



مسیری که «فیت کلاب»
با کمک یکتانت در آن قدم گذاشت



نرخ تبدیل تکمیل فرم

۳۸/۰۵٪

با استفاده از تبلیغات
همسان کلیدواژه‌ای یکتانت

مرکز تخصصی ارائه رژیم غذایی و برنامه‌ی تمرینی.

افزایش درخواست مشاوره از طریق پر کردن فرم مشاوره رایگان

استفاده از کمپین‌های «همسان» و «همسان هدفمند (کلیدواژه‌ای)»
برای جذب کاربران بیشتر و ترغیب آن‌ها به پر کردن فرم مشاوره.

افزایش تکمیل فرم مشاوره در وبسایت

فیت کلاب



چالش کسب‌وکار



راه‌حل یکتانت



نتیجه کمپین





آقای حسین صلواتی | مدیرعامل فیت کلاب

«پلتفرم‌های تبلیغات آنلاین زیادی وجود دارند که مشغول ارائه خدمات هستند. اما همه‌ی ویژگی‌ها رو یکجا ندارند! یکتانت پکیج کاملی از ویژگی‌ها و مزیت‌هاست از جمله:

تیم بسیار حرفه‌ای با اکانت منیجرهای متخصص، متعهد، خلاق و خوش‌برخورد که به‌صورت کامل از صفر تا صد تمامی کمپین‌ها با مشتری هماهنگ و همراه هستند.

یک سیستم کاملاً قابل اعتماد به لحاظ فنی و آماری که بدون تردید در این زمینه جزو سالم‌ترین و برترین سیستم‌های تبلیغاتی هستند. وب‌سایت با پنل کارآمد و حرفه‌ای به همراه گزارشات بسیار کامل که تمام امور تبلیغاتی و کمپین‌ها به سادگی در آن قابل مدیریت و بهینه‌سازی هستند.

توجه کامل به ترند و مسائل روز و به تبع اون به‌روزرسانی در روند ارائه خدمات یا امکانات از ویژگی‌های بارز مجموعه‌ی یکتانت است که باعث میشه همیشه با نیازهای مشتری و صاحبان کسب‌وکار همگام پیش بره و هیچ کمبودی حس نشه.

با آرزوی موفقیت روزافزون برای مجموعه‌ی یکتانت.»

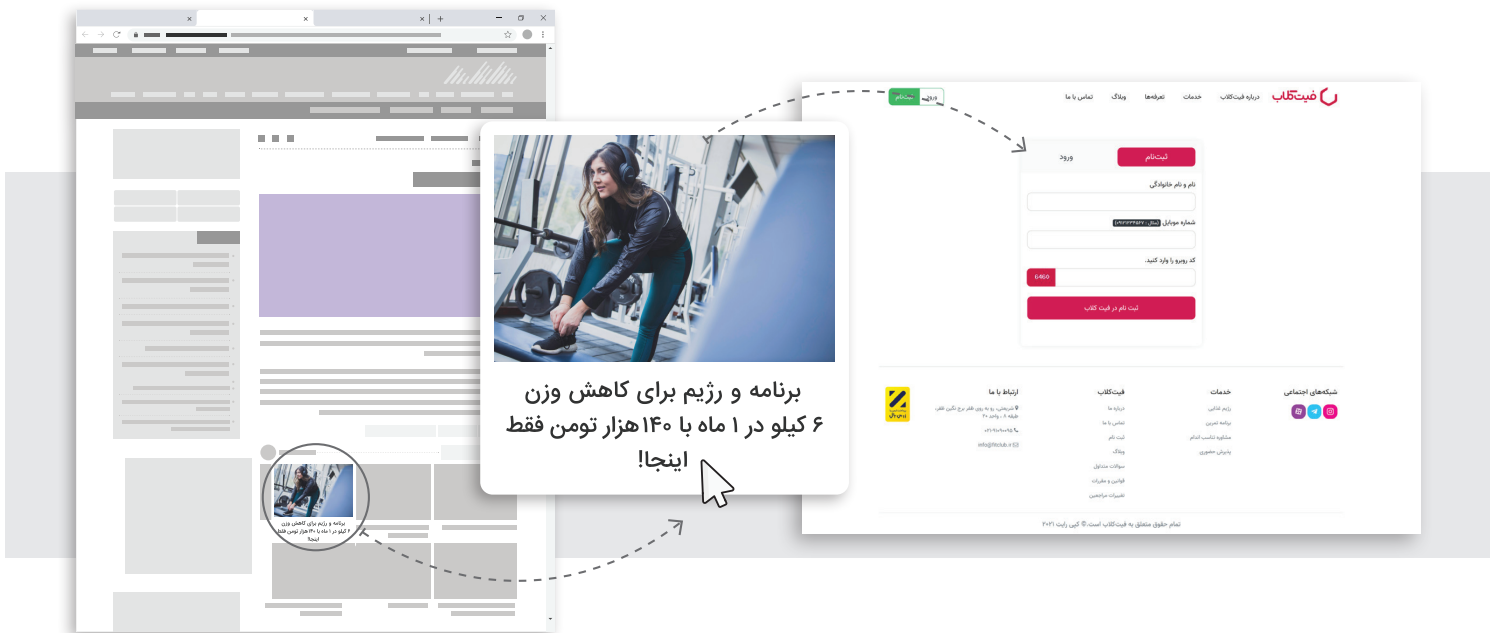


معرفی «فیت کلاب»

فیت کلاب در زمینه‌ی ورزش، سلامتی و رژیم غذایی فعالیت می‌کند. این کسب‌وکار با بهره‌گیری از تیمی متخصص و به صورت حضوری و غیرحضوری به مشتریان خود کمک می‌کند تا برای داشتن بدنی سالم برنامه ریزی کنند. فیت کلاب این کار را با در نظر گرفتن ویژگی‌های شخصی هر فرد انجام می‌دهد. خدمات فیت کلاب عبارتند از رژیم غذایی، برنامه‌ی تمرین و برنامه‌ی مکمل. کاربران همچنین می‌توانند پیش از خرید محصول با پرس کردن فرم مشاوره‌ی رایگان درخواست خود را ثبت کنند.



نمونه آیتم‌های تبلیغاتی







شروع کمپین‌ها «فیت‌کلاب»



«فیت‌کلاب» که به دنبال افزایش تکمیل فرم در وب‌سایتش بود، کمپین‌هایی را از ابتدای تیر ۹۹ تا ۱۵ شهریور ۹۹ در یکتانت اجرا کرد.

به پیشنهاد مشاوران یکتانت، فیت‌کلاب دو نوع کمپین «همسان» و «همسان کلیدواژه‌ای» را برای رسیدن به هدفش انتخاب کرد. (در این تاریخ یکتانت هنوز از محصول «تبلیغات رفتارمحور» رونمایی نکرده بود)

همان‌طور که در تصاویر مشاهده کردید، تبلیغات همسان در جایگاه‌های پیشنهاداتی از سراسر وب نمایش داده می‌شوند و و تبلیغات هدفمند موضوعی در صفحات مرتبط نمایش داده می‌شوند.



تبلیغات همسان عادی به خاطر حجم نمایش بالایی که دارند مورد توجه کسب و کارها قرار می گیرند.

کمپین های همسان کلیدواژه ای تنها در صفحاتی نمایش داده می شوند که حاوی کلیدواژه های انتخابی شما باشند. برای مثال فیت کلاب کلمات کلیدی چاقی، لاغری، رژیم و ... انتخاب کرد و تبلیغاتش را در صفحاتی نمایش داد که از این لغات در تگ عنوان یا توضیحات متا خود استفاده کرده بودند.



نتایج کمپین‌ها



همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد دو نوع کمپین «همسان» و «همسان کلیدواژه‌ای» به صورت گسترده مورد استفاده قرار گرفتند که در کمپین کلیدواژه‌ای تبلیغات بر روی صفحات و مقالاتی حاوی کلیدواژه‌های چاقی، لاغری، رژیم و... نمایش داده شدند. نرخ تبدیل تکمیل فرم آن ۸۳٪ بود و در مقایسه با نرخ ۵۸٪ کمپین‌های همسان آمار بهتری محسوب می‌شد. البته این برتری چندان هم دور از ذهن نبود. چرا که کمپین‌های کلیدواژه به دلیل نمایش در صفحات مرتبط، به کاربر هدف و کاربری که احتمال دارد به دنبال این خدمت باشد نزدیک‌تر است و به همین خاطر نرخ تبدیل نیز در این تبلیغات بالاتر خواهد بود.



نکته‌ی جالب توجه دیگر در مورد کمپین‌های اجرا شده عملکرد بهتر کمپین‌هایی بود که به دستگاه نمایش‌دهنده‌ی موبایل محدود شده بودند. علت این موضوع را می‌توان در افزایش روز به روز تعداد کاربران موبایل دانست به گونه‌ای که در حال حاضر حدود ۷۵٪ ترافیک یکتانت از موبایل می‌باشد و تنها ۲۵٪ به دسکتاپ اختصاص دارد. در صورت بهره‌مندی از یک سایت سازگار با موبایل (mobile friendly) با توجه به رقابت کمتر در کمپین‌های موبایلی می‌توان بهترین استفاده را کرد و با قیمت کلیک کمتر به خروجی مورد نظر رسید.

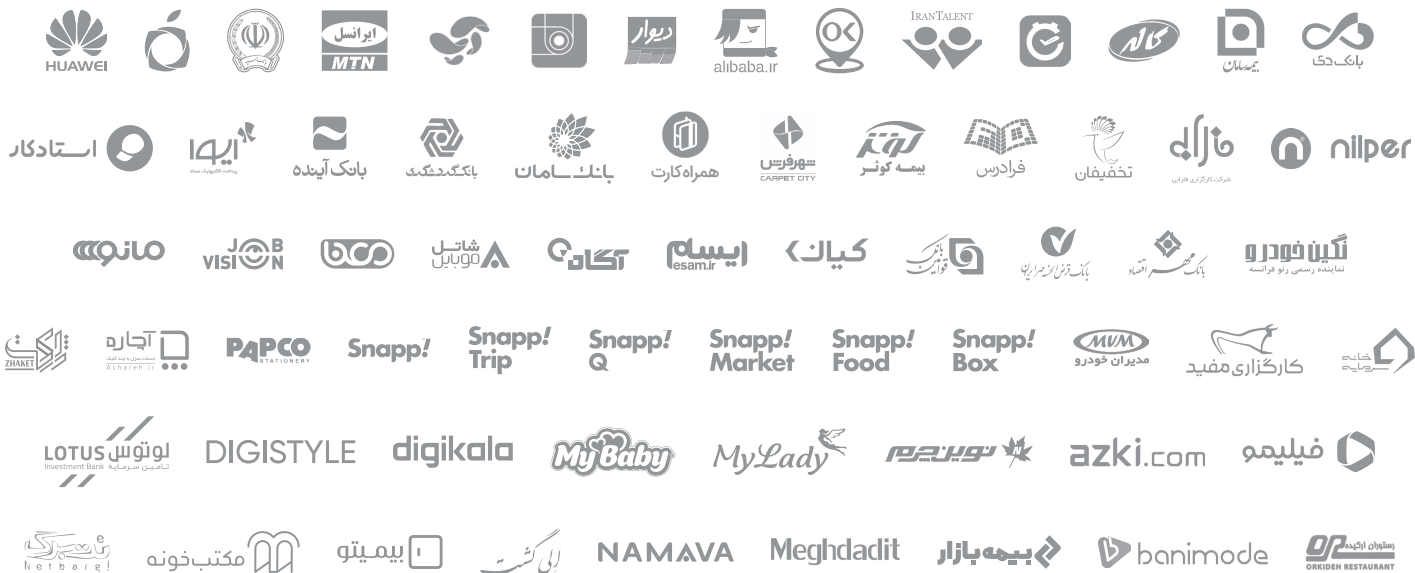
موضوعی که در کمپین‌های فیت کلاب نیز به چشم آمد.



کسب‌وکار مشابه دارید؟ پیشنهاد ما به شما...

اگر شما کسب‌وکاری هستید که می‌خواهید افراد با سایت و مجموعه‌ی شما تعامل داشته باشند و فرمی که داخل سایت شما وجود دارد را پر کنند و به نوعی به دنبال جذب لید هستید تا بعداً این لیدها را به مشتری تبدیل کنید می‌توانید از انواع کمپین‌های همسان و مخصوصاً کمپین‌های هدفمند متناسب با کسب‌وکارتان استفاده نمایید.

در حال حاضر یکتانت انواع کمپین‌های هدفمند شامل کلیدواژه، رفتارمحور و موضوعی را پوشش داده و شما با توجه به موضوع کسب‌وکار خود می‌توانید از هر یک از این کمپین‌ها استفاده کنید.



برای مشاهده داستان موفقیت‌های دیگر کلیک کنید
www.yektanet.com/blog/casestudy

از توجه شما سپاس‌گزاریم