



citrus.ua

Кейс по продвижению видеоконтента

 promodo

ЦИТРУС

Созданная в 2006 году компания «Цитрус», является одним из лидеров по продаже продукции Apple и топовых гаджетов на украинском рынке. Работая только с наиболее интересными рынку устройствами, компания «Цитрус» ориентируется на активных клиентов, любящих технические новинки.

Будучи представленной сетью из более чем 30-ти магазинов по Украине, компания «Цитрус» дает возможность детально познакомиться с тем или иным устройством, поработать с ним и получить грамотную техническую консультацию от сотрудников магазина.

The screenshot displays the Citrus website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Компания', 'Карьера', 'Магазины Цитрус', 'Акции', 'Гарантия и доставка', 'Поддержка', and 'Пресс-центр'. The main header features the 'ЦИТРУС' logo, a search bar, and contact information for the city of Kharkiv: 'Ваш город: Харьков', '0 800 501 522', and 'Работаем для вас с 9:00 до 21:00'. Below the header is a green navigation menu with categories: 'Смартфоны', 'Планшеты и книги', 'Apple', 'Гаджеты', 'Аксессуары', 'Цитрус Сервисы', 'Распродажа', and 'Идеи подарков'. The central focus is an advertisement for the iPhone 6, showing the phone with a pink flower on the screen. The price is listed as 'от 12 999' (previously 15 999). To the right, a 'Бесплатная доставка' (Free delivery) banner includes a truck icon and the text 'Оплата при получении!' (Payment upon receipt). Below this, it states 'Бесплатно доставим ваш заказ:' (We will deliver your order for free:) followed by a list of delivery options: '• в ближайший магазин «Цитрус»', '• курьером домой или в офис', and '• в отделение «Новой Почты» без оплаты за «наложку!»'. A note mentions 'Получите подарок, сделанный с доставкой товара осуществляется за счет Продавца.' (Get a gift, made with delivery of the goods is provided by the Seller). At the bottom right, a large orange banner offers 'ПОЛУЧИ ПОДАРОК — 100 грн на бонусный счет!' (GET A GIFT — 100 UAH to the bonus account!). On the left side, there is a vertical advertisement for the Xiaomi Mi3, featuring a yellow arrow pointing to the phone and the text '#...БRENDAМ-'. Below the main iPhone 6 advertisement, there is a 'Лидеры продаж' (Best Sellers) section with three smaller phone images, each labeled 'ХИТ' (Hit). The right side of the page also features a vertical advertisement for the Xiaomi Mi3, with the text 'БЕРИ КСИОМИ!' (GET XIAOMI!) and technical specifications: '• Snapdragon 800', '• Adreno 330', and '• 3050 mAh'.

Задачи

Компания «Цитрус» регулярно создает множество превосходных видеороликов, которые помогают пользователям лучше понять преимущества и недостатки тех или иных гаджетов. Подобное видео является превосходным контентом, однако распространить его не так просто.

Перед нашим видео-проектом «Гаджетариум» стоят две ключевых задачи. С одной стороны, мы хотим **облегчить участь клиентам, выбирающим для себя нужный гаджет**. Например, сегодня очень популярны фитнес-трекеры, но выбрать подходящий именно мне браслет из десятка представленных на рынке, сложно было даже мне. Наш специальный выпуск «Гаджетариума» легко решает «проблему выбора» для клиента всего за 3-4 минуты.

Вторая не менее важная задача, это **знакомство украинцев с гаджетами**. Большинство из наших подписчиков раньше и представить не могли себе, что существует модель игрушечного автомобиля, работающего на водороде и управляемая с iPhone, ну или алкотестер подключаемый к смартфону, термометр для приготовления стейков, синхронизируемый с гаджетами по Bluetooth и т.д. В этом нам и помогли коллеги из Promodo, они показали наше нужное видео нужным людям.

Виктор Шолошенко
Директор по маркетингу
«Цитрус – гаджеты и аксессуары»



Методы продвижения видеоконтента не настолько глубоко изучены, а алгоритмы ранжирования видео существенно отличаются от поискового маркетинга. Таким образом, перед нами возникла нестандартная задача.



Александр Качковский

Руководитель отдела поискового маркетинга Promodo

Решение

В работе с видеороликами было определено несколько направлений работы:

- продвижение видео в основном поиске Google и Яндекс;
- продвижение видео в вертикальном поиске Google и Яндекс;
- продвижение видео в Youtube;

С технической точки зрения было выделено три ключевых направления работы:

- оптимизация видеороликов и канала для улучшения внутренних факторов ранжирования;
- работа с внешними факторами;
- внедрение в видео специальных элементов для стимулирования переходов на сайт (оверлеи и аннотации).

Оптимизация видеороликов и канала

Для улучшения **внутренних факторов** были проделаны следующие виды работ:

- по продвигаемым видео подобраны запросы, по которым их могли бы найти целевые посетители;
- связаны страницы Google+ и канала Youtube;
- на продвигаемые видео добавлены оптимизированные описания;
- заполнены метаданные и теги;
- внесены изменения в схему наименований роликов и т.д.

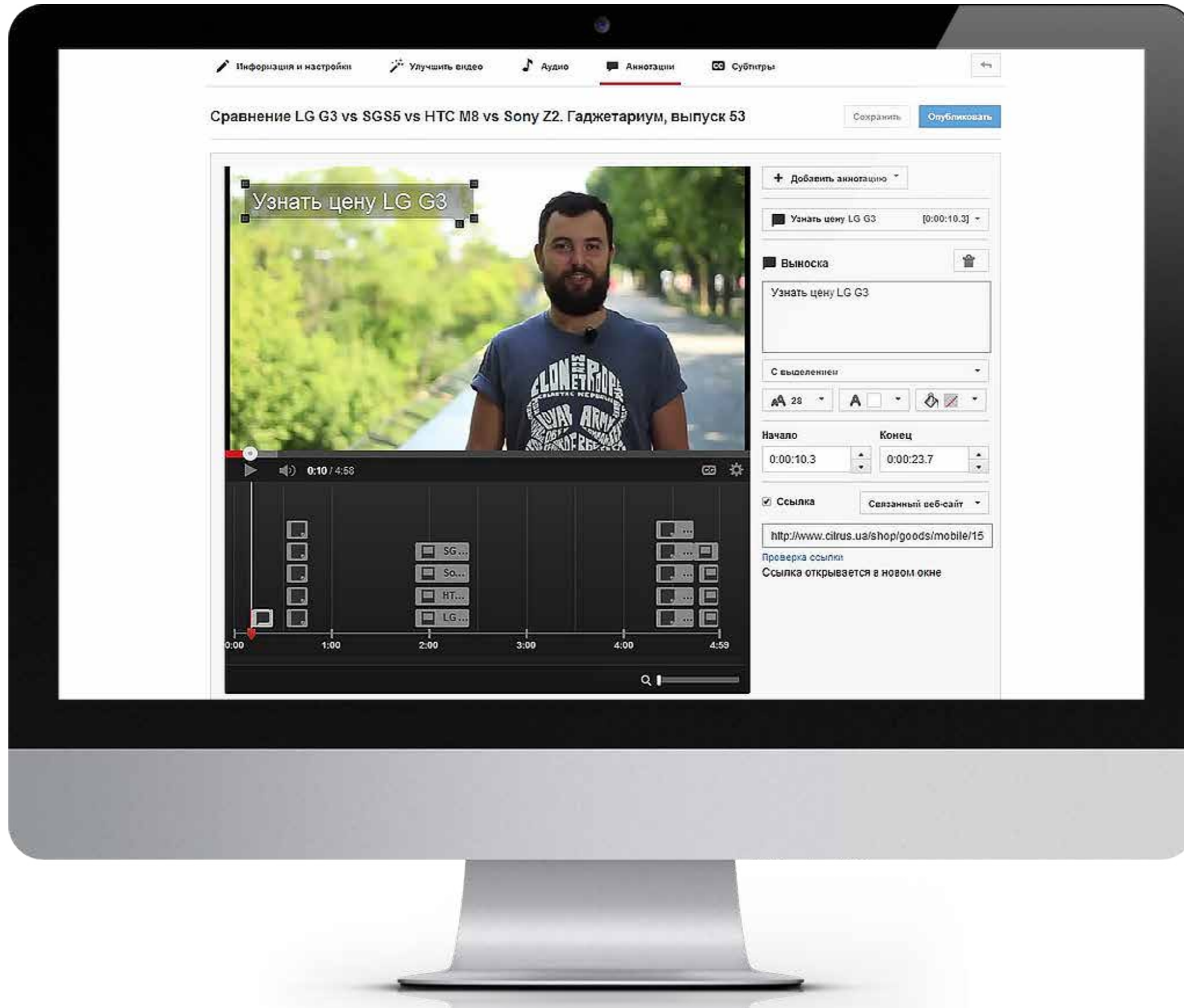
Работа с **внешними факторами** включала в себя такие мероприятия:

- подготовка статей с встроенными видео и их размещение на тематических порталах;
- распространение пресс-релизов со ссылками на видео;
- работа с инфоповодами и новостными сайтами, популяризация новостей с видео;
- продвижение видео в социальных сетях и работа с социальными сигналами;
- продвижение видео средствами контекстной рекламы и т.п.

Повышение количества переходов с видео на сайт «Цитрус» включало в себя:

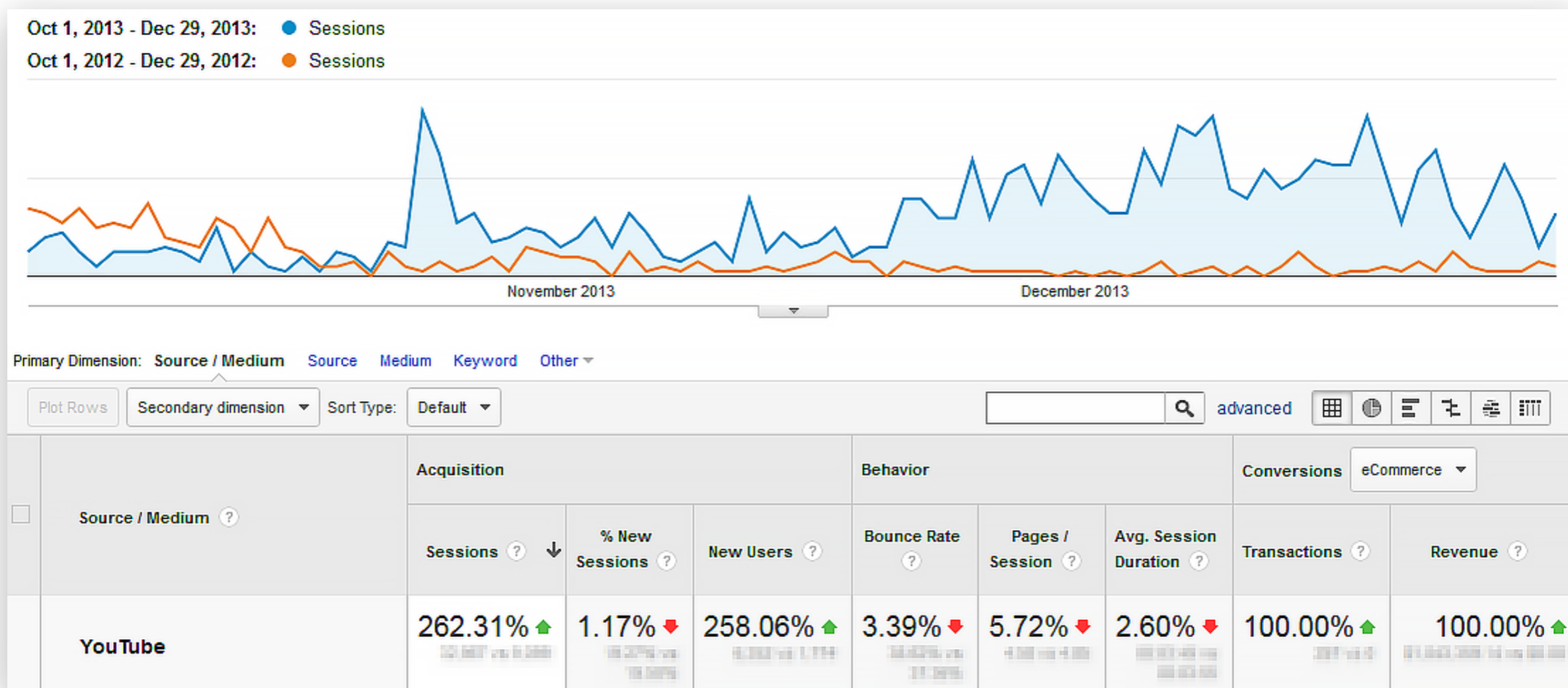
- внедрение в видео, так называемых, «оверлеев», небольших блоков со ссылками, которые появляются при просмотре видео;
- создание аннотаций;
- установка ссылок в описании видео.



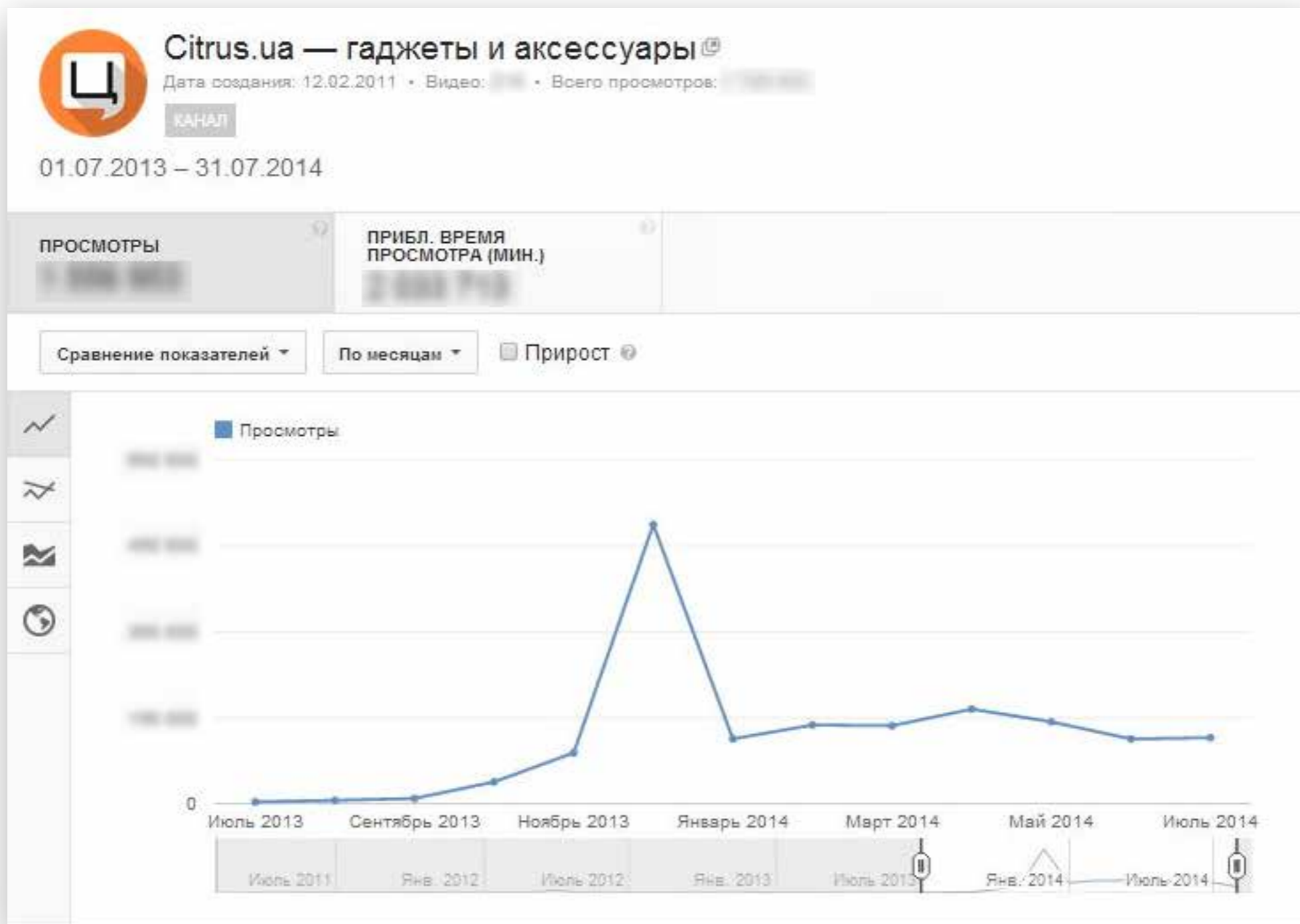


Результаты

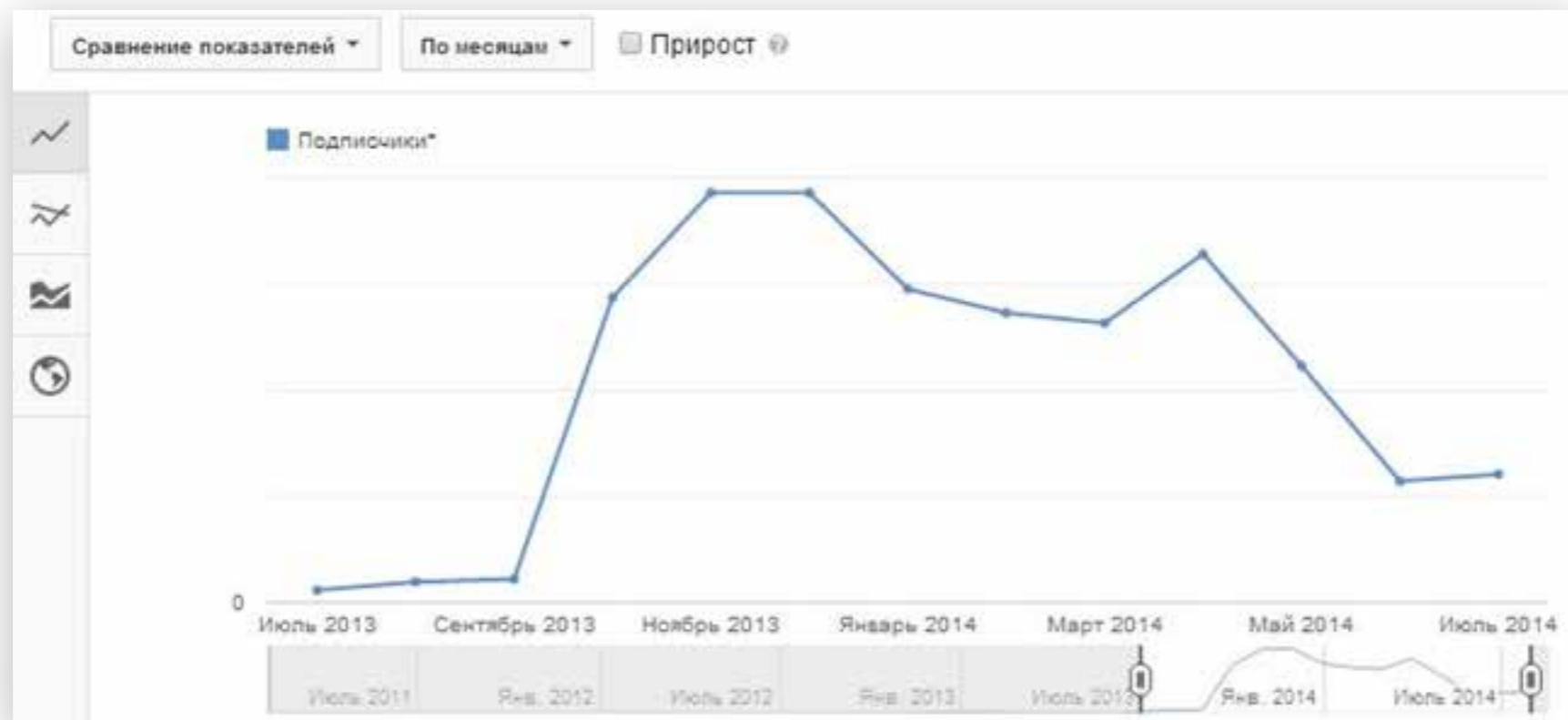
Уже в течение первых трех месяцев работ удалось существенно увеличить количество просмотров видеороликов до нескольких сотен тысяч в месяц. Несмотря на то, что ключевой метрикой в работе был именно охват, подобные результаты позитивно сказались и на посещаемости сайта и на продажах. Канал, который ранее давал очень мало переходов и не давал вообще дохода, вырос в несколько раз по посещаемости и принес несколько сотен продаж уже в первый квартал сотрудничества.



Каждый месяц видеоконтент компании «Цитрус» просматривают несколько сотен тысяч пользователей.



Канал «Цитрус» в Youtube начал набирать собственную аудиторию, увеличиваясь каждый месяц на несколько сотен подписчиков:



Уже в первые недели совместной работы наш видеоконтент стал значительно более востребованным. Его популяризация позитивным образом сказывается не только на наших онлайн-продажах, но и на продажах традиционной офлайн-розницы.

Мы увидели, что в умелых руках даже такой необычный подход к продвижению может давать по-настоящему зрелый результат.

Виктор Шолошенко
*Директор по маркетингу
«Цитрус – гаджеты и аксессуары»*



Составлено
в компании



Центральный офис:
Украина, г. Харьков, 61072,
ул. 23 августа, д. 31Б, офис 305
+38 (057) 752-54-62

Представительство в Киеве:
Украина, г. Киев, ул. Игоревская, 1/8
+38 (044) 201-10-21

www.promodo.ua