



8-800-551-95-04 звонок, кстати, бесплатный

stranke.ru наш сайт, будешь сёрфить — заходи!

Коммерческое предложение

Интернет-реклама



Digital Agency

Предисловие

Мы — digital-агентство Stranke, создаем, развиваем и продвигаем цифровые продукты с 2012 года.

Все компетенции в штате компании, поэтому мы можем взять на себя почти все задачи по digital: маркетинг, аналитику, проектирование, дизайн, разработку и наполнение сервисов, сайтов и мобильных приложений, email рассылки и многое другое. Мы всегда подбираем инструмент под необходимые задачи и не боимся предлагать и экспериментировать.

Спасибо, что обратились к нам!

Особенности нашего подхода

Продуктовый маркетинг

Мы предлагаем сопровождение продуктовым маркетологом. В рамках такого сопровождения мы формируем гипотезы развития, ищем узкие места с привлечением знаний и ресурсов компании, проводим мозговые штурмы и многое другое. Задача маркетолога: развивать продукт через построение гипотез и проверку их. При этом мы работаем с продуктом по всем направлениям: привлечение новых покупателей (пользователей), покупка (вовлечение), удержание (сервис, crm и egr системы), возврат (механики поощрения повторных обращений).

Гипотезы

Всю работу мы строим через гипотезы развития. Гипотеза – это утверждение, требующее подтверждение и проверки. Для этого мы каждый раз формируем новые гипотезы для развития продукта и привлечения новых покупателей, согласовываем с вами, внедряем и анализируем. Таким образом, мы внедряем измеряемые инструменты достижения поставленных целей. При начале работы мы сформируем первые гипотезы. Для SEO – внедрение каких-то работ, увеличивающих посещаемость. Для контента – увеличение количества переходов, для контекстной рекламы – получение первых заявок и т.д. В ежемесячном режиме мы строим гипотезы, согласовываем с вами и внедряем их на сайте.

Это позволяет нам тратить ресурсы на развитие продукта осознанно и измеряемо. А вложения варьировать в зависимости от результатов. Если канал не приносит продажи – мы его отключаем.

Если приносит – мы увеличиваем вложения и масштабируем.

Так мы достигаем результатов кратного роста.

Штатные сотрудники

Не работаем с фрилансом, только штатные сотрудники. Это позволяет нам соблюдать сроки и развивать свои методики и подходы к аналитике и работам. Мы готовы закрыть компетенции аналитики, разработки, контента и любых видов маркетинга.

Оперативность

Команда всегда на связи в Телеграм. Не нужно писать email или искать сотрудника через офисный номер – просто напишите в Телеграм, мы всегда на связи. Документы отправляем в Диадок с ЭЦП либо почтой РФ.

Свои методики работы

Используем свои знания, наработанные годами. Это позволяет максимально экономить бюджет клиента и приводить новых клиентов дешево.

Своя система управление агентством

Нами разработана и запущена в работу своя система управления агентством – CRM система: [Stranke-CRM](#).

Задачи точно в срок

CRM система позволяет не упустить какую-либо из задач, верно планировать рабочие часы и не упустить контрольных сроков по сделками.

Соглашение о неразглашении (NDA)

Подписываем договор и неразглашении и о нашем сотрудничестве никто не узнает.

Подробнее о контекстной рекламе

Простыми словами, контекстная реклама — реклама, которую показывают и продают поисковые системы.

Контекстная реклама запускается и работает в поисковике Яндекс и в РСЯ (рекламной сети Яндекс)

Плюсы контекстной рекламы:

1. Работает с момента запуска.

Кампании по контекстной рекламе начинают функционировать в тот же момент, как вы её запускаете. Сразу же начинается прицельный показ заинтересованным пользователям в поиске и на других площадках, пользователи кликают и становятся покупателями.

2. Быстрый результат.

Задаваться вопросом, что лучше – контекстная реклама или SEO, не совсем корректно: это разные работы, и у них иногда кардинально разные принципы. Скорость результата – одно из критических отличий КР от SEO: если поисковая оптимизация предполагает отложенный во времени результат, то с объявлений КР посещения, звонки и продажи вы получаете сразу.

3. Широкий охват.

Контекстная реклама – это реклама для определившейся и заинтересованной аудиторией, что, казалось бы, должно снижать охват, но благодаря разносторонности площадок, на которых

размещаются объявления (например, в Рекламной сети Яндекса), можно привлечь пользователей не только из поисковой выдачи.

4. Отбор целевой аудитории.

Вы как рекламодатель сами определяете, кому и где показывать рекламу. В системах настройки и управления КР есть масса фильтров, помогающих приблизить попадание в целевую аудиторию к 100 %. Например, всегда можно обозначить город, откуда должен быть пользователь, его возраст, язык, на котором вводится запрос, и даже тип устройства

Виды контекстной рекламы

1. Классическая контекстная реклама, то есть поиск

Позволяет работать с активным спросом, тестировать разные посадочные страницы, брать коммерческие или околотематические запросы - все то, по чему наши клиенты могут искать наш продукт. Фишка классической контекстной рекламы является то, что она более гибкая, чем динамика, тут можно тестировать разные заголовки, разные ключи - проводя такие тесты мы выявляем лучшую механику привлечения с поиска -

Идеально подходит для рекламы услуг и магазинов с небольшим ассортиментом.

Минимальный бюджет на 1 месяц - 30 000 руб.

от 20 000 руб./мес.

2. Динамическая реклама Яндекс и смарт-банеры

Динамическая реклама Яндекс позволяет точно охватить запросы по каждому товару из каталога и вести прямо на товар. Лучший инструмент, чтоб быстро запустить рекламу для большого количества товаров с высокой точностью.

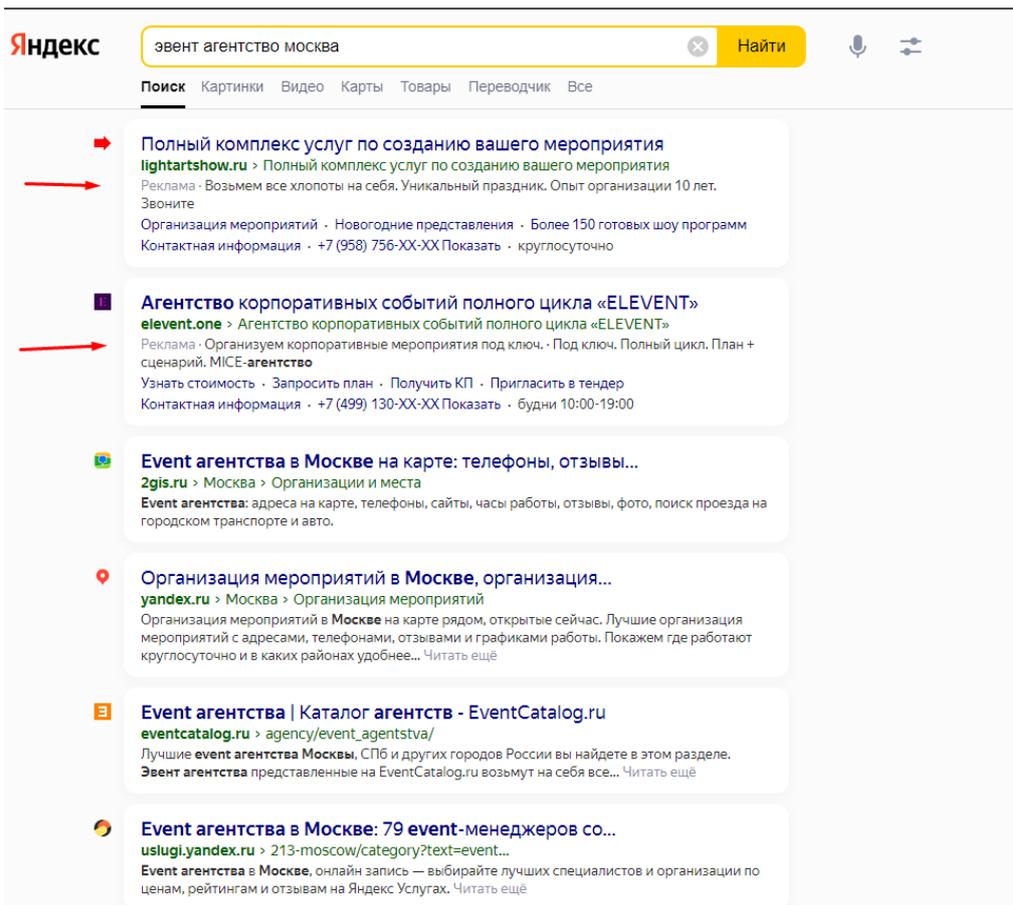
Смарт-банеры работают по тому же принципу, что динамическая реклама. Показы идут в графическом в РСЯ

Подходит для интернет-магазинов с большим ассортиментом товаров.

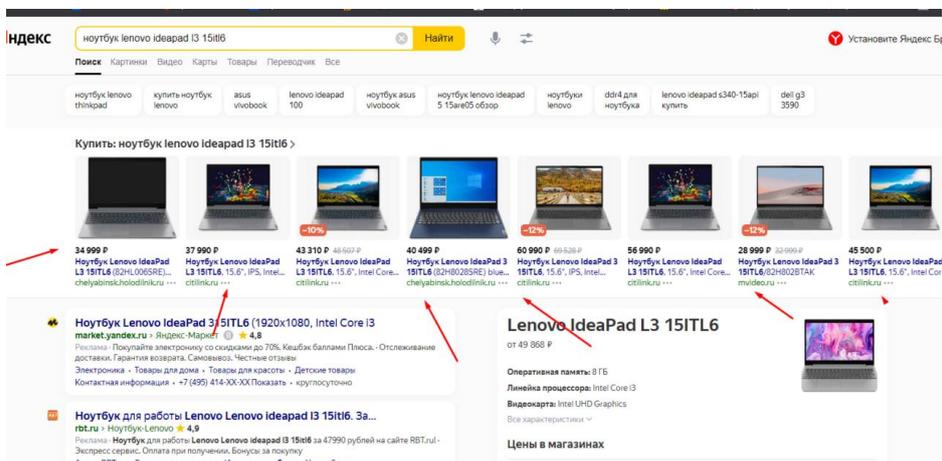
Минимальный бюджет на 1 месяц - 60 000 руб.

от 25 000 руб./мес.

Пример классической контекстной рекламы:



Пример динамической рекламы:



Почему именно мы?

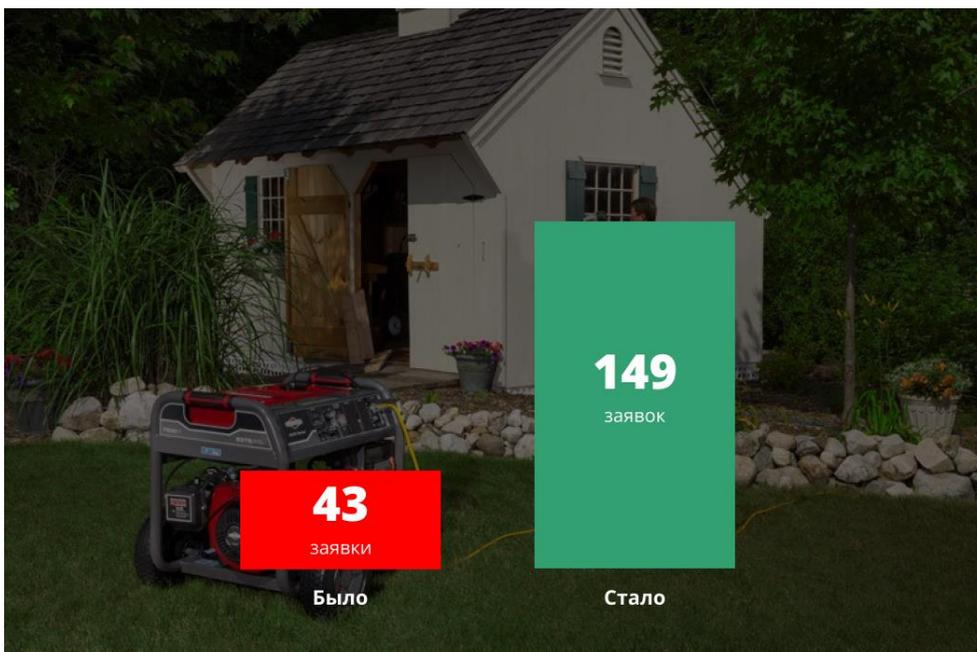
1. Формируем вместе с вами ключевые преимущества компании.
2. Грамотные и простые отчеты за каждый месяц (отчетный период)

Пример отчета (кликабельно)

3. Запускаем первый трафик уже на 2-3 день.
4. Формулируем гипотезы развития с контрольными датами и показателями.
5. Интегрируем аналитику, коллтрекинг и все, что нужно для рекламы.

Кейсы:

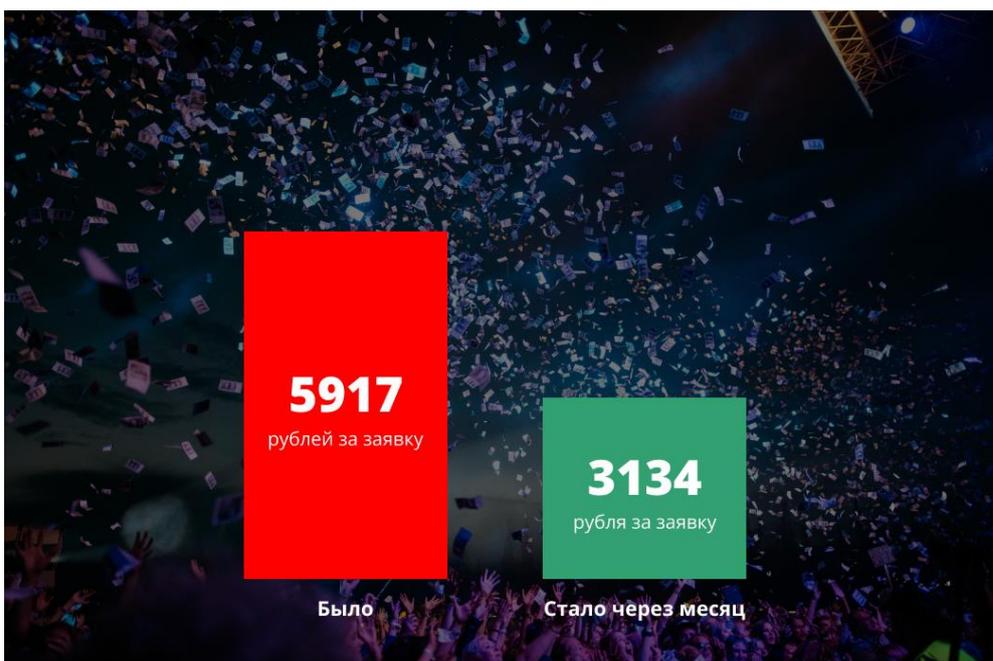
Электрогенераторы: за месяц число обращений с рекламы выросло в 3,5 раза



- Число визитов с рекламы выросло с 4 588 до 15 577.
- Число обращений выросло с 43 до 149.
- За счет создания охватной кампании в РСЯ средняя цена клика по всем рекламным кампаниям снизилась с 15,55 до 7,85 рублей.

Исходя из этого стоимости привлечения обращения, снизилась с 1 800 до 863 рублей.

Event-агентство: как снизить стоимость привлечения обращения почти в 2 раза за месяц в Яндекс.Директ



- Конверсия выросла с 1,3 до 2,5%.

- За счет этого число обращений выросло с 15 до 32.

Исходя из этого стоимости привлечения обращения, снизилась с 5 917 до 3 143 рублей.

Что дальше?

Связаться со мной по телефону 8-800-551-9504 или в Telegram <https://t.me/sky174>

Ваш менеджер Антон и команда Stranke.ru