



همکاری چرم کیهان و یکتانت
با هدف لید جنریشن



افزایش

۶۶/۲٪

فروش

فروشگاه آنلاین محصولات چرم

چرم کیهان



جمع‌آوری لید

چالش کسب‌وکار



استفاده از کمپین‌های «همسان» و «همسان ریتارگتینگ»

راه‌حل یکتانت



نرخ تبدیل کلیک به وارد کردن شماره تماس ۵/۱٪ در کمپین‌های همسان و ۱/۲٪ در کمپین‌های ریتارگتینگ

نتیجه کمپین





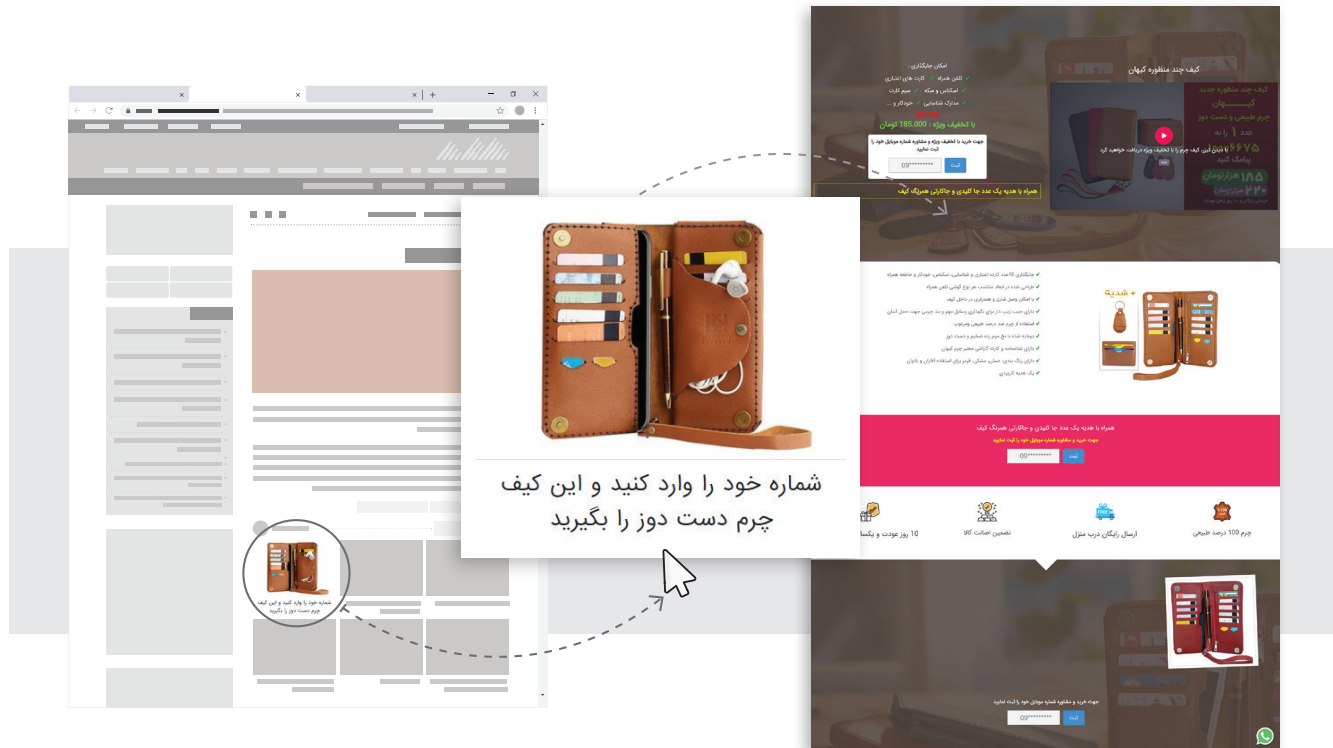
معرفی «چرم کیهان»



گروه تولیدی «چرم کیهان» فعالیت خود را از اوایل دههٔ نود، با رویکرد تولید محصولات دست‌دوز چرمی با کیفیت آغاز کرد. توجه به کیفیت بالای چرم، یراق‌آلات مصرفی و در نهایت محصولات، از دستور کارهای مهم چرم کیهان است. از ویژگی‌های منحصر به فرد محصولات کیهان، دست‌دوز بودن آن‌هاست که باعث دوام و ماندگاری این آثار هنری در دراز مدت می‌شود.

«چرم کیهان» در راستای فروش بیشتر محصولات از طریق تبلیغات آنلاین، ابتدا برای هر محصول یک صفحه فرود خاص طراحی کرده و سپس کاربران را توسط تبلیغات یکتانت به این صفحه هدایت می‌کند. در مرحلهٔ بعد از کاربر می‌خواهد شمارهٔ خود را وارد نماید و در نهایت به منظور پیگیری خرید و مشاورهٔ بیشتر با کاربر تماس می‌گیرد.

با این مقدمه مشخص شد مهم‌ترین چالش «چرم کیهان» دریافت شماره‌های بیشتر و جمع‌آوری لید است.





قصه‌ی کمپین‌های «چرم کیهان» از کجا شروع شد؟



چرم کیهان که به دنبال جذب لید بود، در بازه‌ی ۲۰ مرداد ۱۳۹۹ تا ۳۱ شهریور ۱۳۹۹ با یکتانت همکاری و دو نوع کمپین تبلیغاتی را اجرا کرد. کمپین‌های «همسان» و «همسان ریتارگتینگ» یکتانت به این فروشگاه محصولا چرم کمک کردند که به هدف خود برسد. آمار این کمپین‌ها را می‌توانید در جدول روبه‌رو مشاهده کنید:

نوع کمپین	درصد نرخ تبدیل (نسبت پرکردن فرم به کلیک)
همسان	۱/۵٪
همسان ریتارگتینگ	۲/۱٪



تحلیل بیشتر



اگرچه آمار نرخ تبدیل در کمپین‌های همسان ریتارگتینگ بالاتر بود اما تعداد شماره‌های ثبت شده از کمپین‌های همسان حدوداً ۱۰ برابر کمپین‌های همسان ریتارگتینگ بودند. یکی از دلایل این مسئله می‌تواند این باشد که ظرفیت تبلیغات ریتارگتینگ بسیار کمتر از تبلیغات غیر ریتارگتینگ است؛ زیرا تبلیغات ریتارگتینگ تنها به کاربرانی نمایش داده می‌شود که حداقل یک بار وارد وبسایت شما شده باشند و همچنین کاربرانی که شماره تلفن خود را قبلاً وارد کرده‌اند، از دایره‌ی مخاطبان ریتارگتینگ حذف می‌شوند. این موضوع باعث محدود شدن دایره‌ی مخاطبان می‌شود اما همان‌طور که آمارها نشان می‌دهند، کاربرانی که از طریق تبلیغات ریتارگتینگ جذب وبسایت شما شده‌اند، با احتمال بیشتری تبدیل به مشتری خواهند شد چرا که یک بار علاقه‌مندی خود را به شما نشان داده‌اند.



کسب‌وکار مشابه دارید؟ پیشنهاد ما به شما...

اگر شما هم کسب‌وکاری هستید که محصولات عمومی (در این مطالعه کیف پول و کمر بند) عرضه می‌کنید یا خدماتی ارائه می‌دهید (برای مثال کلاس‌های کنکور برگزار می‌کنید) که این محصولات و خدمات مورد نیاز اکثر مردم است و به دنبال جذب و جمع‌آوری لید هم هستید، می‌توانید از کمپین‌های تبلیغاتی یکتانت شامل کمپین‌های همسان کمک بگیرید تا به هدف خود برسید. بهتر است برای جلب مخاطب در فرآیند جذب لید از یک هدیه یا آفر (مثلا ارائه کد تخفیف) استفاده کنید. درخصوص خدمات نیز می‌توانید روی مزیت‌های رقابتی که دارید مانور دهید.



از توجه شما سپاس گزاریم