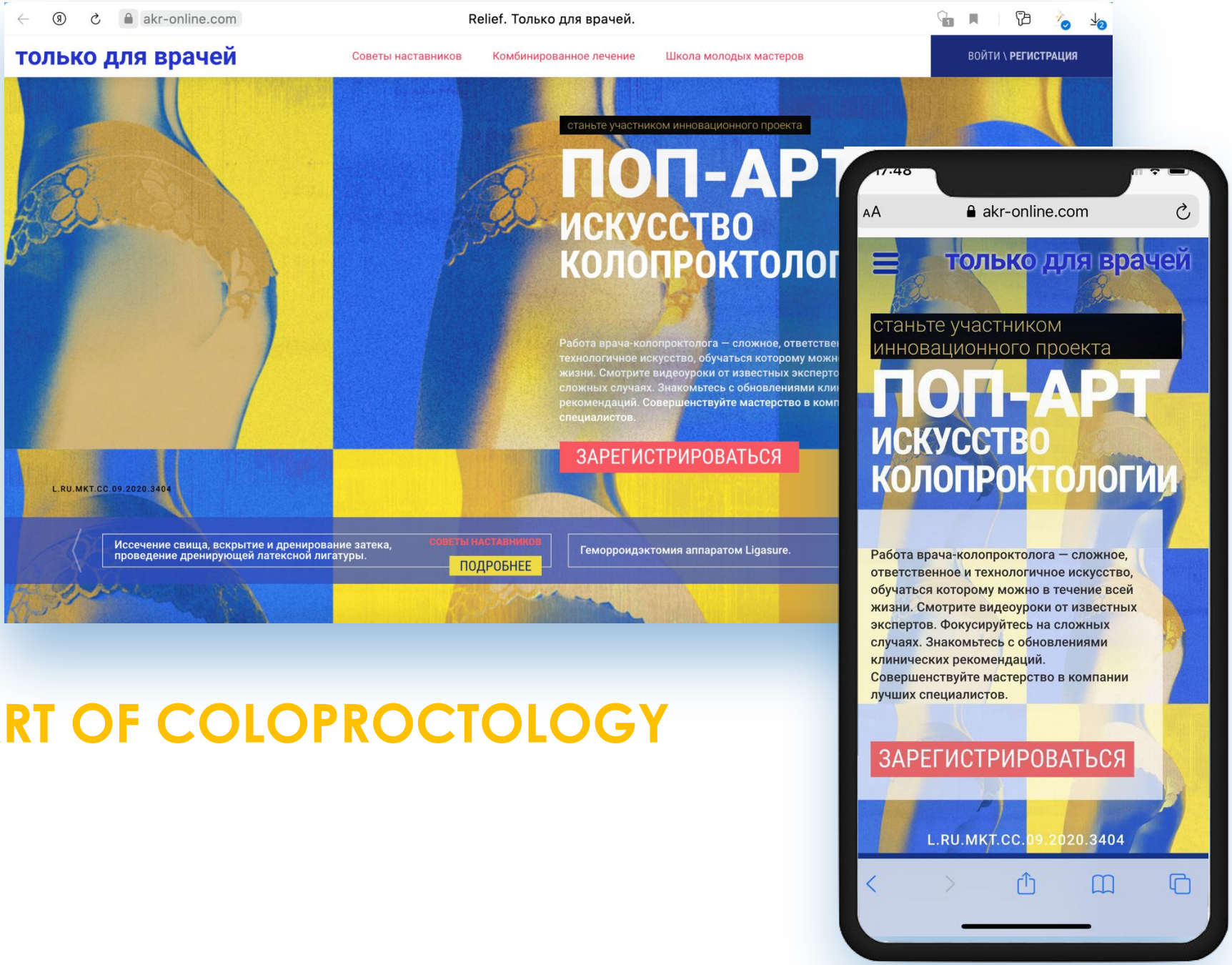
ORGANIC
COMMUNICATIONS AGENCY

Report of the

Advertising campaign

03 April 2021 – 06 May 2021



RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

CONTENT PRODUCTION

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

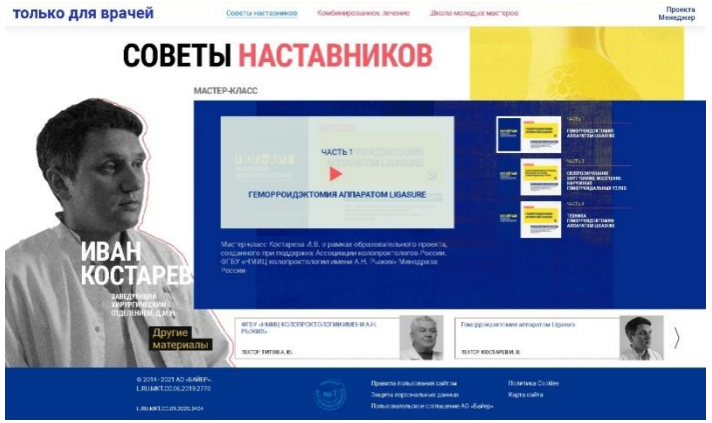
CONTENT

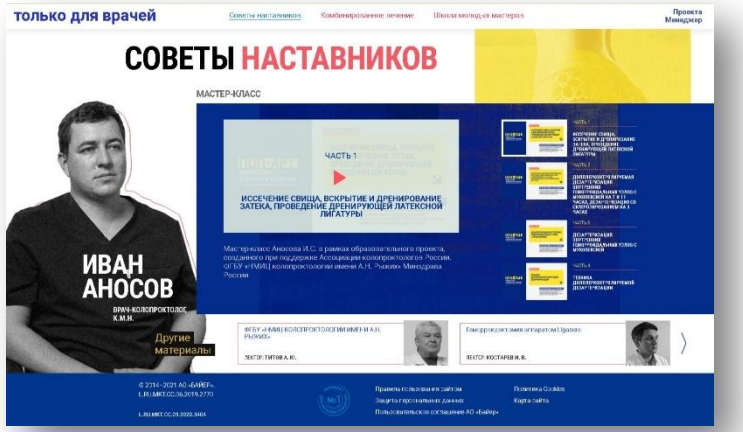
1 ЭТАП: Подготовительные работы	Кол-во \ Канал	Стоимость
Разработка креативной концепции		250 000,00
Производство сайта (включая мобильную версию), до 10 внутренних страниц. Без анимации.		350 000,00
Подключение модуля использования онлайн-голосования и опросов в стриме		86 000,00
Мастерская мэтров: видео-лекции (съемка операций, монтаж, входная и выходная графика-заставки)	6	990 000,00
Оформление рекламных материалов (Оформление группы, ТГБ, промо-посты, email, приглашение, материалы для медицинских представителей)		196 000,00
Менеджмент проекта	4 месяца	240 000,00
Итого 1 ЭТАП (без НДС с АК)		**2 112 000,00**
2 ЭТАП: Проведение спец проекта	**Кол-во \ Канал**	**Стоимость**
Мастерская мэтров: видео с операции (организация STREAM'а, монтаж)	2	331 500,00
Новые школы: видео лекции (съемка, монтаж, графика).	2	200 000,00
Вебинары: проведение, съемка, монтаж .	3	300 000,00
Вебинары: гонорары кросс-дисциаплинарным врачам, комиссия агентства.	3	115 500,00
Модерация и ведение группы в Фейсбуке. Контент - преимущественно анонсирование материалов сайта.	3 месяца	75 000,00
Менеджмент проекта	3 месяца	180 000,00
Итого 2 ЭТАП (без НДС с АК)		**1 202 000,00**

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

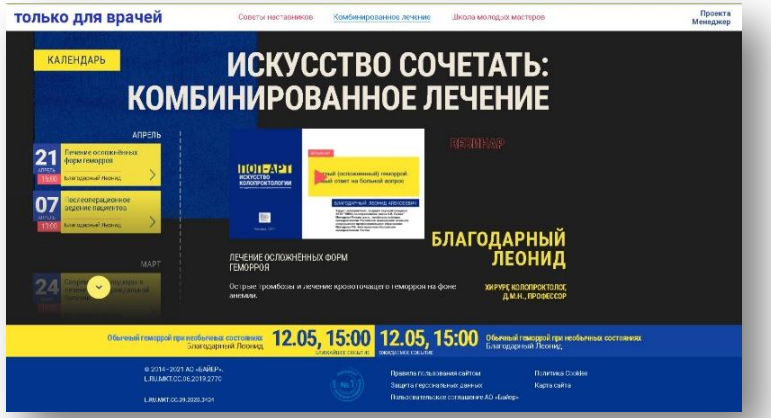
CONTENT

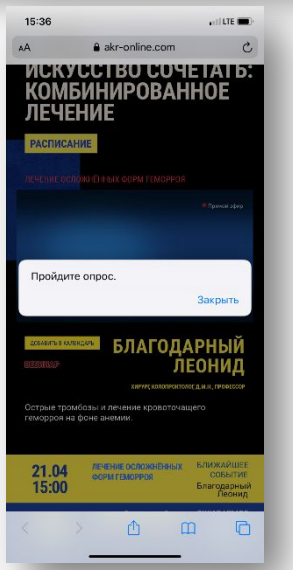
6 VIDEO + bonus 3 SHORT VIDEO



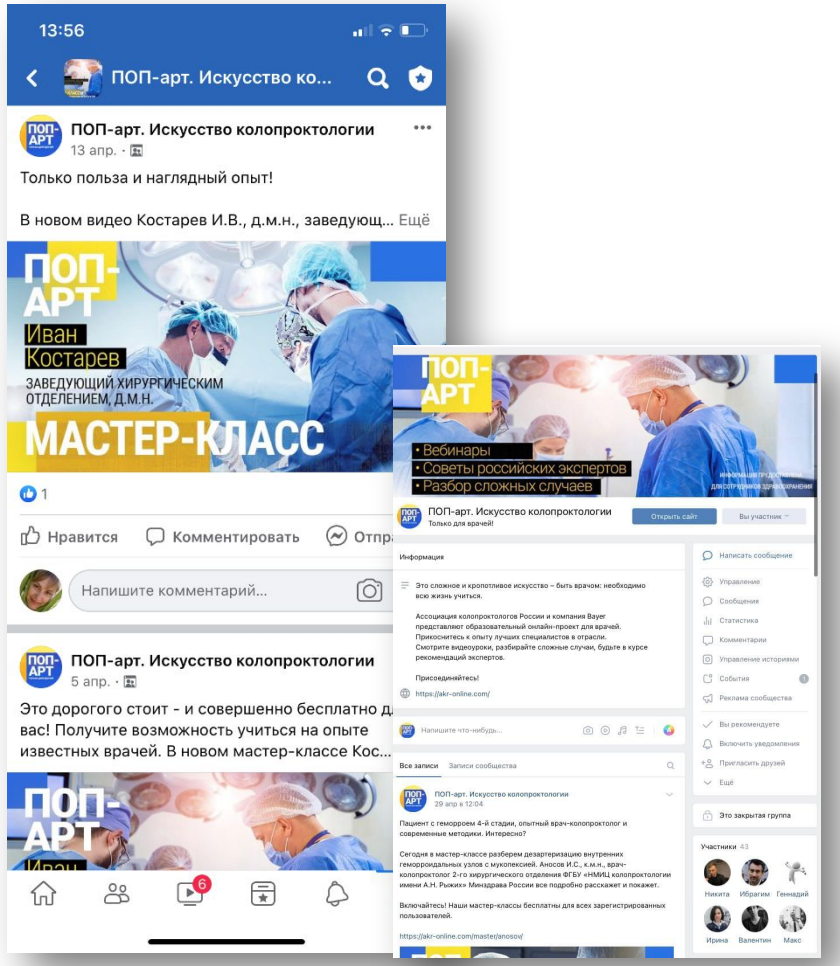


5 WEBINAR





Groups Facebook + VK



MEDIA CAMPAIGN

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

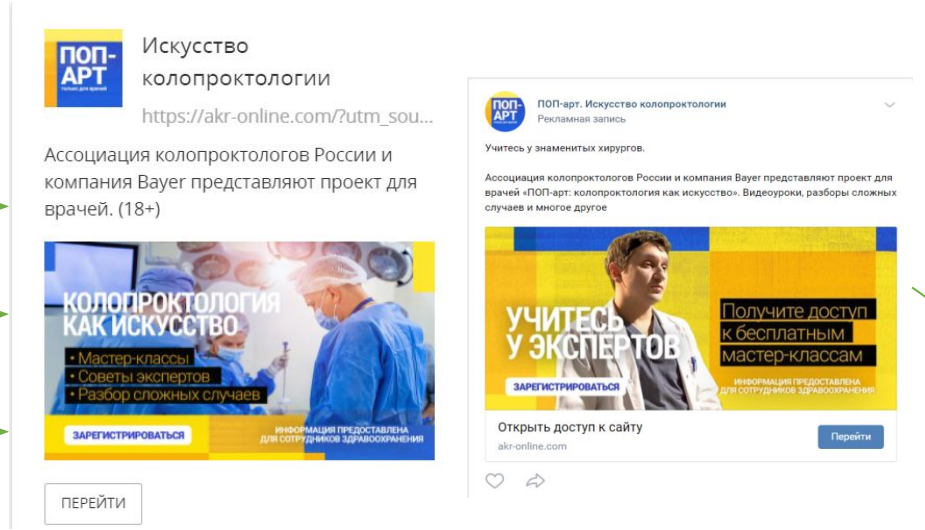
RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

ADVERTISING CAMPAIGN

Instagram\Facebook

MyTarget

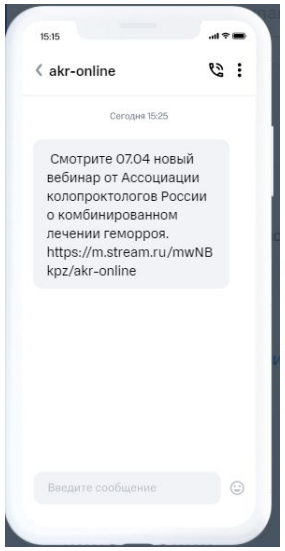
VKontakte

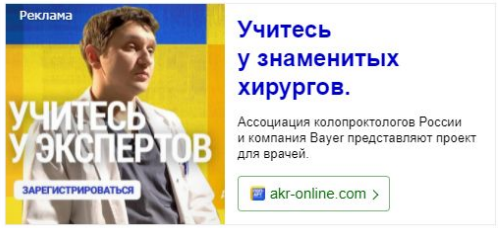


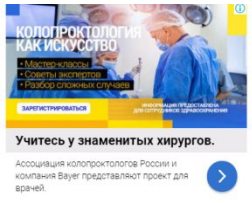
Google KMS

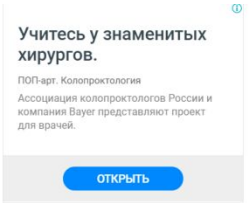
Yandex Media

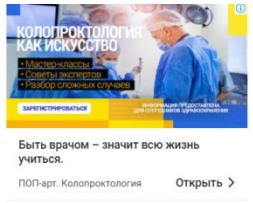
SMS/PUSH (Beeline, Megafon, MTS)

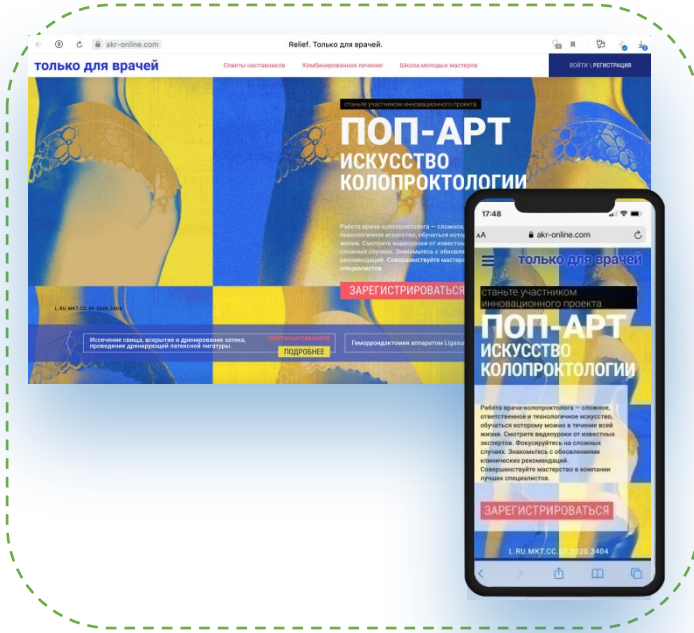








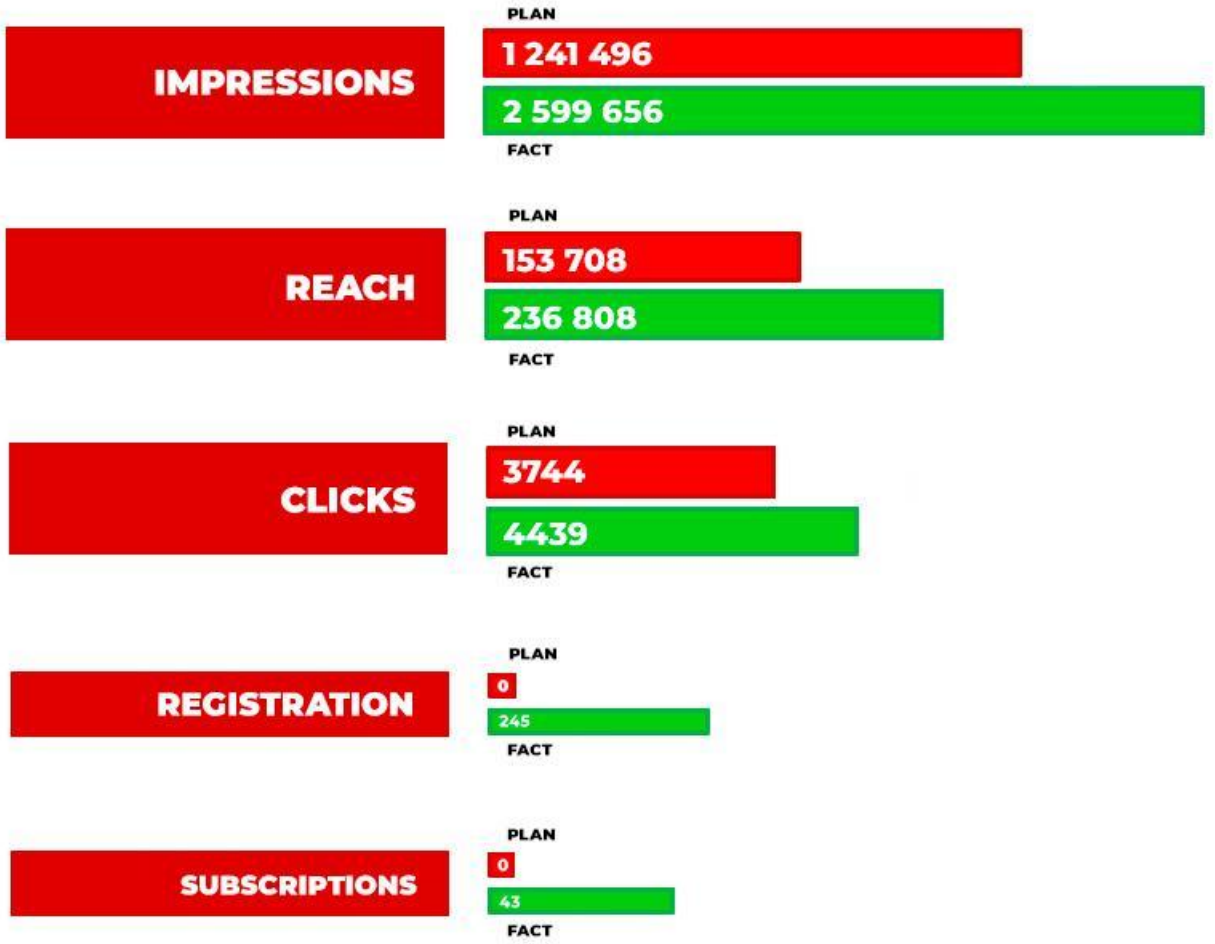




RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

PLAN \ FACT

Executive summary



+109%

+54,0%

+18,6%

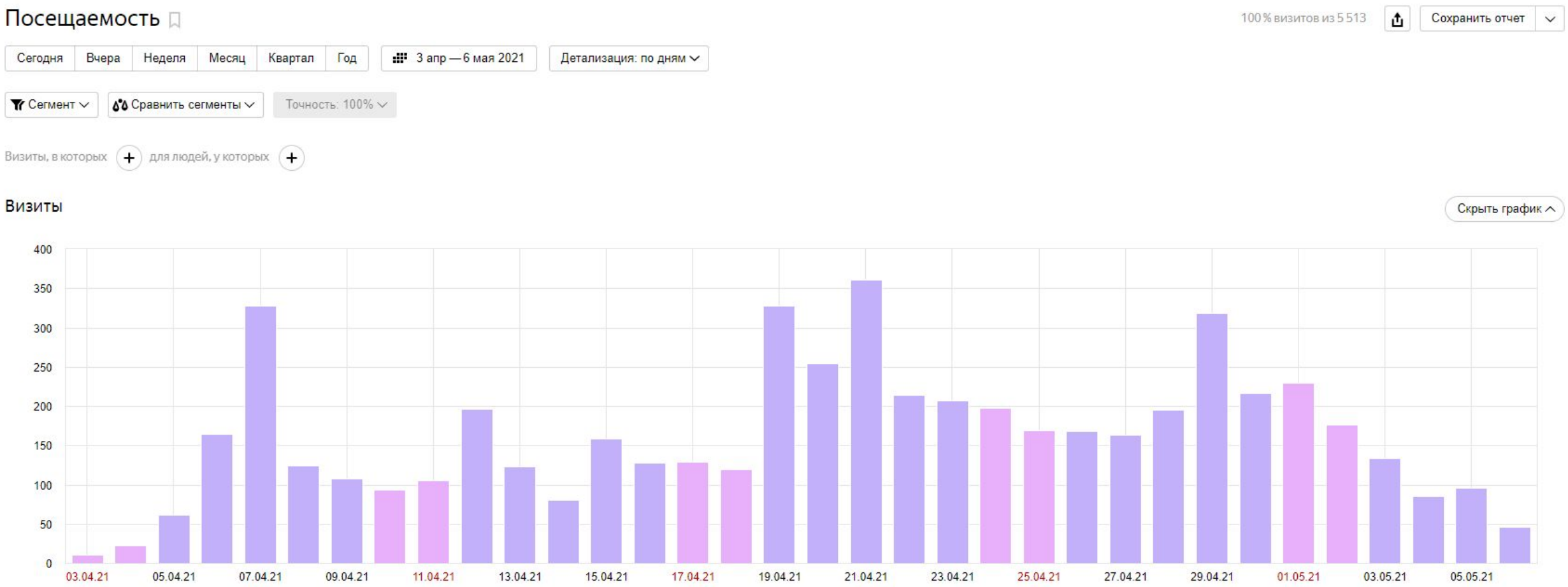
RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

ADVERTISING CAMPAIGN

Сайт	Таргетинг	План				Факт						Поведение				
		Показы	Охват	CTR	Клики	Показы	Охват	CTR	Клики	бюджет	KPIs	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Регистрации	Конверсия из кликов в заявку
Поп-арт																
Социальные сети																
VKontakte	Участники групп по хирургии и проктологии/Таргетинг по базе хирургов 10 000 и проктологов 500	503 500	50 350	0,35%	1 826	474 503	47 623	0,31%	1493	105,00%	82%	34,00%	2	2:09	90	6,03%
Instagram\Facebook	Таргетинг по базе хирургов 10 000 и проктологов 500	110 250	10 025	0,33%	301	13 606	1 556	1,07%	59	41,00%	20%	28,60%	1,62	1:08	7	10,10%
MyTarget	Участники групп по хирургии и проктологии/Таргетинг по базе хирургов 10 000 и проктологов 500	430 000	43 000	0,18%	774	1 093 856	53 564	0,07%	779	110%	101%	53,70%	1,54	1:00	58	7,45%
Поисковые сети																
Google KMS	Таргетинг по базе хирургов 10 000 и проктологов 500	58 800	5 880	0,15%	88	95 394	9 542	0,34%	323	120%	367%	35,30%	1,51	1:17	34	10,76%
Яндекс Медиа	Таргетинг по базе хирургов 10 000 и проктологов 500	58 800	5 880	0,25%	147	887 956	90 182	0,16%	1 443	125%	982%	53,00%	1,21	0:43	24	1.5%
SMS/PUSH																
beeline	Рассылка по базе Beeline AI	54 000	27 000	1,50%	608	33 683	33 683	0,20%	67	50%	11%	18,50%	1,07	1:09		
megafon	Рассылка по нашей базе врачей - Мегафон	9 000	3 000			658	658	4,41%	29	50%		60,00%	1,02	0:48	2	7,69%
МТС	Рассылка по базе - МТС Маркетолог (сайты)	17 146	8 573													
Прямые заходы	Поделились ссылкой с коллегами.								446						30	
SMS/PUSH отключены с 08.04	**Итого:**	1 241 496	153 708	0,30%	3 744	2 599 656	236 808	0,18%	4 639	100%	124%	45%	1,61	1,23	**245**	**5,04%**

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

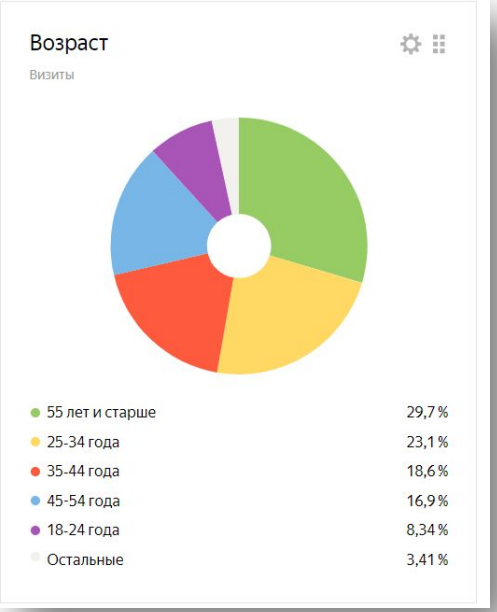
AUDITORIUM

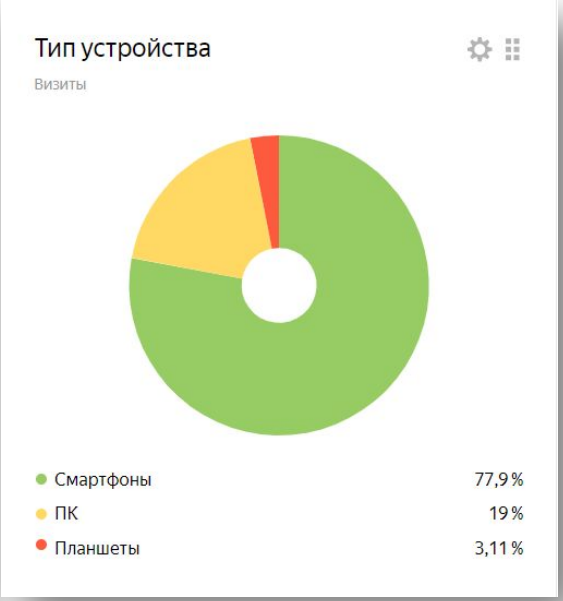


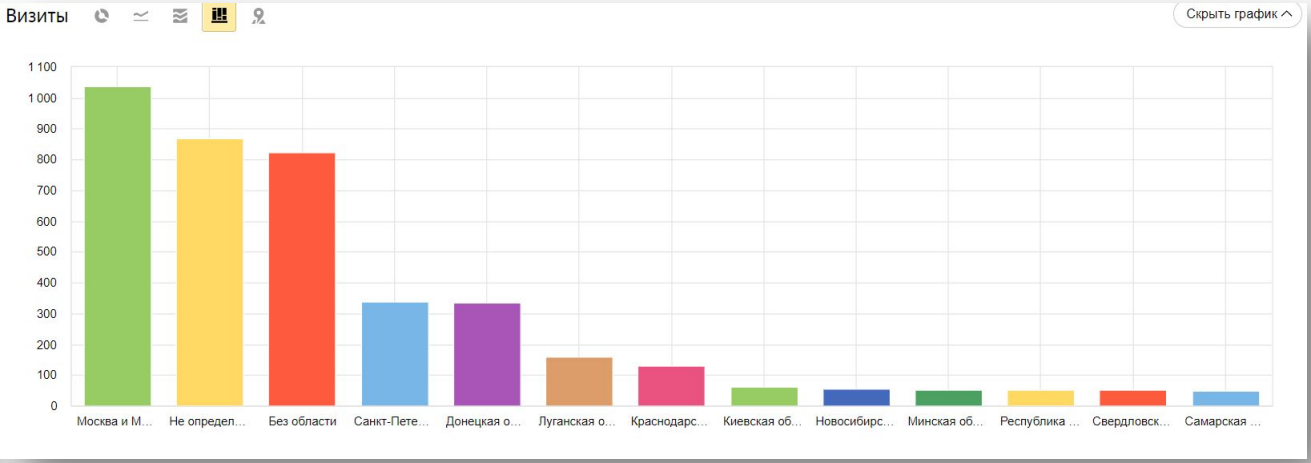
Уникальных посетителей - 4029. + активности внутри VK, которая не учитывается в метрике.
Просмотры 9653 – каждый посетитель заходил на сайт минимум 3 раза.
Глубина просмотра составила 1,75. - просмотрены **все** страницы сайта.
Время на сайте: 1:37 – видео материалы просматривают на Vimeo, что снижает показатели в метрике.

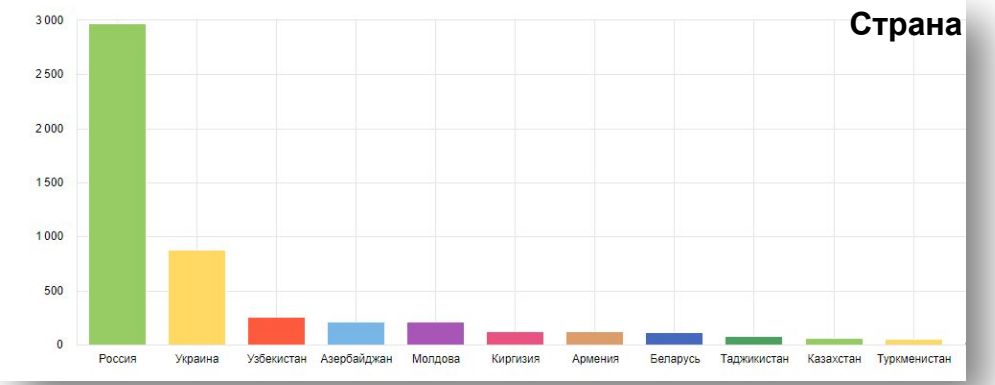
RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

AUDITORIUM: WHO





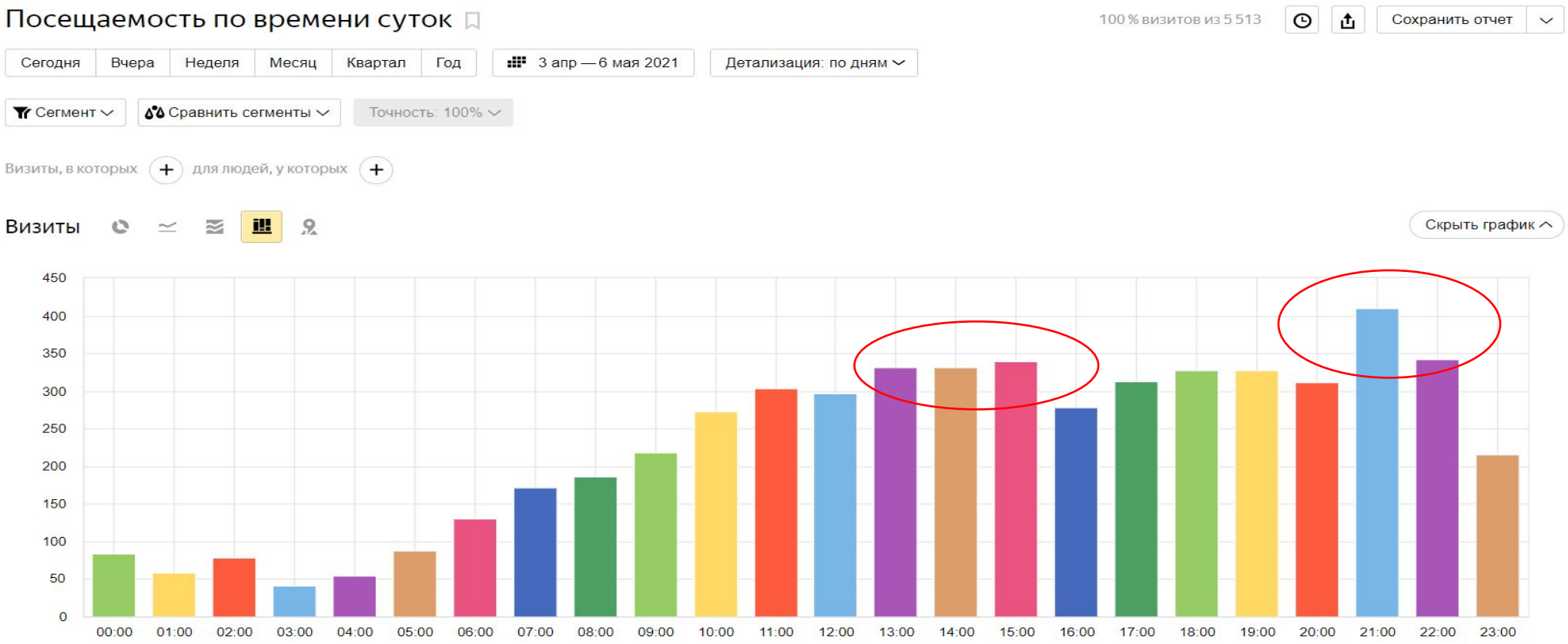




- Возрастная категория посетителей разбита практически в равной степени, при этом % категория 55+ преобладает. Средний возраст 30-40 лет.
- 78 % посетителей просматривают сайт с мобильных устройств.
- Более 1000 посетителей жители Москвы и Московской области, 340 человек из Санкт-Петербурга. 58% - зафиксировано метрикой, как «Остальные», это области с посещаемостью меньше 100 человек.
- 56% - Россия, 16,6% - жители Украины.

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

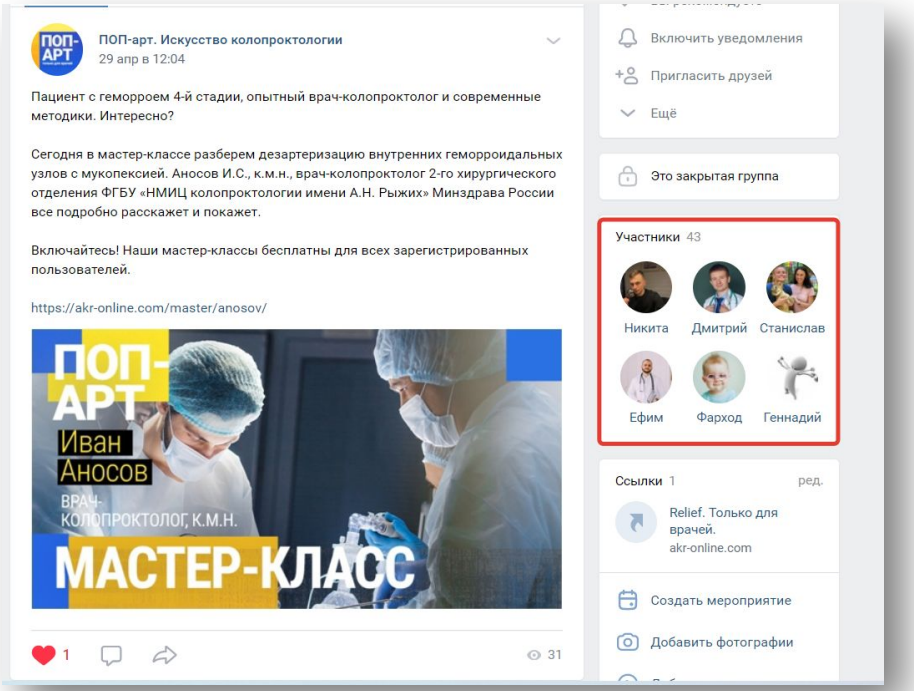
AUDITORIUM: WHEN



Пик посещаемости сайта с 13-00 по 15-00 дня и с 21-00 по 22-00 вечера.
Четко прослеживается увеличение активности после ужина и в обеденный перерыв.

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

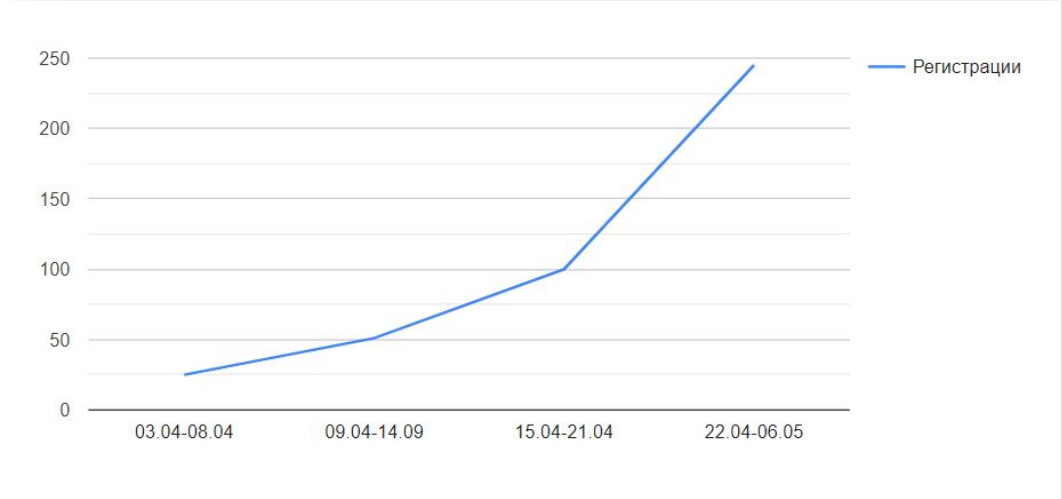
FACEBOOK, VK

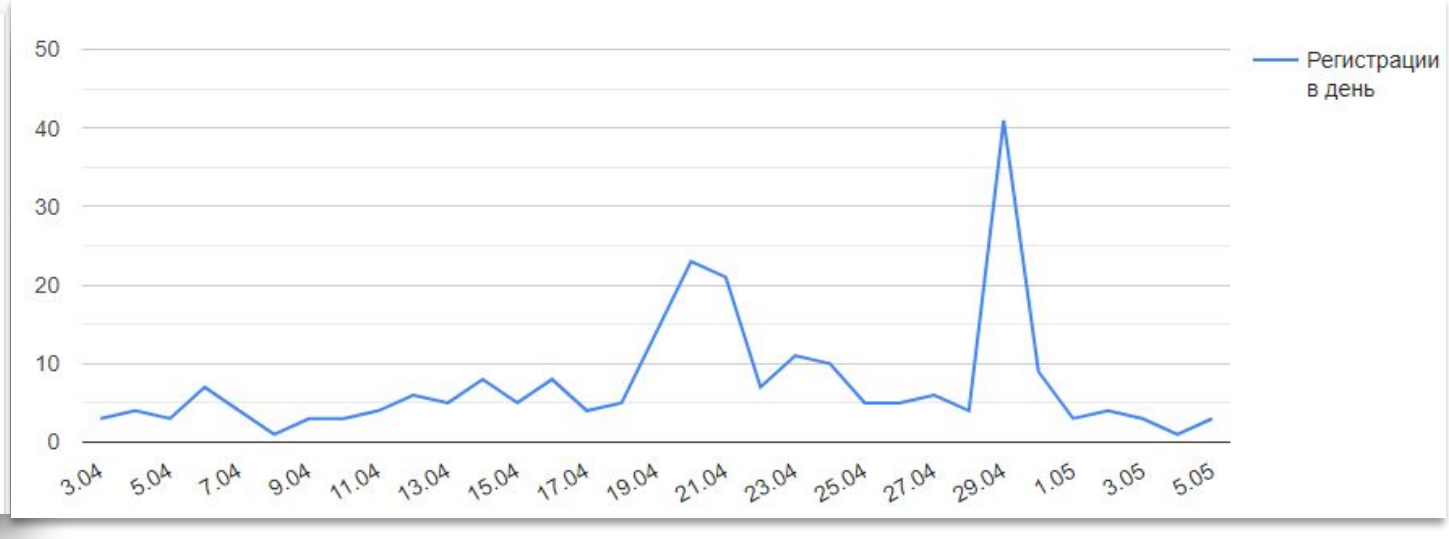


В группе FB – не наблюдаем активности.
В группе VK – **43** подписчика и более живая аудитория, **69** переходов на сайт из группы, больше **50%** подписчиков перешли на сайт повторно.

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

REGISTRATION

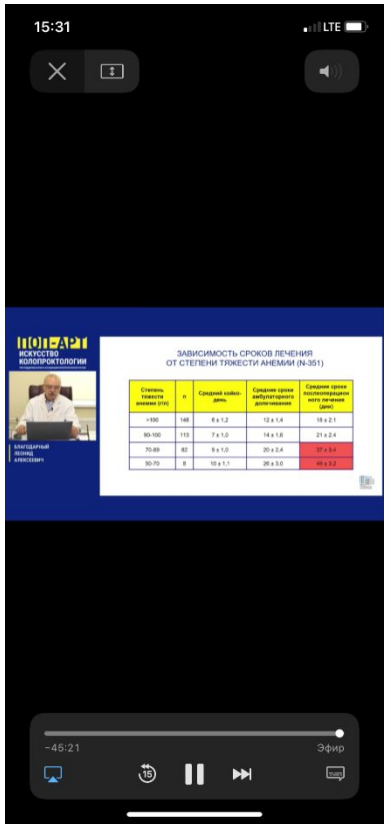


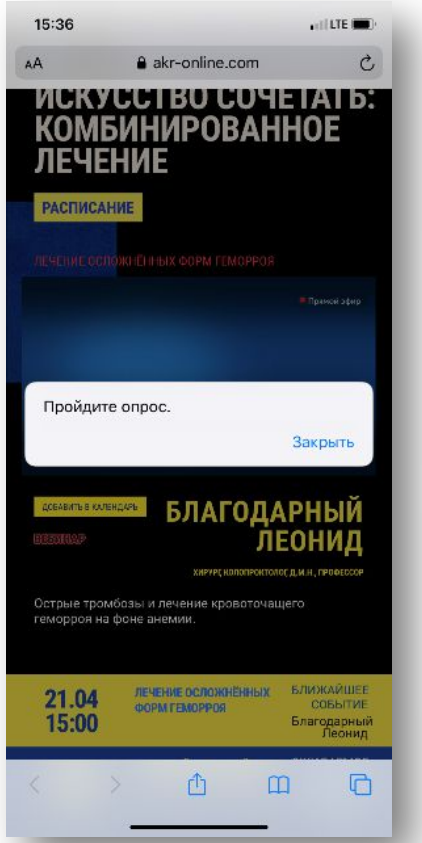


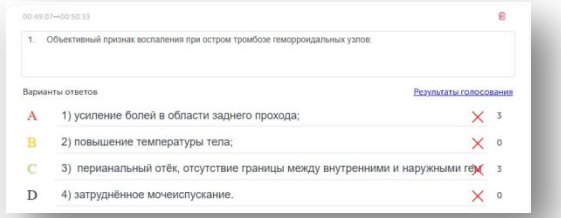
Зарегистрировались **245** человек.
Ближе к майским праздникам заметили просадку в регистрациях.
Причина: выгорание креативов, праздники.

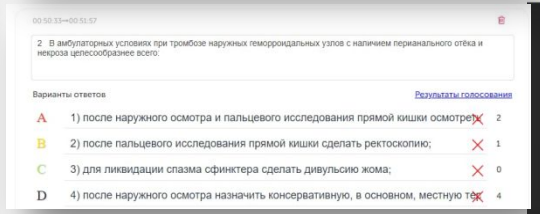
RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

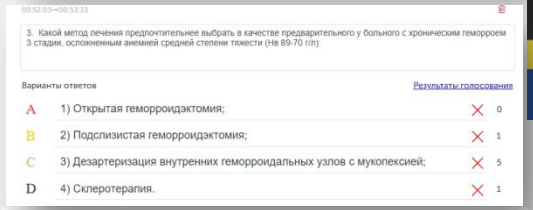
ON-LINE WEBINAR

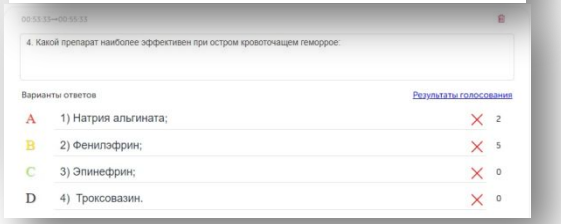


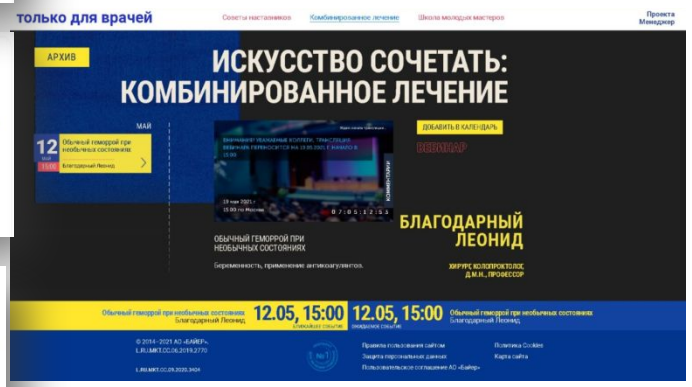












Спикер	Название вебинара	Дата трансляции	Участники	Время
Благодарный	ПОП_АРТ. Современные подходы в лечении	25.04.2021	9	30:00
Благодарный	ПОП-АРТ. Острый геморрой	07.05.2021	9	25:00
Благодарный	ПОП-АРТ. Обычный геморрой при необычных состояниях	24.05.2021		
	Итого		**18**	

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

WEBINAR VIEWS IN A RECORD

Спикер	Название видео	Тип видео	Хронометраж, минуты	Дата загрузки	Просмотры	Полные просмотры	Среднее время
Благодарный	ПОП_АРТ. Послеоперационное ведение пациентов	Вебинар	47,00	08.04.2021	179	41	7.3
Благодарный	ПОП_АРТ. Современные подходы в лечении	Вебинар	35,00	25.04.2021	160	22	7.2
Благодарный	ПОП_АРТ. История развития лечения	Вебинар	33,00	24.03.2021	151	12	5,7
Духанин	ПОП-АРТ. Загадки фармакологии в лечении проктологических заболеваний	Лекция	44,00	29.01.2021	27	7	5,2
Благодарный	ПОП-АРТ. Острый геморрой	Вебинар	46,00	07.05.2021	26	-	-
	Итого				**543**	**82**	**6.9**

VIDEO VIEWS

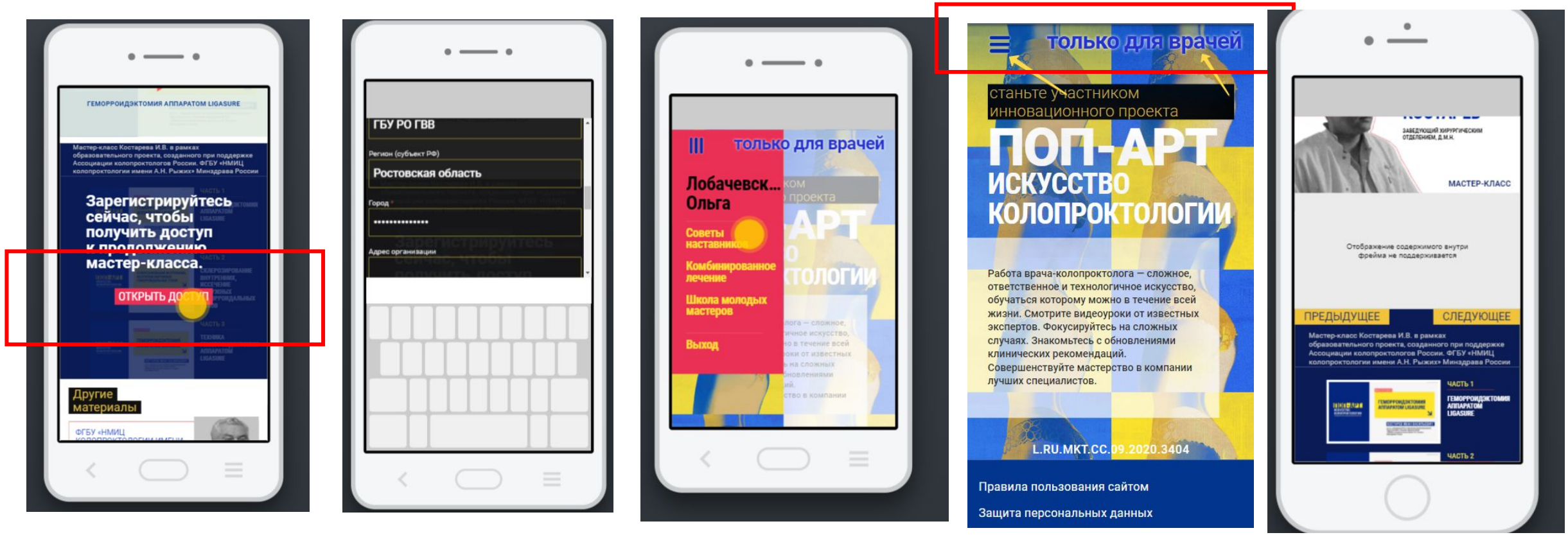
Спикер	Название видео	Тип видео	Хронометраж, минуты	Дата загрузки	Просмотры	Полные просмотры	Среднее время
Костарев	ПОП_АРТ. Геморроидэктомия аппаратом Ligasure	Операция	12,00	15.01.2021	192	165	7,2
Аносов	ПОП_АРТ. Иссечение свища, вскрытие и дренирование затека	Операция	8,50	15.01.2021	161	126	5.8
НМИЦ	НМИЦ колопроктологии имени А.Н.	PR	38,00	19.02.2021	155	110	12
Титов	ПОП-АРТ. Обращение Титова А. Ю.	PR	1,47	15.01.2021	97	68	1
Аносов	ПОП-АРТ. Допплерконтролируемая декартелизация геморроидальных узлов	Операция	7,11	15.01.2021	28	13	5,4
Костарев	ПОП-АРТ. Склерозирование внутренних, иссечение…геморроидальных узлов	Операция	8,00	15.01.2021	33	15	8
Аносов	ПОП-АРТ. Дезартеризация внутренних геморроидальных узлов с мукопексией	Операция	5,03	15.01.2021	32	12	4
Аносов	ПОП-АРТ. Техника допплерконтролируемой дезартеризации	Мини-ролик	1,15	15.01.2021	25	5	2
Костарев	ПОП-АРТ. Техника геморроидэктомии аппаратом Ligasure	Мини-ролик	2,00	15.01.2021	12	1	
	Итого				**735**	**515**	**6.9**

Средняя глубина просмотра видео составляет 7 минут, полных просмотров ~ 50% от общего количества просмотров = релевантный и востребованный контент.

Самые популярные видео: мастер – класс – «Геморроидэктомия с аппаратом Ligasure» - 192 просмотров, вебинар - «POP_ART Послеоперационное ведение пациентов» - 179 просмотров.

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

WEBSITE: VEBVIZOR



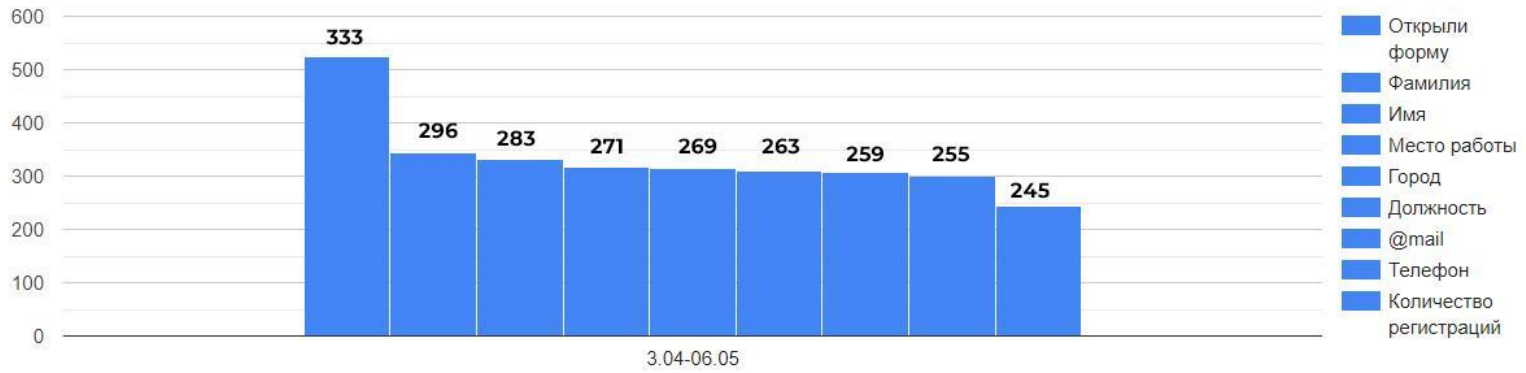
Форма регистрации и кнопки перехода не создают проблем – пункты понятны и заполняются участниками.
Обращают внимание на описательную часть видео.

Основная проблема:
- при переходе на сайт с мобильных устройств, **аудитория не видит «бургер меню»** и затрудняется навигация на сайте,
- не видят смены видео, низкий показатель по просмотрам закрытых видео.

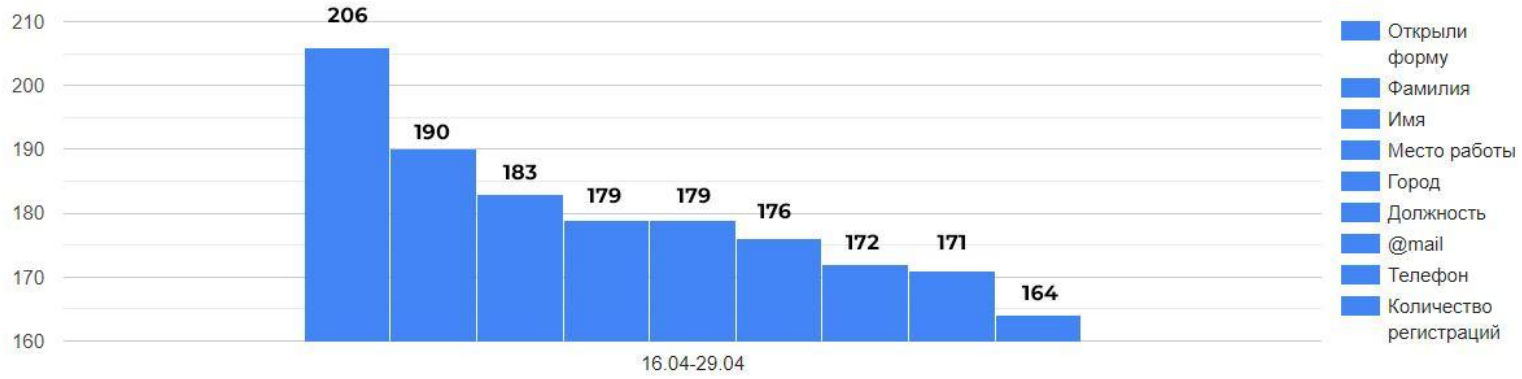
Рекомендации по устранению:
- выделить область меню, исключить сочетание «синее на синем».
- внести изменения в оформлении обложек для видео. Добавить отличительный элемент, например фото спикера.
- дополнить описательную часть.

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

REGISTRATION FORM



Первый график показывает общее количество действий с формой регистрации за период с 03.04 – 06.05.
333 человека открыли форму. Полностью заполнили и отправили 245 человек. Конверсия из общего количества посещений и открытия формы – 8,27%. Отказались заполнить форму до конца 26,43% человек.



Второй график показывает количество действий в середине компании за период с 16.04-29.04.
206 человека открыли форму и полностью зарегистрировались 164 человека. Конверсия из количества посещений в данный период - 9.28%. Отказались заполнить форму до конца 20,39% человек.

В середине компании мы нашли решение почему мало регистраций и после исправлений получили меньше отказов и больше конверсий, но отказы заполнить форму остаются равны 26,43%.

Было

26,4%

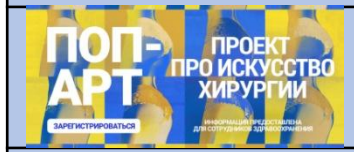
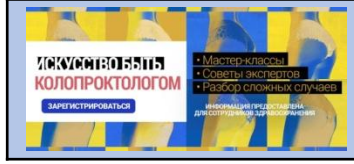
Стало

20,3%

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

CREATIVES: CONVERSION RATES

Поисковые сети/директ/соц.сети показатели конверсии

Креатив	CR
	Контекст - 6,10%, Соц. сети – 8,57%
	Контекст - 4,32% Соц. сети – 8,75%
	**Контекст - 3,11%** **Соц. сети – 5,67%**
	Контекст 1,5% **Соц. сети 2,78%**
	Контекст 0,31% **Соц. сети 0,19%**
	**Контекст - 0,23%** **Соц. сети 0,13%**

Высокую конверсию показали креативы с изображением операционной и врача, с четким позиционированием проекта «Колопроктология» и «Учитесь у Экспертов».

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

CONCLUSIONS

Сайт:

- Форма регистрации и кнопки перехода не вызывают проблем – пункты понятны и заполняются участниками.
- Пользователи обращают внимание на описательную часть к видео.
- Низкая посещаемость он-лайн вебинаров.

Рекламные материалы:

- Аудитория сложная, узкая, креативы «выгорают» достаточно быстро, что снижает показатели по кликам и регистрациям. При этом удалось выполнить KPI на 124%.

Медиа

- По ходу кампании были отключены sms рассылки, бюджет распределен между Вконтакте, MyTarget, Google, которые показывали хорошие показатели в конверсии и переходах на сайт.
- FB/Instagram показывают слишком низкую вовлеченность в рекламной компании, а также нулевую активность внутри сообщества.

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

RECOMMENDATIONS

Сайт:

- Скорректировать «меню» в мобильной версии сайта, исключить сочетание «синее на синем».
- Скорректировать дизайн заставок для видео материалов. Добавить отличительный элемент, например фото спикера.
- Дополнить описательную часть к видео-материалам, что позволит повысить просмотры.

Рекламные материалы:

- Обновлять креативы для медийной кампании не реже чем 1 раз месяц.

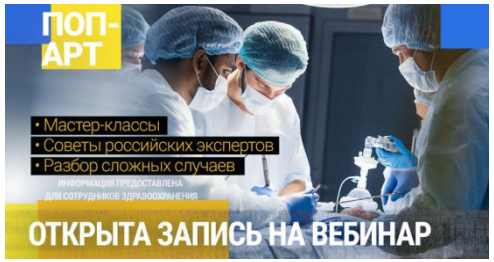
Медиа:

- За день до вебинара осуществлять рассылку по зарегистрированным пользователям, что позволит увеличить посещаемость вебинаров .
- Сделать основным сообществом - VK.

  Добавить видео в группу VK. Проверить гипотезу по лучшему источнику просмотра видео соц.сети vs сайт.

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

CREATIVES: RECOMMENDATIONS



Подробно изучили конверсию и CTR баннеров, исходя из полученных данных сделали выводы и предлагаем решение:

Положительные показатели на баннерах:

- Есть изображение врача - основной показатель;
- Четкое позиционирование проекта, небольшое описание;
- Меньше акцента на «Колопроктология как искусство» - предположительно, наша целевая аудитория считает что это искусство в буквальном смысле слова.

Изменения в баннерах:

- Добавили призыв к действию. Понимание проекта для ЦА: Для кого он, что на нем происходит, основной акцент на баннере. Улучшит конверсию;
- Вся концентрация текста в левой части баннера. – Листая ленту новостей, пользователь читает сразу баннер слева обращая внимание на заголовки;
- Добавили другие изображения врачей.

RELIEF. POP ART. THE ART OF COLOPROCTOLOGY

MEDIA CAMPAIGN. RECOMMENDATIONS

Релиф

Рекламная кампания 2021

май - дек'21

ORGANIC COMMUNICATIONS AGENCY

Канал	Таргетинг	Формат	Период размещения		Кол-во единиц закупки	Стоимость по прайс-листу за единицу			Цена без НДС	KPS						
										Охват	Частота	Показы	CPM	CTR	Клики	CPC/CPM
Social Networks																
Vkontakte	Таргетинг по базе хирургов 10 000 и проктологов 500. Участники групп по хирургии и проктологии (пример Научная проктология, ПРОКТОЛОГИЯ, отделение проктологии ...) и тех кто указал что он проктолог или работает в отделении проктологи	Промо-пост	8	месяцев	3 800	36,5 ₽	/	клик	138 700 ₽	44 653	23,0	1 027 027	135 ₽	0,37%	3 800	36,50 ₽
MyTarget	Таргетинг по базе хирургов 10 000 и проктологов 500. Участники групп по хирургии и проктологии (пример Научная проктология, ПРОКТОЛОГИЯ, отделение проктологии ...) и тех кто указал что он проктолог или работает в отделении проктологи	Мультиформат	8	месяцев	3 600	38,0 ₽	/	клик	136 800 ₽	26 667	30,0	800 000	171 ₽	0,45%	3 600	38,00 ₽
	Ежедневный контроль за размещением	*специалист*	*8*	месяцев	*40*	*2 200 ₽*	/	*час*	*88 000 ₽*							
Итого									*363 500 ₽*	*64 188*	*28,5*	*1 827 027*	*199 ₽*	*0,41%*	*7 400*	*49,12 ₽*
Search context (search & networks)																
Google ADS	Таргетинг по базе хирургов 10 000 и проктологов 500	TGB	*8*	месяцев	1 600	31,0 ₽		клик	49 600 ₽	11 544	15,4	177 778	279 ₽	0,90%	1 600	31,00 ₽
	Ежедневный контроль за размещением	*специалист*	*8*	месяцев	*16*	*2 200 ₽*	/	*час*	*35 200 ₽*							
Итого									*84 800 ₽*	*10 390*	*17,1*	*177 778*	*477 ₽*	*0,90%*	*1 600*	*53,00 ₽*
								Итого	**448 300 ₽**	**65227**	**30,7**	**2 004 805**	**224 руб.**		**9000**	