



**Кейс: Более 50 000 новых заказов
в Food-Tech сервисе России**

О КЕЙСЕ

Клиент:

Российский food-tech сервис с зоной присутствия в крупных регионах России (NDA)

Задачи:

Привлечь новых пользователей, увеличить выручку и долю повторных заказов, используя нестандартные инструменты привлечения

Период:

Январь 2020 - настоящее время

РЕЗУЛЬТАТЫ

С использованием разных каналов в продуктах на iOS и Android мы привлекли:

100 000+

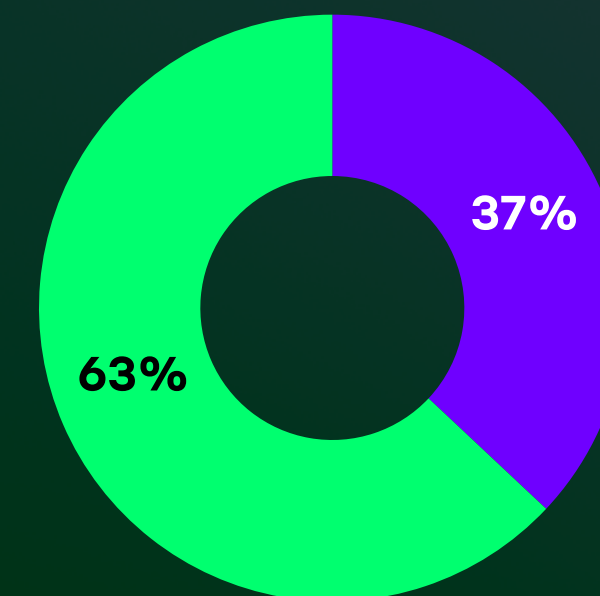
Новых заказов

1 500 000+

Установок

500 000 000+

Млн рублей выручки



iOS – 37%

Android – 63%

ИДЕЯ

Предлагать клиенту новые и эффективные инструменты, соответствующие трендам рынка мобайла

ЭТАПЫ

2020 год

Активный рост аудитории TikTok

- 1 Переработали креативную коммуникацию совместно с командой клиента
- 2 Стартовали бета-тесты различных форматов оптимизаций в TikTok Ads
- 3 Успешно масштабировали кампании с оптимизацией на событие первого заказа
- 4 Постоянно оптимизировали и прорабатывали новые креативные идеи



ЭТАПЫ

2021 год

Масштабирование трафика за счет In-App источников

- 1 Успешные креативные подходы перевели в каналы премиум ин-апп (Mintegral, Vungle, Unity, AppLovin)
- 2 Обучили и набрали достаточное количество событий для оптимизации каналов
- 3 Собрали объемные блэк и вайтлисты площадок, что помогло масштабировать закупку и сфокусировать ее на окупаемость в рамках САС

ЭТАПЫ

2022 год

Рост объемов закупки в DSP

1

Обучили кампании по СРІ и СРА с оптимизацией на все этапы воронки (вторые и последующие заказы)

2

Провели детальную аналитику данных по источникам в разрезе CRM клиента (корректность и частотность заказов, отсутствие дублей на стороне клиента, каннибализация трафика)

3

Оптимизировали каждую из DSP на снижение доли "фрода", оставив источники, приносящие реальные и качественные заказы (в соответствии с внутренними чеклистами, данными из CRM, фрод-аналитикой Adjust и сторонними антифрод-системами)

ЭТАПЫ

2023 год

Фокус на OEM-трафик

1

Проработали стратегию развития продукта клиента в Mi Ads и Petal Ads

2

По результатам оптимизации отобрали самые эффективные по всем этапам воронки продукты экосистемы смартфонов, в которых масштабировали закупку со снижением на 15% показателей САС (в сравнении с другими каналами)

3

Активно тестируем новые форматы и новые оптимизационные стратегии в источниках (закрытое бета-тестирование)

ТАКИМ ОБРАЗОМ . . .

“

...мы всегда являемся для клиента надежной опорой для тестирования новых источников, которые в дальнейшем масштабируем и превращаем в фокусные каналы закупки трафика, что и позволяет клиенту развиваться и расти вместе с нами уже несколько лет

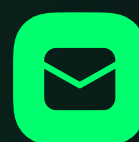
Игорь Слинкин,
Стратегический директор 2LEADS

”

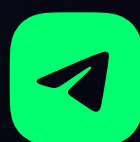


2LEADS

Спасибо!



hello@2leads.com



[@agency2leads](https://t.me/@agency2leads)



<https://2leads.com>