

288 заявок для магазина женской одежды во ВКонтакте

Упаковали сообщество, выстроили контент-прогрев, настроили трафик в сообщения и автоворонку Senler для повторных касаний.

SMM

таргет VK

Senler

сообщения

Заявки

288

Цена заявки

208 ₽

CTR

3,44%

Показы

315 101

288

заявок

для магазина одежды



капсулы



витрина



заявки

CTR 3,44% CPC 19,5 ₽ 208 ₽/заявка

SMM + таргет + автоворонка Senler

Проект и задачи

О проекте

Клиент - магазин женской одежды во ВКонтакте: капсульные подборки, новинки, доставка по РФ. Основные продажи идут через сообщения сообщества и витрину «Товары».

Задачи

- упаковать сообщество так, чтобы оно продавало системно;
- настроить стабильный поток заявок в сообщения на подбор/заказ;
- параллельно вырастить тёплую аудиторию для повторных покупок.

Ключевые показатели кейса

Бюджет
60 000 ₽

Заявки
288

Клики
3 069

CPA
19,5 ₽

Что было на старте

Проблемы до работы

- сообщество: около 9 000 подписчиков, но контент не закрывал возражения и не вёл к покупке;
- витрина товаров заполнена частично, без логики в категориях и подборках;
- продажи шли «по запросу»: написали - ответили;
- воронки, прогрева и полноценной аналитики не было.



исходный визуальный ассортимент / база для упаковки

Что сделали: база для продаж

01

Аналитика и позиционирование

Разобрали конкурентов: контент, офферы, механики продаж и УТП. Сегментировали ЦА и триггеры покупок.

02

Линейка офферов

Собрали понятные поводы для покупки: капсула/подбор, новинки недели, хиты, распродажа, доставка, обмен и возврат.

03

Упаковка сообщества

Шапка, меню, закреп, витрина, категории и подборки по стилю/сезону - всё настроено под путь до заявки.

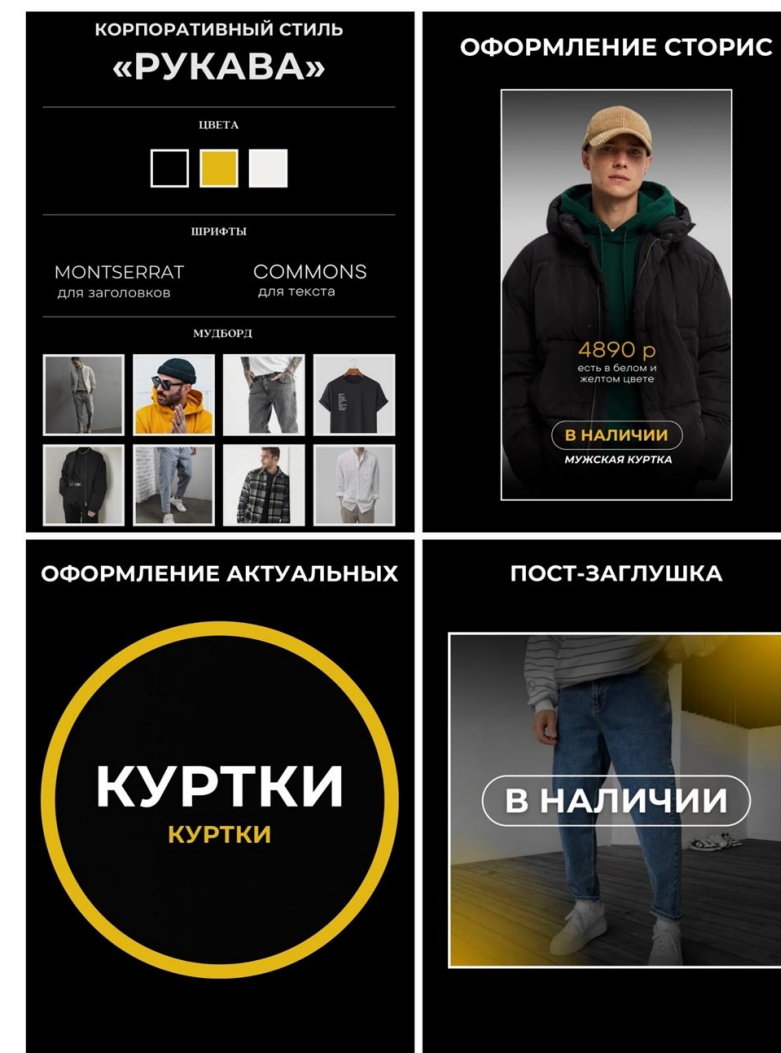
База, без которой реклама в одежде обычно «льёт впустую»

- меню: «Как заказать», «Доставка/обмен», «Размерная сетка», «Оплата», «Отзывы»;
- витрина: база, капсулы, верхняя одежда, платья, костюмы, аксессуары;
- закреп: понятный оффер + СТА «Написать / получить подбор»;
- шаблоны ответов менеджера для быстрой обработки заявок.

Контент, который греет и продаёт

Рубрики

- капсулы: 1 вещь - 3-5 образов;
- посадка, размер и ткань, чтобы снять страх «не подойдёт»;
- «до/после» и «как сидит на рост X»;
- отзывы + UGC;
- новинки, лимитки, комплекты, акции;
- подбор по запросу: рост/параметры -> соберём образ.



Как выстроили путь в сообщениях

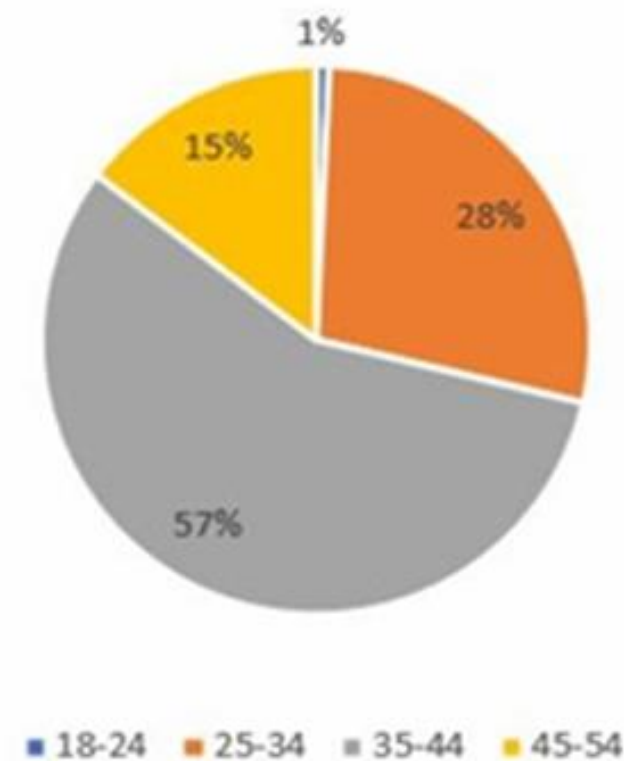
Воронка в сообщениях

Пост / клип / история / реклама -> сообщения -> быстрый сценарий: категория, размер, бюджет -> 3-7 вариантов -> дозаказ -> оплата и доставка -> дожим напоминаниями и похожими товарами.

Автоматизация через Senler

- лид-магнит за подписку: гайд, капсула или таблица размеров;
- напоминания о брошенной переписке;
- серии сообщений: новинки недели, хиты, распродажа - по согласию, без спама.

Возраст женщин, оставивших заявку



Что тестировали и что сработало лучше

01

Трафик в сообщения

Лучший вариант для магазина одежды: подбор образа, капсула, лимитка, консультация по фигуре и параметрам.

02

Витрина и карточки

Работало на хиты и акции, но требовало сильной карточки: фото, цена, наличие, размеры и быстрый путь к покупке.

03

Продвижение постов

Давало охваты и реакции. Использовали как подогрев под ретаргет и для усиления тёплой аудитории.



Как стабилизировали результат

В одежде показатели «качаются» из-за сезонности и обновления коллекций. Мы выровняли результат через регулярные тесты и корректировку офферов.

01

Креативы

Лучше всего работали живые фото и видео посадки, капсулы и понятные подборки.

02

Сегменты

Усилили группы, которые реагировали лучше, в том числе женщин 35-44.

03

Тёплые кампании

Отдельно настроили подписчиков, взаимодействия и посетителей витрины.

Переформулировали оффер: не «купите платье», а «подберём образ под параметры за 5 минут».

288 заявок при цене 208 ₽

За период получили поток заявок в сообщения, клики и переходы по управляемой цене. Лучшие связки показали CTR 3,44%.

Бюджет

60 000 ₽

Показы

315 101

Клики

3 069

CTR лучших связок

3,44%

CPC

19,5 ₽

Заявки

288

Основной результат: заявки в сообщения стали прогнозируемым каналом продаж.



Что показал кейс

Выводы

- лучше всего сработала связка: контент-прогрев + трафик в сообщения + быстрый скрипт подбора;
- ведение - это не «красота», а конверсия: отзывы, посадка, ткани, обмен/возврат и живые фото закрывают возражения;
- Senler дал повторные касания по базе без постоянных затрат на рекламу.

Что получил клиент

- упакованное сообщество ВК;
- понятную витрину и контент-логику;
- стабильный поток заявок;
- автоворонку для повторных касаний;
- базу для дальнейшего масштабирования.

288 заявок по 208 ₽ для магазина одежды во ВКонтакте