



**Как привлечь более 200 лидов**  
для студии лазерной эпиляции  
и шугаринга через Инстаграм  
всего за месяц

## КАК ПРИВЛЕЧЬ БОЛЕЕ 200 ЛИДОВ ДЛЯ СТУДИИ ЛАЗЕРНОЙ ЭПИЛЯЦИИ И ШУГАРИНГА ЧЕРЕЗ ИНСТАГРАМ ВСЕГО ЗА МЕСЯЦ?



### **О клиенте:**

Профессиональная студия депиляции. Аккаунт в инстаграм создан в январе 2015 года.

Ниша: депиляция, достаточно конкурентная.

Подниша: удаление нежелательных волос методами лазерной, восковой и сахарной депиляции (шугаринг). Уровень сервиса и качество процедур: выше, чем у конкурентов. Уровень цен: средний.

### **Задача проекта:**

Привлечение новых постоянных клиентов посредством таргетинга.

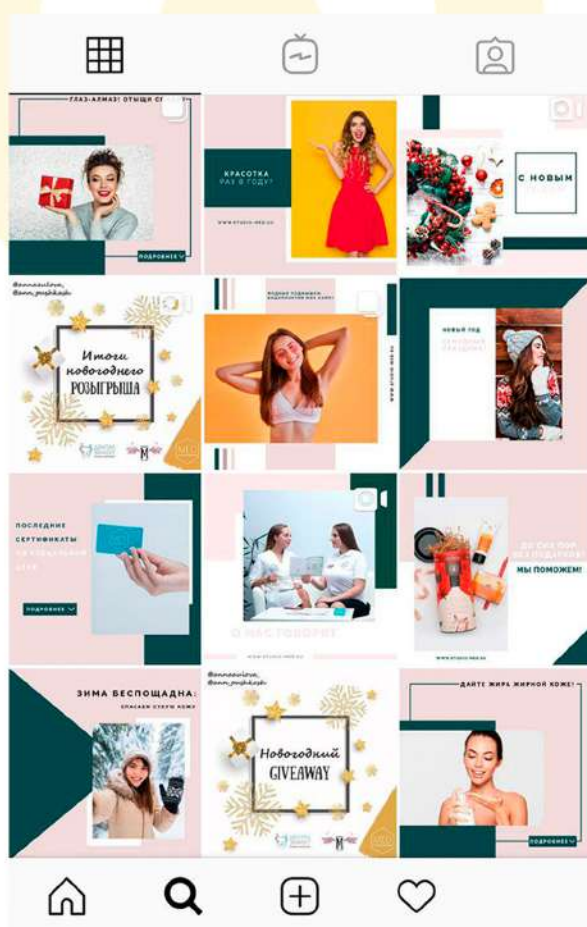
## Начало работы:

Следуя нашим рекомендациям, формат ведения аккаунта был заранее изменен и подготовлен клиентом.

Мы предложили поменять контент со стоковых фото на живые фото и видео с посетителями и мастерами в студии.

Страница несомненно преобразилась и вызывает больше доверия посетителей.

На скрине показан профиль инстаграм До/После проделанной работы:



## **Проделанная работа по запуску рекламы:**

На основе анализа работы предыдущего таргетолога, было решено настроить Лид-формы и Конверсии на лендинги. В качестве площадок для рекламы было принято решение выбрать Инстаграм и Фейсбук.

## **Было выделено 5 акций по процедурам лазерной эпиляции и шугаринга:**

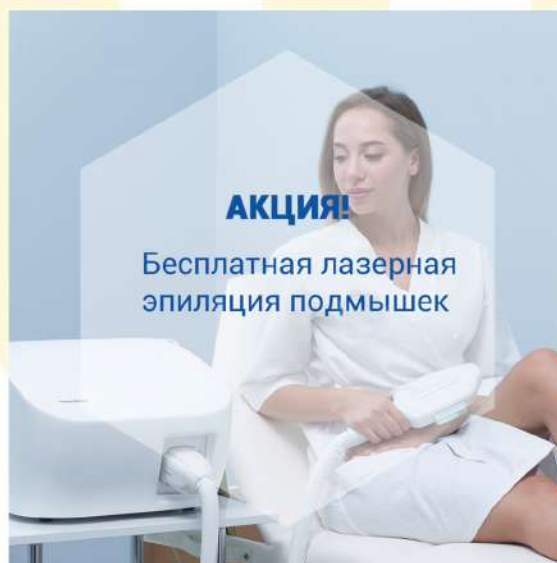
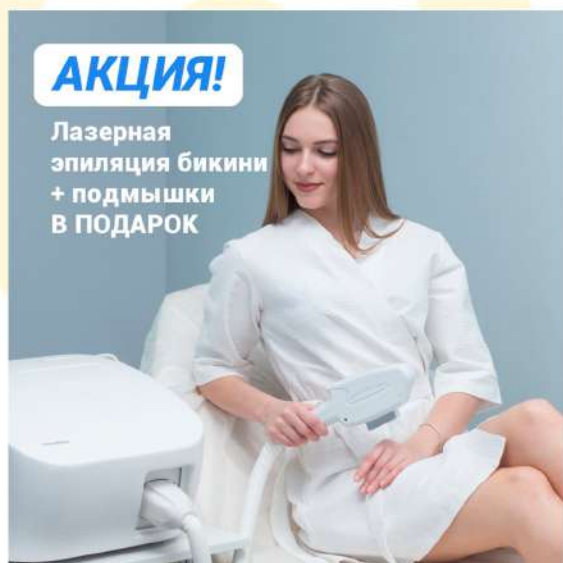
- Лазерная эпиляция бикини + эпиляция подмышек в подарок;
- Бесплатная лазерная эпиляция подмышечной зоны;
- Шугаринг комплекс 3-х зон за 1470р. вместо 2100р.;
- Шугаринг бикини + шугаринг подмышек в подарок;
- Скидка 30% на все виды эпиляции при первом посещении.

**Далее, на основе предложенных акций готовились креативы, тексты, аудитории.**

Были выделены такие аудитории, как:

- спорт;
- Lookalike, предыдущие лиды;
- Lookalike, клиентская база с номерами телефонов;
- Ретаргет тех, кто открыл, но не заполнил лид-форму;
- Взаимодействовавшие с аккаунтом;
- Lookalike, посетители лендингов.

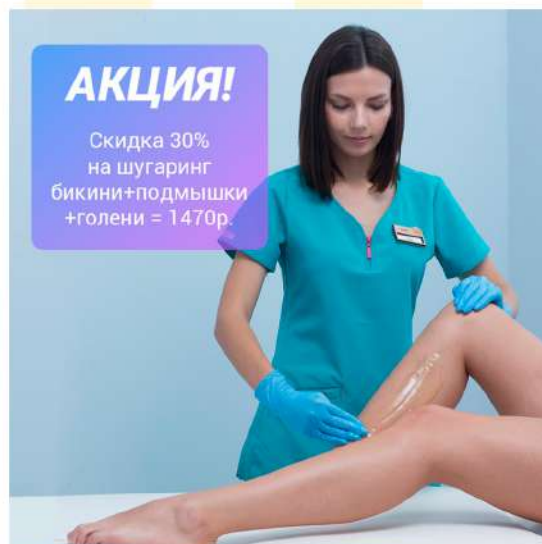
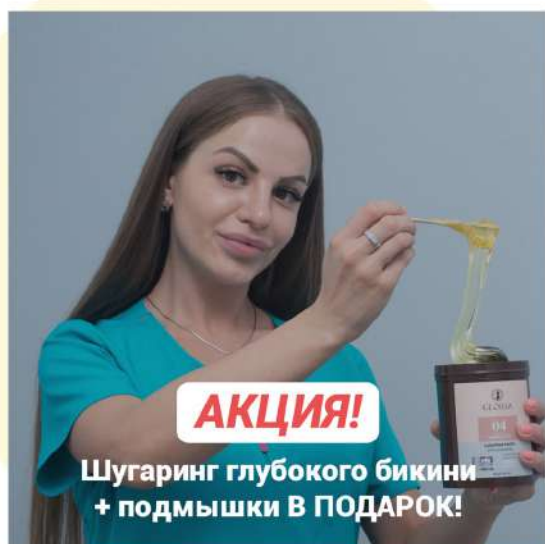
Было подготовлено множество креативов, в том числе баннеры и видео процедур.



Решили протестировать сам Фейсбук как рекламную площадку. Т.к. СРМ в Фейсбук выше, чем в Инстаграм, стоимость лидов оказалась выше в 3 раза. Получено всего 13 лидов, поэтому решили отключить рекламу в Фейсбук.

Рекламные компании с целью Конверсия тоже показали себя неудачно. Лиды с лендингов оказались самыми дорогими. Также решили отключить.

Лиды, полученные с лид-форм по акциям на шугаринг оказались дешевле, чем лиды с конверсии. Но т.к. стоимость лидов нас не устраивала, было решено отключить и подумать над новыми акциями.



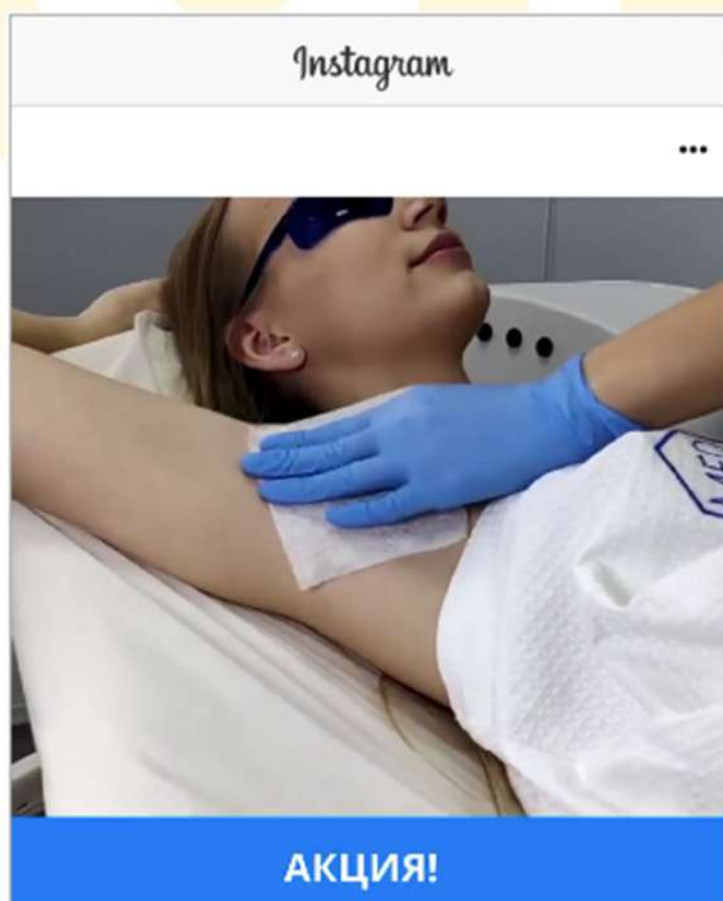
По акции лазерной эпиляции лучший результат дала аудитория, связанная со спортом, с интересами фитнес, кроссфит, бодибилдинг, танцы. Стоимость лида составила 22 рубля.

Результаты ▾	Охват	Частота	Цена за результат	Бюджет
135 Лиды (Форма)	16 680	1,81	22,03 р. За лид (Форма)	200,00 р. Ежедневно

Остальные аудитории сработали не так хорошо и принесли лидов стоимостью чуть больше ста рублей. В итоге мы получили 199 лидов на процедуру лазерной эпиляции за 61,78 рублей каждый - это что касается Инстаграма.

Результат ▾	Охват	Частота	Цена за результат	Бюджет
199 Лиды (Ф...	34 271	2,55	61,78 р. За лид (Форма)	Использует...

Лучше всего зашли простые видео с процедурой эпиляции:



## ИТОГИ:

- Лучше рекламироваться в Инстаграм, т.к. Фейсбук дает дорогие лиды из-за меньшего количества аудитории;
- По всем акциям лид-формы дали лучший результат, чем конверсии с лендингов;
- Необходимо тестировать разные креативы, даже самые простые видео могут дать хороший результат.

По всем акциям пришли лиды, но лучший профит получен по акции лазерной эпиляции. По словам клиента, пришедшим на процедуру удалось допродать еще процедур на несколько зон.

И к тому же, лазерная эпиляция не одноразовая процедура, клиенты придут еще минимум на 6 сеансов. Работу с клиентом продолжаем, тестируем новые креативы, тексты и аудитории.