

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА – ПРОЕКТ «ГОЛОС ПРОФСОЮЗА»

ОТЧЕТ ПО ИТОГАМ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

1. Переход по кнопке – напрямую в чат-бот (в телеграмм).

<https://t.me/DprofOzdBot>

2. Период проведения рекламной кампании

С 10.03.2025 по 10.04.2025

3. Плановые и фактические показатели по показам и целевой ауд.

191 001 человек на Октябрьской железной дороге получили информацию в виде рекламы о чат-боте «ГОЛОС ПРОФСОЮЗА».

Активность потенциальной целевой аудитории в соц.сети Вконтакте оказалась ниже планируемой. На это влияют субъективные факторы личного выбора каждого зарегистрированного пользователя в соц.сети. Не все зарегистрированные пользователи, попавшие в предварительную целевую аудиторию, пользуются соц. сетями на регулярной основе, соответственно не могли получить данную рекламу.

Раздел	План	Факт	Результат
Целевая аудитория	434 000 чел.	191 001 чел.	44%
Показы	227 000	191 001	84%
Клики	3400	1859	55%

4. Интересы – сообщества в ВК, ключевые фразы.

Реклама транслировалась пользователям, которые интересуются сообществами и новостями с ключевыми фразами, указанными ниже.

ID кампании 9060649

Название кампании ГОЛОС ПРОФСОЮЗА – ЧАТ-БОТ ТГ

Фраза	Показы	Клики
Итого:	117 742	1 325
ржд	113 252	1 274
жд сайт	1 381	13
российская железная дорога	1 205	12
rzd	1 122	16
октябрьская железная дорога	625	8
рдж	96	1
сайт железной дороги	59	1
rzhd	2	0

5. География

Зеленым отмечены регионы с количеством показов более 1 000 раз.

ID кампании 9060649

Название кампании ГОЛОС ПРОФСОЮЗА – ЧАТ-БОТ ТГ

Регион	Показы	Клики
Итого:	167 623	1 680
Санкт-Петербург	108 733	1 157
Петрозаводск	13 626	119
Мурманск	8 576	93
Псков	4 421	23
Великие Луки	3 776	33
Костомукша	2 238	31
Кандалакша	1 923	18
Апатиты	1 590	13
Гатчина	1 542	22
Выборг	1 357	11
Сегежа	1 116	10
Кириши	1 105	9
Колпино	1 104	10
Мончегорск	1 002	7
Полярный	979	10
Пушкин	933	11
Кондопога	916	1
Сортавала	887	7
Всеволожск	886	9
Волхов	851	8
Оленегорск	757	5
Тихвин	733	4
Кировск	701	2
Луга	606	6
Тосно	562	5
Петергоф	554	4
Кингисепп	548	3
Медвежьегорск	547	4
Ковдор	528	12
Сосновый Бор	514	1
Приозерск	492	8
Североморск	470	5
Полярные Зори	454	2
Пикалево	406	5



190005, Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ,
ВН. ТЕР. Г. МУНИЦ. ОКРУГ ИЗМАЙЛОВСКОЕ,
ПР-КТ МОСКОВСКИЙ, Д. 25/1, ЛИТЕРА А, ПОМЕЩ. 13-Н
ОГРН 1207800061050, ИНН 7839127924, КПП 783901001
Северо-Западный ПАО Сбербанк БИК 044030653
р/с 40702810655000063038 к/с 30101810500000000653

ООО «ПЛАН БЮРО»

Тел. **+7981716 8800**

E-mail: info@plan-buro.ru

Сайт: www.plan-buro.ru

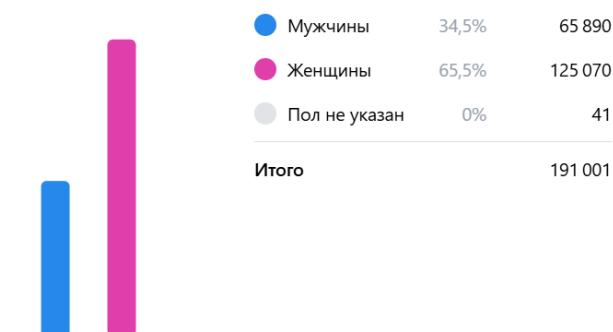
Ломоносов	369	2
Кировск	360	2
Сланцы	345	2
Бокситогорск	336	1
Заполярный	290	2
Кронштадт	253	2
Зеленогорск	166	1
Кола	53	0
Снежногорск	18	0

6. Демография рекламной кампании:

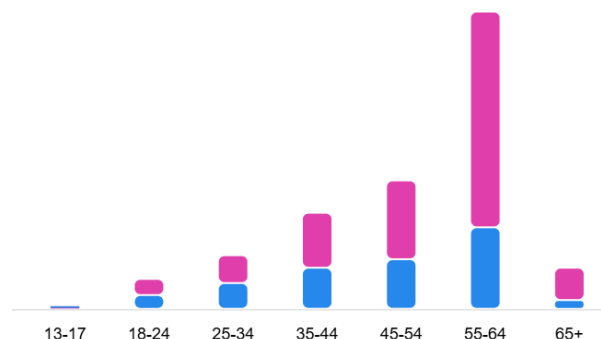
Большинство пользователей, получивших рекламу Чат-бота «Голос Профсоюза» и взаимодействующих с ней – женщины в возрасте 55–64 года.

Количество женщин в выборке целевой аудитории в 2 раза превысило количество мужчин. Причиной этому может являться меньшее количество мужчин, в выбранных регионах и связанных с работой в РЖД и Профсоюзе, которые пользуются соц. сетями.

Распределение по полу



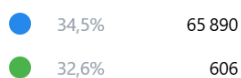
Распределение по возрасту



Показы

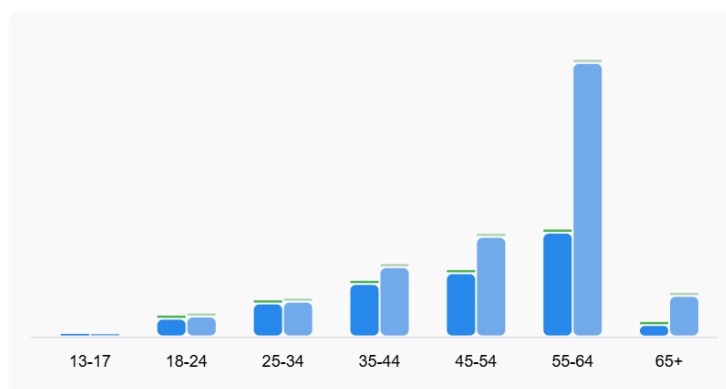
Клики

Все мужчины

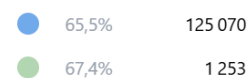


Цена за результат

0,00 Р



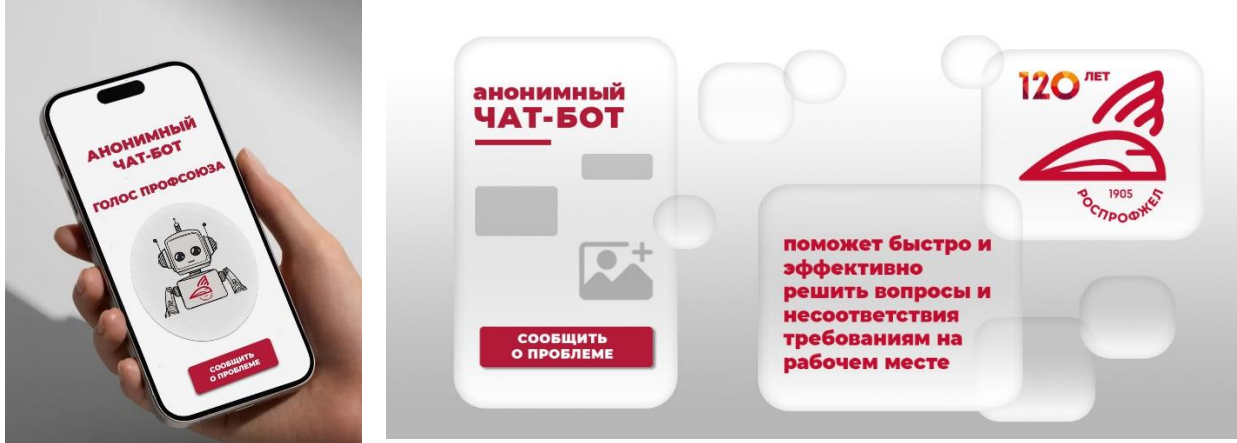
Все женщины



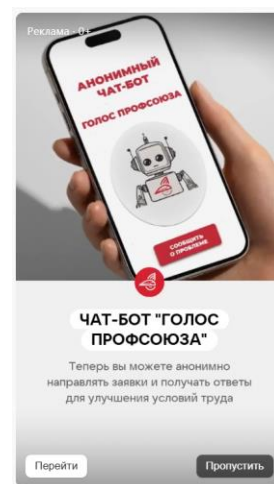
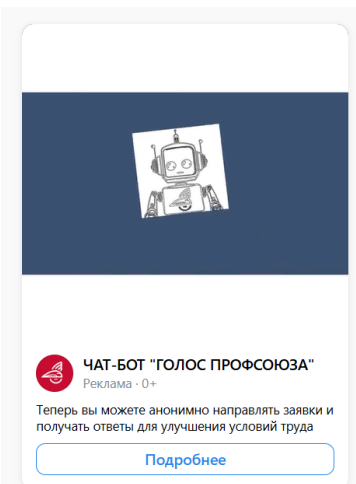
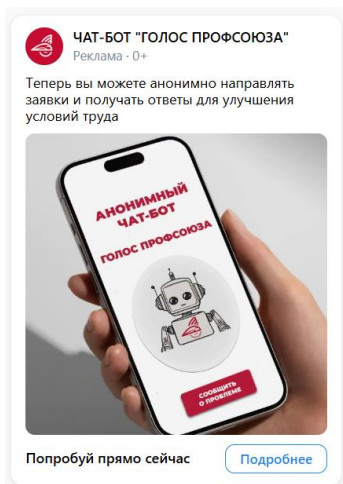
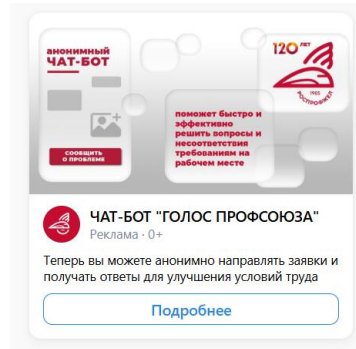
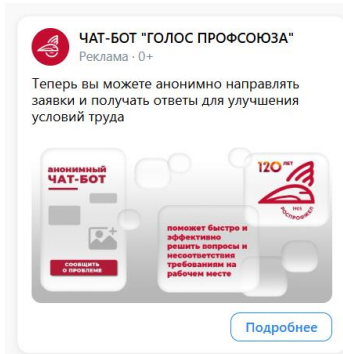
Цена за результат

0,00 Р

7. Используемые изображения, разработанные для рекламной кампании:



8. Форматы: фото и видео-баннеры (примеры)



9. Итоговая конверсия рекламной кампании.

Конверсия рекламной кампании (прямые переходы в чат-бот через рекламу) составила около 1% при норме 1–3%.

С учетом того, что кампания носила информационный характер, чтобы познакомить как можно большее количество пользователей из целевой аудитории с новым сервисом Профсоюза, целесообразнее учитывать общее количество показов рекламы, так как информация о чат-боте получили 191 001 человек на Октябрьской железной дороге.

Дальнейшее информирование членов Профсоюза рекомендуется проводить как онлайн, посредством таргетированной рекламы, так и офлайн: информационными листами на стендах предприятий, а также озвучивать на общих собраниях, пленумах информацию о работе Чат-бота и позитивных результатах решения запросов членов Профсоюза посредством этого инструмента.

