-сайт и запустить продвижение, чтобы:

- привлечь аудиторию препаратов-конкурентов, которые действуют по стандартному принципу;
- вывести «Лактагель» на FMCG-рынок — сформировать у ЦА понимание преимуществ препарата и необходимости его использования не только при возникновении бактериального вагиноза, но и для его профилактики;
- выполнить годовой план продаж в количестве упаковок.



Гель «Лактагель»



Что сделали

- Провели исследование рынка и аудитории, создали коммуникационную платформу бренда
- Разработали продуктовый промо-сайт
- Подготовили и запустили рекламную кампанию
- Создали анимационный научпоп-ролик про «Лактагель» для врачей

Результаты

Поисковый трафик показывает уверенный рост за счет продвижения по информационным запросам. Конверсия в аптеку с органики — **выше 0,7%**.

Конверсия в аптеку с рекламного трафика (performance-каналы) держится на уровне

Выше 4,4%

Более 25% пользователей с рекламы скроллят страницу до конца.

[Смотреть кейс](#)

Xbox One X

Задача

Рассказать о старте продаж новой игровой приставки Xbox One в России.



Xbox One X



Что сделали

- Дизайн посадочной страницы
- Создали рекламные баннеры
- Провели рекламную кампанию, используя разные форматы и концентрируясь только на самых эффективных
- Настроили аналитику (Яндекс.Метрика)

Результаты

В **2 раза** перевыполнили KPI по количеству регистраций.

Итоговая конверсия **1,3-5,8%** в зависимости от канала.

Лучший показатель по сочетанию охвата, конверсии, числа и стоимости заявок показало размещение во «ВКонтакте». Конверсия в заявку составила

4,96%

[Смотреть кейс](#)

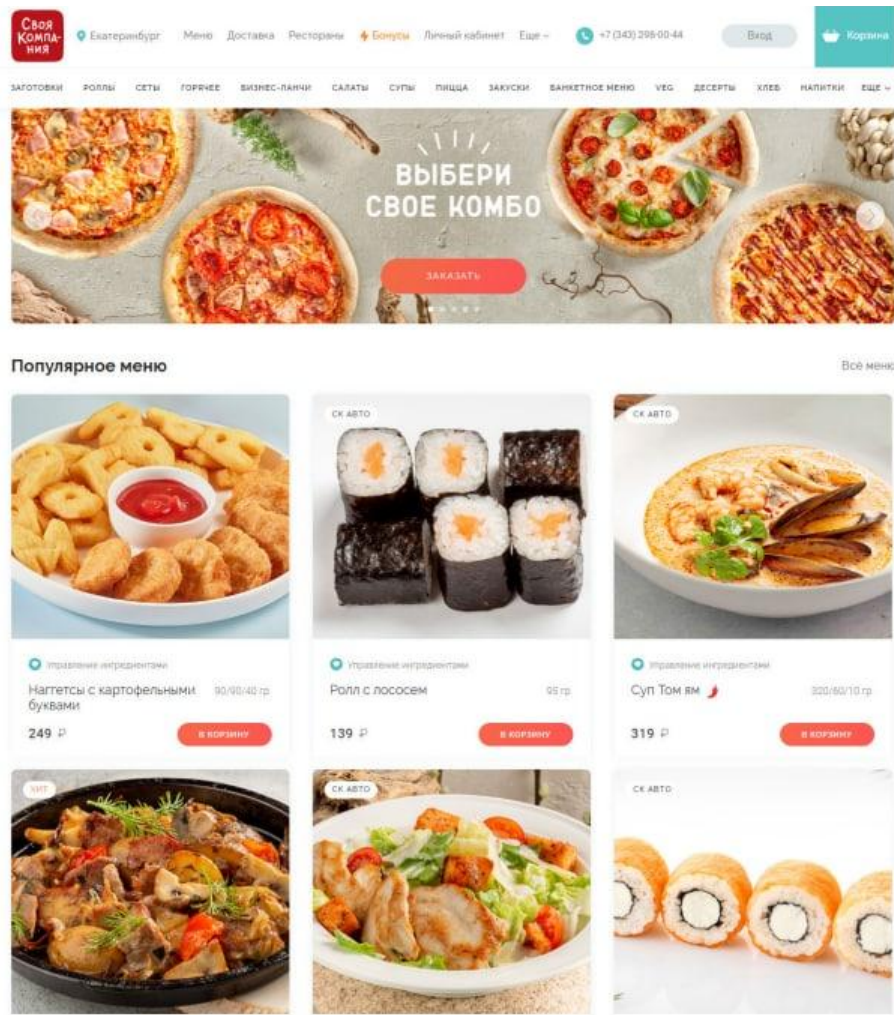


Портфолио

Сеть ресторанов «Своя компания»

Задача

Увеличить количество заказов и посетителей с сайта в федеральную сеть ресторанов.



Сеть ресторанов «Своя компания»



Что сделали

- В первую очередь выявили проблемные места, которые снижали конверсию и мешали продвижению
- По результатам аудита подготовили техническое задание для подрядчиков нашего клиента на исправление ошибок и технические доработки
- Также разработали и провели рекламную кампанию

Результаты

Трафик из поиска увеличился **на 37%**.

Конверсия увеличилась почти вдвое: **до 10,2%**.

Количество запросов в топ-10 Яндекса по Екатеринбургу выросло

в 6 раз

[Смотреть кейс](#)

Школа скорочтения IQ007



Задача

Перед нами стояла задача оптимизировать сайт **iq007.ru** для поискового продвижения и контекстной рекламы, провести рекламную кампанию, чтобы увеличить количество посетителей и заявок на обучение.



Школа скорочтения IQ007



Что сделали

- Провели техническую оптимизацию (с некоторыми хитростями - см. кейс)
- Проработали локальное SEO за счет оптимизации страниц региональных филиалов и заняли лидирующие позиции по гео-запросам
- Переработали, раздробили на регионы и оптимизировали РК

Результаты

Поисковый трафик **увеличился в 3,4 раза.**

Частично такой успех обязан повышению интереса к тематике, но благодаря высоким позициям мы собираем все «сливки» и сами формируем рост.

Месячный поток заявок через форму с сайта **вырос в 3 раза.**

Конверсия в заявку **выросла**

в 2 раза

[Смотреть кейс](#)

Медцентр УГМК-Здоровье



Задача

Увеличить количество посетителей и заявок.



Медцентр УГМК-Здоровье



Что сделали

- Спроектировали структуру новой версии сайта с учетом SEO-требований и сценариев пользователей.
- Настроили кроссдоменную аналитику (сайт клиники расположен на 4 доменах).
- Ведем работы по оптимизации и развитию сайта.

Результаты

Сохранили трафик при переезде на новый движок.

Золотой Сайт 2017 – 2 место в номинации “Лучший сайт медицинского учреждения”.

Количество переходов из поисковых систем выросло

в 1,3 раза

Увеличилось количество конверсий:

- по записи на прием **в 1,5 раза**
- по форме "Вызов врача на дом" **в 2 раза**
- по регистрации в ЛК почти **в 1,5 раза**

Philips Lighting

Задача

Увеличить поисковый трафик на сайт, а также улучшить видимость сайта в поисковых системах.

PHILIPS
Lighting



Philips Lighting

Что сделали

- Провели SEO-аудит и выявили проблемные места, которые мешали продвижению сайта
- По результатам аудита мы подготовили техническое задание на исправление ошибок и доработки на сайте
- Составили рекомендаций по структуре сайта и подготовили контент для страниц продукции

Результаты

Увеличили поисковый трафик на **39%** за год и перевыполнили план (22%) почти **в 2 раза**.

Увеличили процент запросов из семантического ядра в ТОП-10 Google с 19%

до 53%

Пекарня «Злата Печка»

Задача

Увеличить количество посетителей и заказов с сайта.



Пекарня «Злата Печка»

**Злата
Печка**

Что сделали

- Провели SEO-аудит и выявили проблемные места, которые мешали продвижению сайта
- Подготовили техническое задание на исправление ошибок на сайте, а также настроили аналитику
- Разработали и оптимизировали новый сайт

Результаты

Увеличили конверсию перехода в корзину **в 2 раза**.

Увеличили конверсию оформления заказа **в 1,5 раза**.

Увеличили процент запросов из семантического ядра в ТОП-10 Яндекс с 43%

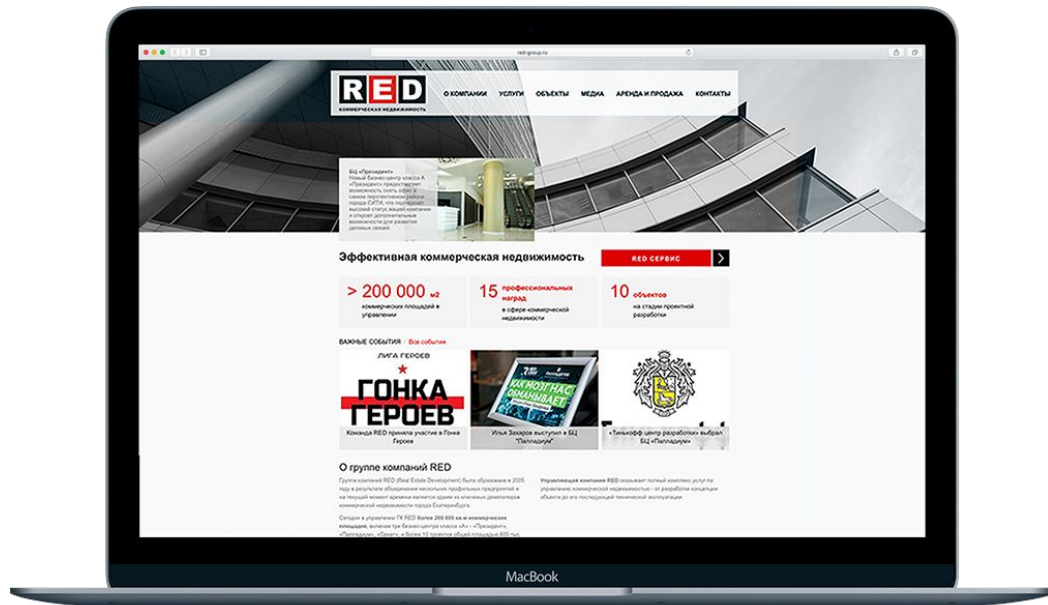
до 72%



Группа компаний RED

Задача

Увеличить количество
онлайн-заявок
и посещаемость сайта.



Группа компаний RED



Что сделали

- Спроектировали новый сайт с учетом требований SEO-оптимизации
- Оптимизировали страницы объектов и страницы категорий объектов

Результаты

Увеличили кол-во переходов из поисковиков на **35%**.

Увеличили количество запросов в ТОП-10 Яндекс и Google на **50%**.

Увеличили количество заявок на аренду

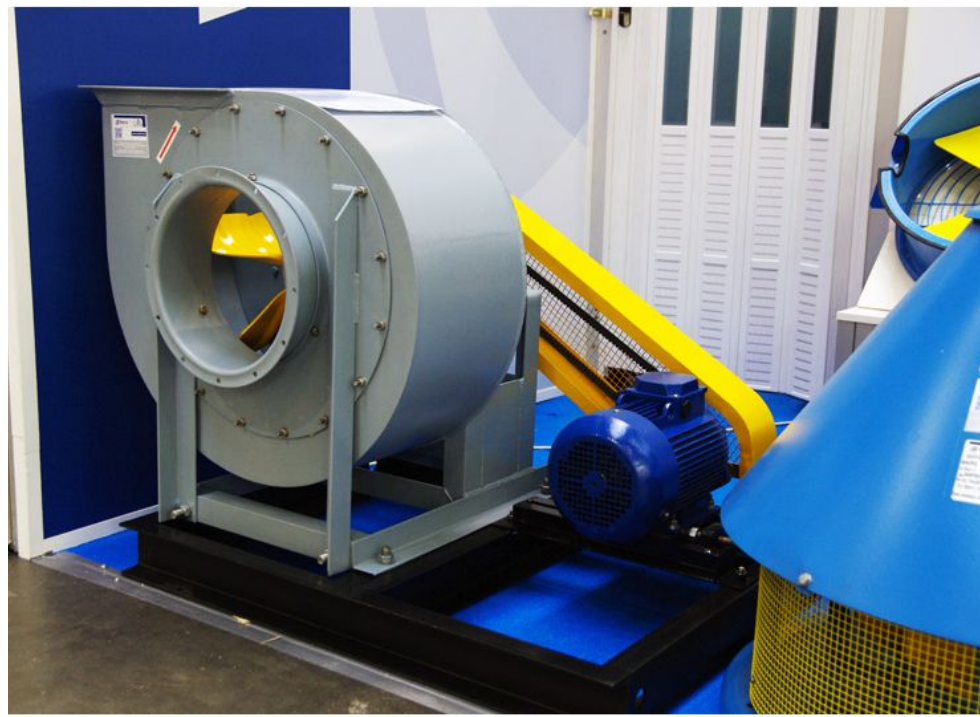
на 50%

[Смотреть кейс](#)

Машиностроительный завод «Вента»

Задача

Увеличить количество заявок
и посещаемость сайта.



Машиностроительный завод «Вента»



Что сделали

- Спроектировали и разработали сайт с учетом требований ЕО-оптимизации
- Оптимизировали все страницы каталога
- Настроили рекламные кампании в системах Яндекс Директ и Google Ads на всю Россию и СНГ, а также ретаргетинговые РК

Результаты

Количество уникальных посетителей сайта: **+68%**.

Трафик из поиска: **+65%**.

Количество целевых действий на сайте выросло **в 3 раза**.

Количество запросов в топ-10 Яндекс и Google выросло

в 2 раза

Компания «Милком»



Задача

Увеличить количество заявок
и посещаемость сайта.



Компания «Милком»

Что сделали

- Спроектировали новый сайт с учетом требований SEO-оптимизации
- Оптимизировали страницы категорий продуктов, брендов и страницы фильтров по названиям брендов
- Более 2 лет занимаемся продвижением и оптимизацией сайта

Результаты

Количество уникальных посетителей сайта увеличилось **в 2 раза**.

Трафик из поиска увеличился **в 2,5 раза**.

Количество целевых действий на сайте выросло **в 2 раза**.

Количество запросов в ТОП-10 Яндекс увеличилось

в 4 раза

УралТрубПром



УРАЛТРУБПРОМ
ОАО «Уральский трубный завод»

Задача

Увеличить количество
онлайн-заявок
и посещаемость сайта
из поисковых систем.



УралТрубПром



УРАЛТРУБПРОМ
ОАО «Уральский трубный завод»

Что сделали

- Спроектировали каталог трубной продукции с учетом требований SEO-оптимизации
- Оптимизировали все разделы сайта под рекомендации поисковых систем, помогли внедрить адаптив
- Настроили и ведем рекламные активности предприятия в контекстной и таргетированной рекламе

Результаты

Увеличили общее количество заявок в сравнении с предыдущими периодами.

Увеличили посещаемость из поисковых систем

в 2,5 раза

по запросам без упоминания бренда.

[Смотреть кейс](#)



Портфолио

Первоуральское Рудоуправление

Задача

Увеличить количество онлайн-заявок
и посещаемость сайта из поисковых систем.



Первоуральское Рудоуправление



Что сделали

- Сформировали рекомендации и проконтролировали их внедрение
- Скорректировали структуру каталога, подготовили и оптимизировали контент для разделов каталога
- На протяжении 2 лет вели рекламные активности предприятия в контекстной и таргетированной рекламе

Результаты

Увеличили общее кол-во заявок в сравнении с предыдущими периодами.

Увеличили посещаемость из поисковых систем

в 2 раза



JETSTYLE.PROMO

Мы на связи!

Выберите удобное время
для встречи в **Calendly**
или свяжитесь с нами

по телефону

8-800-555-81-86

по e-mail

promo@jetstyle.ru

через форму на сайте

promo.jetstyle.ru