

2310 заявок по 37,5 ₽ для офлайн-распродажи

Выстроили систему продвижения для площадки «Терминал» в Улан-Удэ: SMM, таргет, лид-магнит через купон, Taplink, VK + Senler и повторные касания по базе.

SMM

таргет

Taplink

Senler

офлайн-трафик

Заявки

2310

CPL

37,5 ₽

Расход

86 838 ₽

Подписчики

3500+

2310

заявок
купон входа

37,5 ₽

CPL



офлайн-распродажа / Улан-Удэ

Площадка «Терминал» в Улан-Удэ

Формат проекта

«Терминал» - офлайн-площадка в Улан-Удэ. По выходным здесь собираются 30-50 магазинов и распродают одежду, обувь и аксессуары со скидками 25-90%.

Ключевой нюанс

Вход платный - 100 ₽. Поэтому коммуникацию строили не вокруг оплаты входа, а через купон на бесплатное посещение.

Воронка: барьер превращён в лид-магнит



Платный вход 100 ₽ не продавали напрямую. Вместо этого предложили купон на бесплатное посещение и собирали заявку.

Что нужно было усилить

01

Пересобрать кампании

Оптимизировать рекламные связки, чтобы снизить стоимость заявки.

02

Увеличить активность

Оживить Instagram и усилить регулярное взаимодействие с аудиторией.

03

Рост подписчиков

Нарастить базу аудитории вокруг формата офлайн-распродаж.

04

Больше покупателей

Увеличить число заявок и реальных посетителей площадки.

05

Узнаваемость

Сделать формат «Терминала» понятным для города и региона.

06

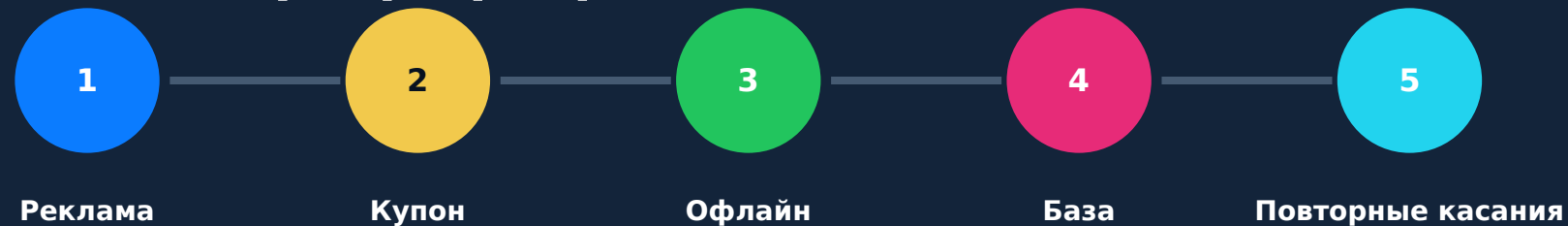
Повторные касания

Собрать базу, с которой можно работать повторно через рассылки.

Не продаём вход - продаём выгоду

Мы пошли от главного барьера - платного входа - и развернули его в лид-магнит: купон на бесплатный вход за заявку.

Воронка: барьер превращён в лид-магнит



Платный вход 100 ₽ не продавали напрямую. Вместо этого предложили купон на бесплатное посещение и собирали заявку.

Система привлечения

- **Instagram / Facebook** лиды через купон **2310 заявок**
- **Taplink** посадочная + **оптимизация**
- **VK + Senler** бот + база **600+ подписчиков**
- **Рассылки** повторные касания **LTV**

Контент, который реально продаёт офлайн-посещение

Что сделали

- собрали стратегию ведения: контент-план постов и сторис;
- подготовили сценарии коммуникации;
- по тестам отказались от чрезмерно дорогого визуала;
- сместили акцент на товар, цену и размер скидки;
- аккаунт стал каталогом лучших предложений на выходные.

Результат

Прирост - 3500+ подписчиков суммарно.

Контент, который быстро продаёт выгоду

Фокус: цена, скидки, конкретные товары и понятный оффер.

Купон 1+1

Розыгрыш 1000 €

Стильные находки

Скидки 25-90%

сторис / пост / эфир

сторис / пост / эфир

сторис / пост / эфир

сторис / пост / эфир

Форматы, которые усилили охваты и вовлечённость

01

Видео-переодевания

Показывали выгодные предложения быстро и понятно.

02

Розыгрыши купонов

Еженедельные купоны на бесплатный вход снижали барьер.

03

Стилист-блогер

Рубрика «стильные находки»: капсулы на небольшой бюджет.

04

1000 ₽ на шопинг

Розыгрыш усиливал интерес и вовлечение.

05

Локальные блогеры

Интеграции, прямые эфиры и обзоры работали на доверие.

06

Ежедневные сторис

Ведущая делала эфиры, интерактивы и напоминания.

Лидогенерация через купон

Сайта не было, поэтому посадочной страницей стал Tarlink. На него поставили пиксель и оптимизировали кампании под конверсии.

Расход

86 838 ₽

Лиды

2310

CPL

37,5 ₽

Клиент пришёл

≈50 ₽

Последний месяц

≈33 ₽

Как работала посадочная

- знакомила с форматом «Терминала»;
- собирала заявку на купон;
- передавала данные для оптимизации;
- позволяла считать стоимость лида и пришедшего клиента.

VK + Senler: бот, купон и подписная база

Механика ВК

- бот автоматически выдавал купон после перехода по рекламе;
- параллельно собиралась подписная база под рассылки;
- лучший формат креатива - карусель;
- VK дороже Instagram, но даёт базу для LTV.

Система привлечения

Instagram / Facebook	лиды через купон	2310 заявок
Taplink	посадочная + пиксель	оптимизация
VK + Senler	бот + база	600+ подписчиков
Рассылки	повторные касания	LTV

Бюджет

30 000 ₽

Креативы

14

Senler

600+

Подписчик

≈ 50 ₽

Дошло

≈ 250

Клиент

≈ 120 ₽

Что получили по итогу

Кейс сработал за счёт простой логики: купон снял барьер, контент показал выгоду, реклама привела заявки, а база дала возможность повторных касаний.

Заявки

2310

CPL

37,5 ₽

Подписчики

3500+

Senler база

600+

Доходимость ВК

≈250

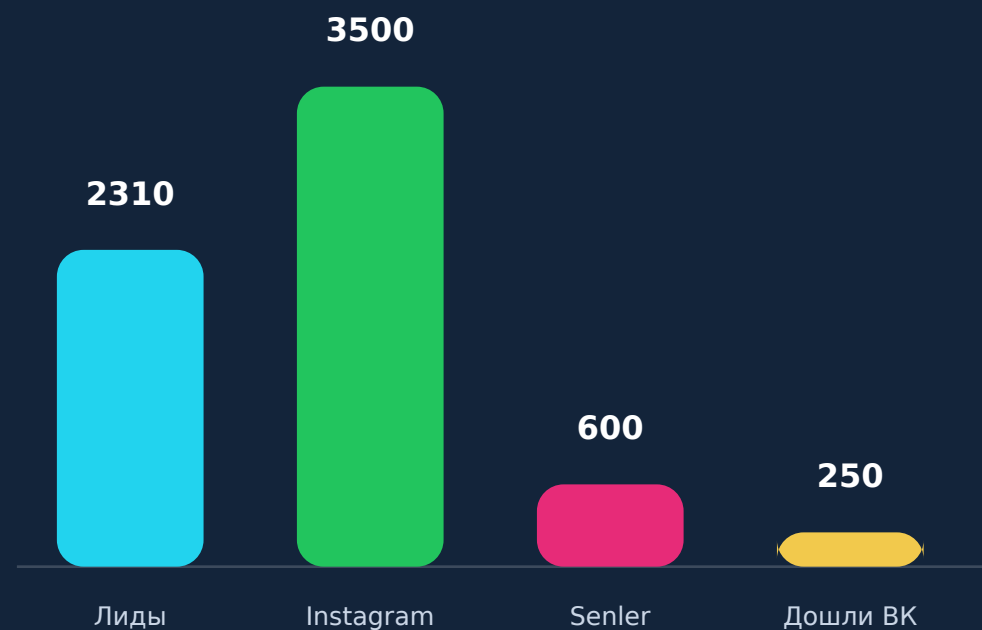
Клиент ВК

≈120 ₽

Клиент IG

≈50 ₽

Ключевые результаты



4 причины результата

01

Сняли барьер

Платный вход превратили в лид-магнит через купон на бесплатное посещение.

02

Сделали быстрый контент

Скидка, цена, вау-позиции - без лишнего продакшна и сложных съёмок.

03

Собрали систему

Не разовая реклама, а связка: реклама - база - повторные касания.

04

Думали про LTV

VK + Senler дали подписную базу, с которой можно работать повторно.

Что предложили для усиления результатов

Чтобы выжимать максимум из базы 2300+ контактов, предложили подключить регулярные касания по разным каналам.

01

E-mail рассылки

1 раз в неделю с самыми горячими предложениями и подборками распродаж.

02

Senler

2-3 сообщения в неделю: анонсы, купоны, подборки, напоминания о выходных.

03

WhatsApp-анонсы

Анонсы распродаж по базе из Taplink для повышения доходимости офлайн.

Главная идея

Не терять собранную базу: каждый контакт должен работать на повторные визиты.

Офлайн-распродажа получила управляемую систему заявок

Мы не просто запустили рекламу. Мы собрали систему, где офлайн-площадка получает заявки через лид-магнит, контент объясняет выгоду, а база помогает возвращать людей на следующие распродажи.

Что получил клиент

- 2310 заявок на купон;
- средняя стоимость лида 37,5 ₽;
- 3500+ подписчиков суммарно;
- 600+ подписчиков в Senler;
- систему повторных касаний и масштабирования.

Вывод

Результат дал не один канал, а связка: SMM, таргет, купон, Taplink, VK + Senler и работа с базой.

Креативный поток - строим маркетинг, который приводит людей из онлайн в офлайн.