



Как аудиореклама продала квартиру за две недели

ЖК «Аквамарин»

Жилой комплекс
г. Нижний Новгород
akvamarin-nn.ru

Задачи

- › Увеличить количество звонков
- › Удержать стоимость звонка до 2300 ₽

Использовали

- › Аудиореклама
- › Яндекс.Метрика
- › Колтрекинг MANGO OFFICE
(статический и динамический)

Период:

16 — 30 августа 2017 г. (2 недели)

За 2 недели аудиоролик с виртуальным номером
принес 27 звонков и одну сделку на 2,5 млн



25 тыс.

Прослушиваний ролика/
показов баннера

По данным Метрики, 2017



7 тыс.

Уникальный охват
пользователей



27

Уникальных звонков,
из них 25 post-view
и 2 post-click

*По данным MANGO OFFICE,
2017*



1

Продажа
на 2,5 млн

*По данным
ГК «Столица Нижний»,
2017*

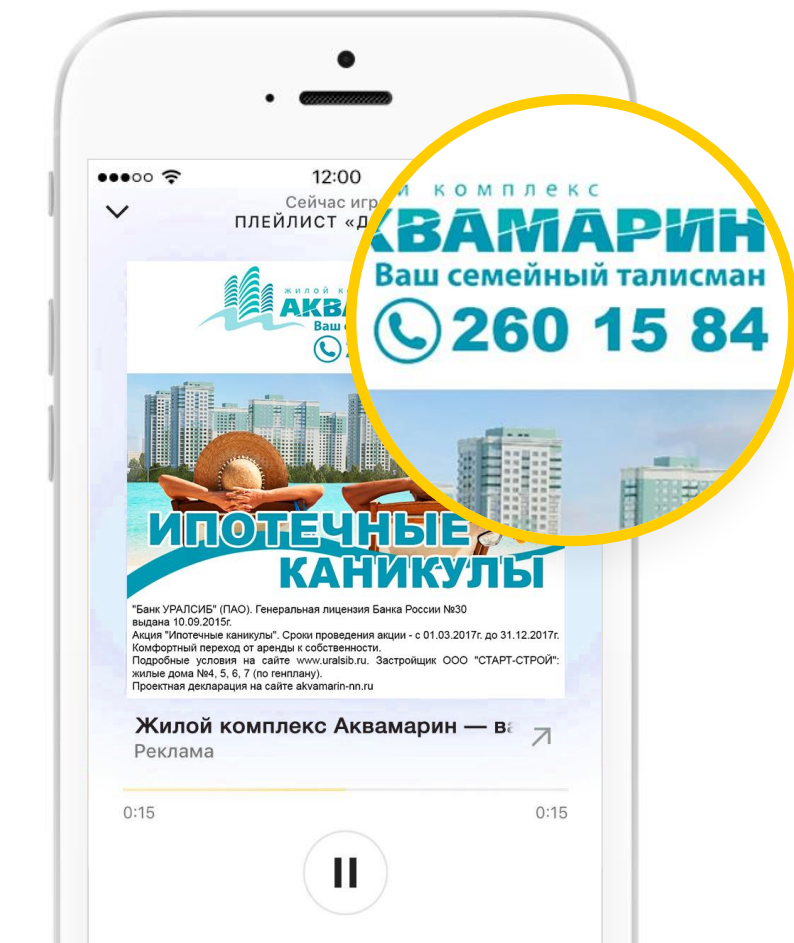
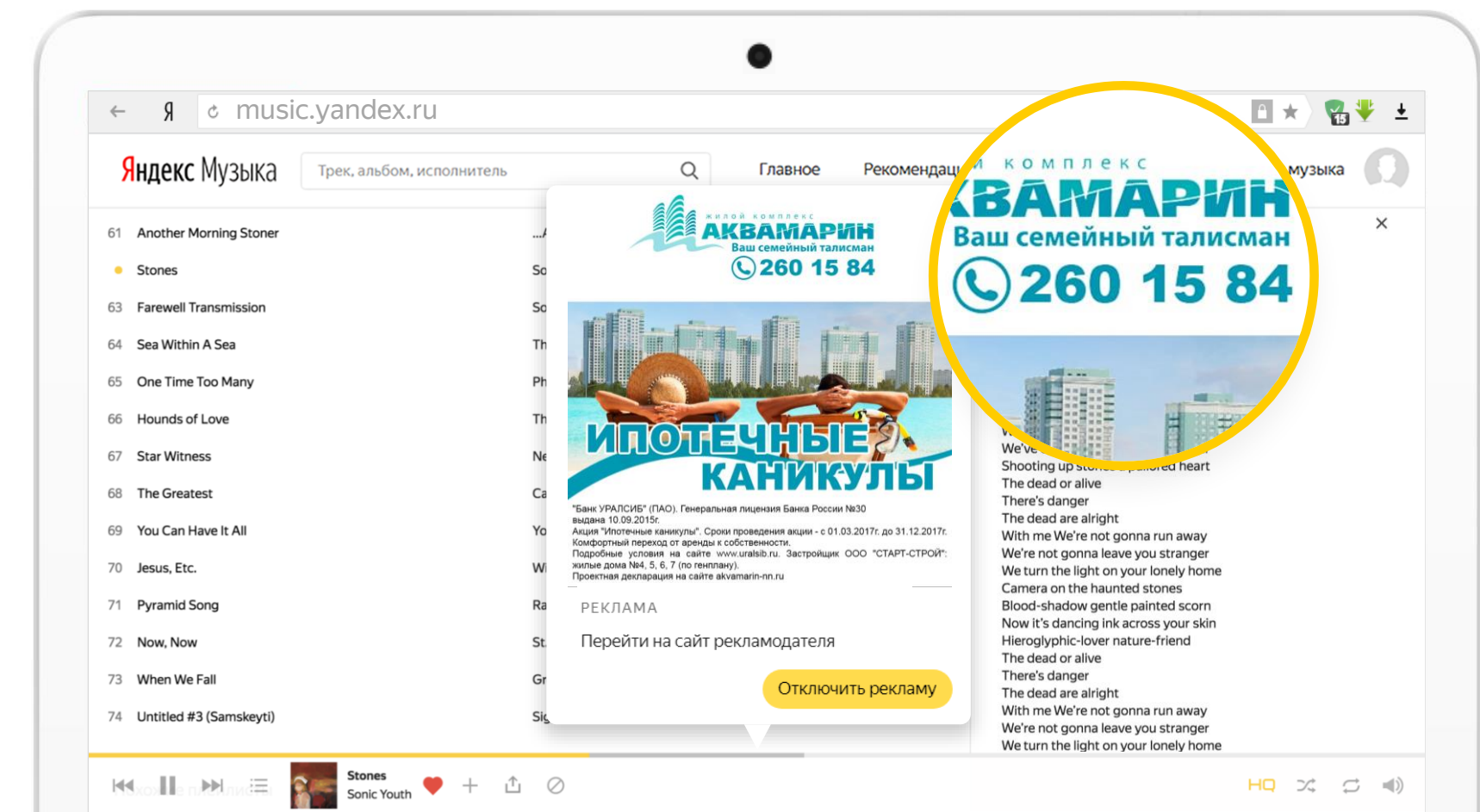


602 ₽ CPA канала — на 73% ниже KPI.



Полгода — обычный цикл конверсии в недвижимости.

Ролик с отдельным номером получил 25 тысяч прослушиваний на Яндекс.Музыке и Радио со стационарных и мобильных устройств



Ролик с баннером проигрывался пользователям от 25 до 55 лет из Нижнего Новгорода, которые интересовались недвижимостью. Использовали статический колтрекинг — в ролике называли отдельный номер. Получили 25 тысяч прослушиваний/показов на стационарных и мобильных устройствах, уникальный охват составил 7 тысяч пользователей.

Чтобы актуализировать предложение, сделали отсылку к сезону отпусков — акция называлась «Ипотечные каникулы»

Акцент в ролике был на легкость покупки в период ипотечных каникул: клиент просто бронирует квартиру, не отказывая себе в необходимом отпуске.



— Дорогая, ты неважно выглядишь.
— Так давно не была в отпуске — работаю на ипотеку.
— А мы с мужем купили квартиру и улетели на Кипр. Ведь в банке УРАЛСИБ для покупателей квартир в жилом комплексе «Аквамарин» действуют ипотечные каникулы! Подробности по телефону 260–15–84.
(информация о застройщике и джангл)
Жилой комплекс «Аквамарин» — ваш семейный талисман.

Кроме отдельного телефона в ролике, использовали динамический коллтрекинг на сайте — все посетители видели уникальные номера. Так отследили ещё 2 звонка от тех, кто позвонил после клика на баннер.

lk.mango-office.ru

История вызовов

Все вызовы | Пропущенные вызовы | Несостоявшиеся вызовы

Скрыть фильтры

Кто звонил: Клиент

Номер клиента: Укажите номер или часть

Куда звонил: 7 (831) 260- -8 - Яндекс.Музыка

Участники:

Показать

Очистить

Экспортировать выбранные данные: Excel CSV

Всего вызовов 26 длительностью 1:02:15

Время	Кто звонил	Набранный номер	Участники	Длительность
16 авг. 2017. 09:51:34			Аквамарин	9 м. 58 с.
30 авг. 2017. 16:51:05			Аквамарин	8 м. 25 с.
19 авг. 2017. 16:04:26			Аквамарин	7 м. 27 с.
11 сент. 2017. 10:44:49			Аквамарин	4 м. 17 с.
25 авг. 2017. 15:41:17			Аквамарин	3 м. 58 с.
30 авг. 2017. 16:51:34			Аквамарин	3 м. 53 с.



Аудиореклама на Яндекс.Музыке принесла 27 уникальных звонков, 25 из которых были postview (post-listen) — люди позвонили по номеру, который использовался в акции, без перехода на сайт. То есть человек записал или запомнил номер и перезвонил. Мы продолжим использовать и статистический, и динамический коллтрекинг для оценки эффективности. Что особенно здорово — уже 31 августа по звонку с ролика была реальная продажа квартиры за 2,5 млн! Конечно, это даже нетипично быстрая отдача для сферы недвижимости. Видимо, алгоритмы Яндекса эффективно находят пользователей, которые вот-вот собираются купить квартиру.

Светлана Макарова

Руководитель отдела маркетинга ГК «Столица Нижний»,
девелопера ЖК «Аквамарин»



Яндекс

e-promo

Кейс подготовлен совместно
с агентством E-Promo

e-promo.ru

Яндекс

Попробуйте аудиорекламу

Разместите ролик про свои товары и услуги
на Яндекс.Музыке и Яндекс.Радио

yandex.ru/adv/solutions