

# Продвижение страхования для питомцев

Пульс.Питомец от страховой  
компании «Пульс»



# Вводные данные

## Клиент

Страховая компания «Пульс»

## Задачи

- Повышение узнаваемости бренда
- Дополнительный источник заявок

## Вызовы

- Новый продукт. Низкий уровень знания среди ЦА, низкий осознанный спрос
- Сложная форма заявки: перед заполнением необходимо авторизоваться через мобильный телефон

## Период

Декабрь 2022



# Подход - комплексное продвижение

Influencer-маркетинг как brandformance-инструмент и медийная поддержка performance-каналам: Яндекс.Директ, VK, myTarget.

- #1** Задействовали блогеров различных тематик: блогеры-эксперты, лайфстайл-блогеры с животными, блогеры-персонажи. Несмотря на то, что каналы таких экспертов часто небольшие (до 100 тыс. подписчиков), и не все из них готовы давать рекламу, в таких каналах – самая высокая концентрация целевой аудитории бренда.
- #2** Для каждой тематики и площадки определили свой формат. Telegram - пост с фото. В Instagram\* комплексный набор: Reels/пост, серия Stories, закрепки в актуальном на 7 дней. У некоторых блогеров задействовали обе площадки, чтобы обеспечить кроссплатформенное присутствие.
- #3** При формировании подборки блогеров уточняли знакомство со страховым продуктом для питомцев и опыт работы с ушедшими игроками (часть инфлюенсеров имела активный опыт размещений).
- #4** Для повышения вовлеченности аудитории предлагали уникальный промокод от блогера.

\* Принадлежит Meta – организации, запрещенной на территории РФ

# Инструменты



## Telegram

- Высокая доля «премиальной» платежеспособной аудитории\*\*
- Высокая эффективность «продающих постов»: аудитория открыта для рекламы

### Формат

Пост с фото – личный пост с фото блогера, где на фото он выбирает себе программу страхования

### КРІ

- Основной: просмотры поста
- Дополнительные: переходы на сайт, конверсии

\*  
\*\* Принадлежит Meta – организации, запрещенной на территории РФ  
Исследование аудитории Telegram 2021. Telegram Analytics. (tgstat.ru)

## Instagram\*

- Высокое доверие подписчиков
- Дополнительный охват благодаря Reels: видео может стать вирусным

### Формат

Reels/пост + серия Stories + закреп Stories в актуальном на 7 дней. Нам был важен закреп Stories, так как в посте и Reels нет возможности поместить ссылку на сайт. В описании к ролику или посту блогер указывал «Подробнее в закрепленных Stories» или «Ссылка в Highlights».

### КРІ

- Основной: охват
- Дополнительные: переходы на сайт, конверсии

# Стратегия

## #1 Качественные характеристики

Тематика: блогеры-эксперты, лайфстайл-блогеры с животными, блогеры-персонажи  
Строгое соответствие критериям Brand safety (нецензурная лексика, реклама азартных игр, реклама конкурентов и т.д.)

## #2 Количественные характеристики

- Показатель вовлеченности аудитории в контент (ER не менее 1%)
- Отсутствие накрученной аудитории (ручная проверка)
- Стоимость 1000 контактов с целевой аудиторией блогера до 2 000 руб.

## #3 Соответствие духу бренда

- Подбор блогеров, чей образ и контент отвечают настроению бренда



# Результаты

## Реальный охват превысил прогноз на 23%

- Зафиксированы репосты рекламных публикаций: подписчики пересылали пост себе в «Избранное» или друзьям. Формат Reels принес дополнительный органический охват.
- Пользователь переходил на сайт (CTR = 0,28%), кликал по кнопке «Рассчитать стоимость страховки» (CR = 49%), затем авторизовался с помощью номера телефона (CR из переходов в авторизацию = 23,45%), и далее шел по воронке. CR из переходов на сайт в успешный платеж – 1,62%.
- Самый успешный канал по CPL
- Лучше всего отработали блогер-персонаж и блогер-эксперт

6

блогеров

584 500+

просмотров

1608+

переходов

