

داسر نثار هم کادی

آکادمی امروز با

چگانت



آکادمی امروز:

آموزش هدفمند دروس کنکور

چالش کسب و کار:

افزایش تعداد لید در عین بهینه نگه داشتن هزینه
های جذب هر لید

راهکار یکتانت:

طراحی استراتژی، ایجاد تبلیغات هدفمند، بهینه‌سازی
لندینگ پیج، کمپین‌های موبایلی و تثبیت هزینه CPL

نتیجه:

افزایش دو برابری جذب لید بدون افزایش
هزینه جذب هر لید

آکادمی امروز قبل از شروع تبلیغات ظرفیت
تیم فروش خودش را افزایش داد و محصولات
جذابی برای جذب لید فراهم کرد

داستان شروع همکاری یکتانت و آکادمی امروز

آبان سال ۱۴۰۰ بود که آکادمی امروز برای افزایش لیدهای ثبت‌نامی خود به سراغ تبلیغات کلیکی در سایت‌های پربازدید از طریق یکتانت آمد. طبیعتاً هدف آکادمی امروز دانش‌آموزانی بود که نزدیک کنکور بودند یا در حال برنامه‌ریزی برای موفقیت تحصیلی هستند. مدیران آکادمی امروز در نظر داشتند که با پیشنهاد دوره‌های آموزشی رایگان بتوانند لید بگیرند و بعد از این که مشتریان از کیفیت دوره‌های رایگان رضایت داشتند، برای ثبت‌نام در دوره‌های غیررایگان ترغیب شوند. آکادمی امروز تعداد نیروهای تیم فروش خودش را افزایش داده بود و انتظار داشت که با توجه به این توسعه بتواند تعداد بیشتری لید و در نهایت فروش بیشتری جذب کند. آکادمی امروز می‌خواست هزینه تمام شده هر لید را همزمان با افزایش تعداد لید ثابت نگه‌دارد یا افزایش آن چشم‌گیر نباشد.

دستیابی به این هدف امکان‌پذیر است اما باید نکات زیادی رعایت شود و همینطور از سبد درستی از تبلیغات یکتانت در کنار هم استفاده شود.



درباره آکادمی امروز

آکادمی امروز یک موسسه آموزشی با تمرکز روی دانش‌آموزان کنکوری است. آکادمی امروز با هدف آموزش و قبولی دانش‌آموزان در رشته‌های پزشکی شروع کرد و با تغییرات کلی تا جزئی در شیوه آموزش، نحوه تولید محتوا و استفاده از تکنولوژی‌های جدیدتر توانست حال و هوای آموزش را حرفه‌اتر کند. آکادمی امروز توانسته با مسیرسازی برای دانش‌آموزان، آنها را توانمند کند تا نتایج خوبی در کنکور یا امتحانات نهایی کسب کنند. در واقع آکادمی امروز می‌خواهد با وارد کردن تکنولوژی به آموزش، دانش‌آموزان را توانمند کند. محصولات و خدمات آکادمی امروز شامل دوره‌های آموزشی جامع کنکور برای دانش‌آموزان مقاطع مختلف و مشاوره تحصیلی است.



چه کارهایی انجام شد؟

بعد از شروع همکاری، یکتانت مشاوره‌های موردنیاز را در پاسخ به چالش‌ها ارائه کرد. تیم پرفورمنس مارکتینگ با شناسایی مخاطبین و مشتریان هدف و نگاهی به ظرفیت‌های آکادمی امروز، برنامه‌ای تدوین و اجرا کرد..

این برنامه شامل موارد زیر برای آکادمی امروز بود:

۱. بهبود لندینگ پیج

لندینگ پیج‌ها صفحه‌هایی هستند که مخاطب بعد از کلیک روی تبلیغات وارد آن می‌شود و اولین تماس کاربر با کسب‌وکار در این صفحه اتفاق می‌افتد. لندینگ پیج‌ها برای افزایش نرخ تبدیل و جلب توجه مخاطبین تبلیغات بهینه‌سازی شد. در کنار بهینه‌سازی، برای اطمینان از عملکرد درست و فراهم‌سازی امکان رصد ضعف‌ها و نقاط قوت، از ابزارهای رصد رفتار کاربران و ثبت‌کننده اقدام‌های کاربران راه‌اندازی شد.

۲. طراحی استراتژی تبلیغات

بعد از بررسی محصولات، ظرفیت‌ها، نقاط قوت، مزیت‌های رقابتی و شناسایی رقبای استراتژی مناسب برای آکادمی امروز طراحی شد. براساس این استراتژی، باید تبلیغات جذابی به گروه‌های هدف نمایش داده شود و بعد از کلیک به صفحه لندینگ پیج برای پر کردن فرم هدایت شوند.



۳. ایجاد کمپین‌های هدفمند کلیدواژه‌ای، موضوعی و رفتارمحور

گروه‌های هدف تقسیم‌بندی شد که شامل دانش‌آموزان مقاطع نهم تا یازدهم و همچنین اولیای دانش‌آموزان می‌شود. سپس برای این که گروه‌های مخاطبین آکادمی امروز هدفگیری شود، تعدادی کمپین هدفمند طراحی شد.

کمپین کلیدواژه‌ای نوعی کمپین هدفمند است که تبلیغات را براساس کلمات کلیدی موجود در صفحه به کاربر نمایش می‌دهد. برای مثال، برای آکادمی امروز عبارت‌هایی مثل کنکور، زیست پایه، کنکور تجربی، ریاضی تجربی، رشته تجربی و ... هدف گرفته شد.

دو نوع کمپین رفتارمحور و موضوعی هم برای آکادمی امروز با هدف نوجوانان ساخته شد. موضوعاتی که موردعلاقه نوجوانان هستند مثل ورزش، سینما، تکنولوژی و... موضوعات انتخاب شده بودند.

فعالیت‌های یکتانت با هدف بهینه‌سازی کمپین‌های تبلیغاتی

تدوین استراتژی تثبیت CPL

بهینه‌سازی لندینگ پیج‌ها

رصد و گزارش‌گیری تمام مراحل

بهینه‌سازی محتواهای تبلیغاتی

اجرای کمپین درون اپلیکیشنی

اجرای انواع کمپین‌های هدفمند

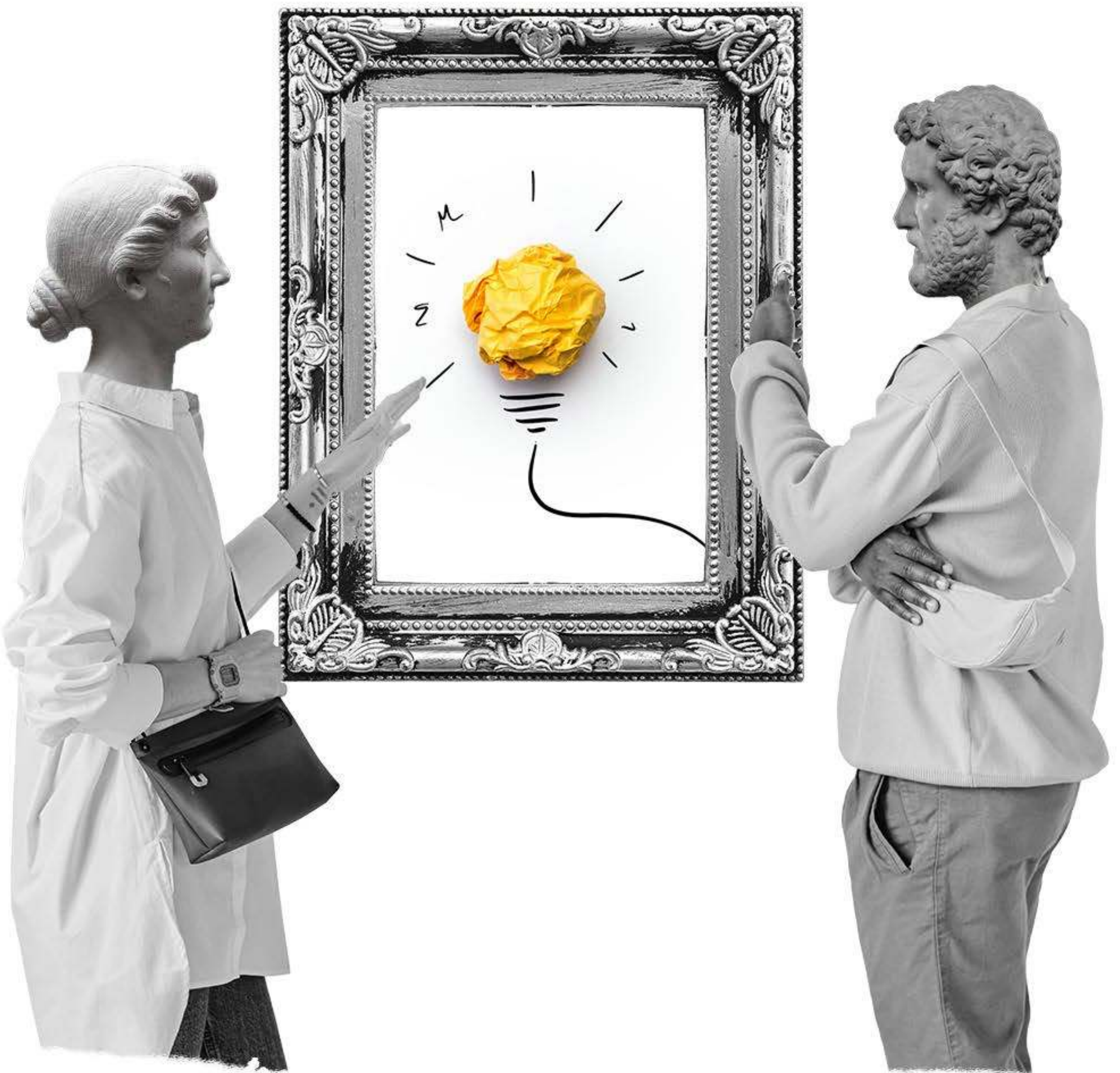
۴. طراحی و اجرای کمپین‌های درون اپلیکیشنی

کمپین‌های درون اپلیکیشنی یکی از بهترین انواع کمپین‌ها برای جذب لید هستند. تبلیغات این نوع کمپین‌ها در اپلیکیشن‌ها یا بازی‌ها نمایش داده می‌شوند. با انتخاب اپلیکیشن‌ها یا بازی‌هایی که کاربر آنها گروه‌های هدف هستند، می‌توان ایده‌های با کیفیتی جذب کرد.

برای آکادمی امروز هم اپلیکیشن‌هایی در حوزه‌های آموزشی، سرگرمی، تحصیلی، ابزارهای کاربردی و بازی‌های پرتعداد انتخاب شد.

۵. هدفگیری اولیا دانش‌آموزان

تارگت کردن کردن اولیا دانش‌آموزان با تبلیغات در صفحات اقتصادی و سرمایه‌گذاری سیاسی، اخبار و خودرو یک استراتژی موفق برای آکادمی امروز بود. هرچند اولیا دانش‌آموزان مصرف‌کننده نهایی این محصولات نیستند اما نقش تعیین‌کننده در خرید و استفاده دارند.



۶. ایجاد کمپین‌های ریتارگتینگ

کمپین‌های ریتارگتینگ کمک می‌کند تا کاربران از دست رفته و آنهایی که تبدیل به لید نشده‌اند را دوباره هدف بگیریم و نرخ تبدیل را افزایش دهیم.

برای مثال، کاربری که اولین بار روی تبلیغات آکادمی امروز کلیک کرده و وارد سایت شده است اما فرمی پر نکرده، بعد از چند روز دوباره در سایت دیگری با تبلیغات آکادمی امروز مواجه می‌شود. این تبلیغ یک یادآوری است و با تغییرات محتوایی می‌توانید با پیام دیگری مخاطب را برای پر کردن فرم ترغیب کرد.

برای ریتارگت کردن کاربران هم مسیرهای مختلفی اجرا شد. کاربرانی که به صورت ارگانیک از موتورهای جستجو وارد سایت شده بودند، کاربرانی که با مقاصد مختلف وارد صفحه‌های مختلف سایت شده بودند.



نمونه‌هایی از محتوای تبلیغاتی



میخواهی زیست رو توی کنکور ۱۰۰ بزنی؟
رایگان ثبت نام کن

ثبت نام کن



کل زیست کنکور و پایه رو رایگان یاد بگیر!!

ثبت نام کن



آموزش رایگان زیست پایه و کنکور
۵۰ ساعت ویدیو و جزوه ویژه برای جمع بندی
زیست‌شناسی



جمع بندی زیست

مشاوره رایگان

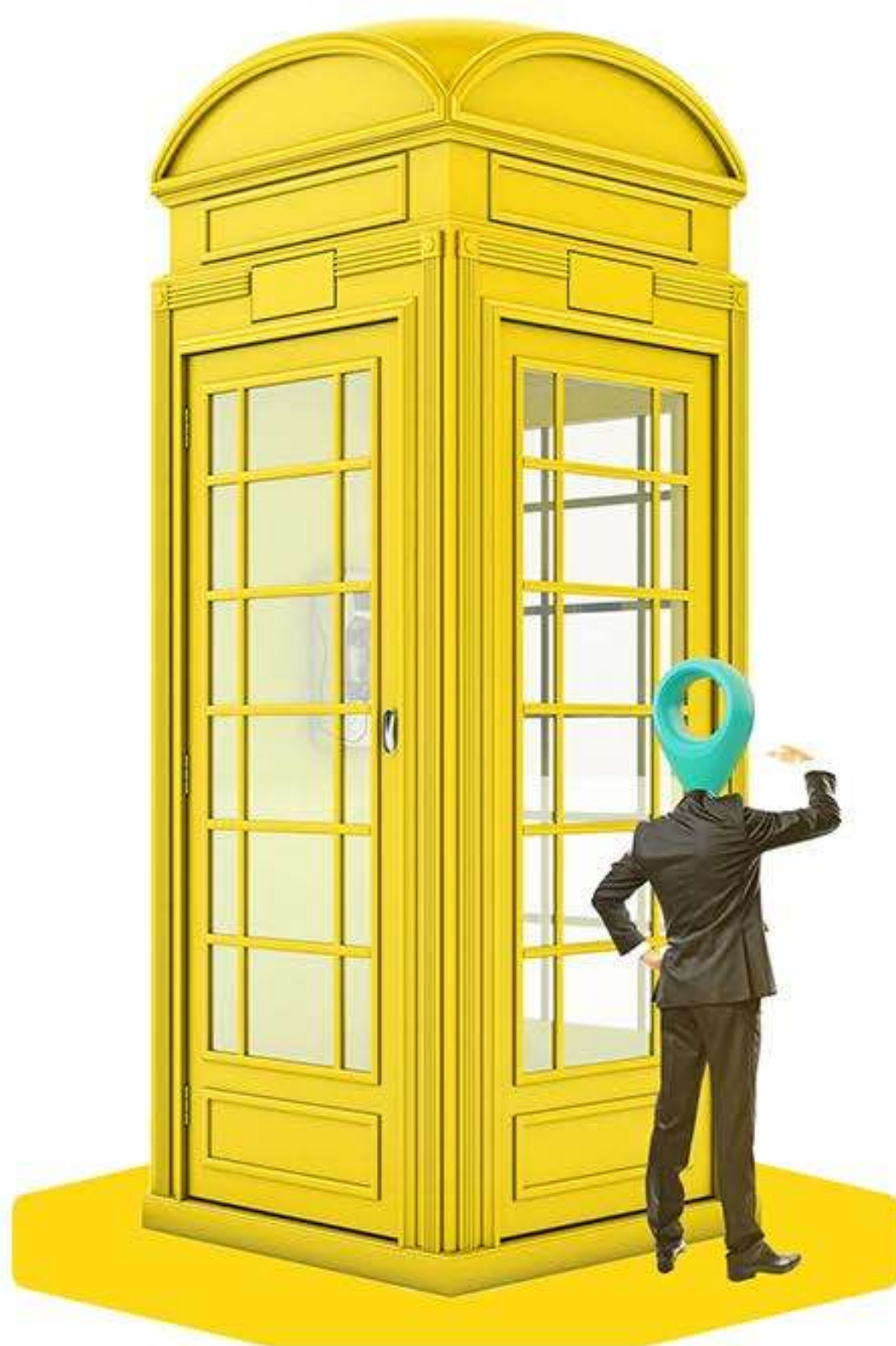
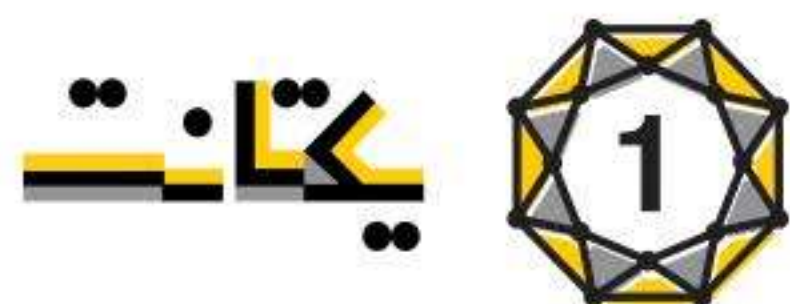


آموزش «رایگان» کل زیست کنکور
۵۰ ساعت دوره آموزشی زیست پایه و کنکور به
همراه جزوه



جمع بندی زیست

مشاوره رایگان



تلگرام ما: @Yektanet_Support

گفت‌وگوی تلفنی: ۰۲۱۴۵۱۹۵۰۰۰

از توجه شما سپاسگزاریم