BALANDIN/AGENCY

# Продвижение локальных услуг

## Коммерческое предложение Balandin Agency

В локальных услугах решает не охват, а плотность спроса вокруг точки. Настраиваем гео, режем нецелевые районы, считаем стоимость клиента относительно среднего чека — и масштабируем только то, что окупается

**$664 780**

выручка сервиса выкупа золота при окупаемости 153%

**1173%**

окупаемость ритейлера кухонных шкафов в США при чеке $5 490

**410%**

окупаемость ресторана в Нью-Йорке на банкетных заявках

# Где локальный бизнес теряет деньги

### Заявки есть, а до точки не доезжают

Широкое гео даёт дешёвые лиды из соседних областей. Режем радиус до реальной зоны обслуживания.

### Считаете цену лида вместо цены клиента

В услугах с чеком в тысячи долларов «дорогой» лид окупается одной сделкой. Считаем экономику от чека, а не от CPL.

### Сезон и день недели ломают план

Спрос на локальные услуги пульсирует. Разносим бюджет по расписанию спроса вместо ровной суточной откртки.

### Заявки теряются между рекламой и телефоном

Подключаем сквозной учёт: видно, какая кампания привела человека, который дошёл до оплаты, а не просто оставил номер.

# Что делаем, чтобы реклама окупалась кассой

### Режем гео до реальной зоны обслуживания

Широкое гео даёт дешёвые лиды, которые не доезжают до точки. Определяем радиус, откуда люди реально приезжают, и отключаем всё за его пределами.

### Считаем экономику от чека

Допустимая цена клиента выводится из среднего чека и маржи, а не из рыночного CPL. В мебельной нише лид за $59 дал покупателя за $431 при чеке $5 490 — окупаемость 1173%.

### Смотрим на целевые заявки из вашей CRM

Технический лид обманывает: воронка с лидом по $2,5 может проигрывать воронке с лидом по $10. Выгрузка статусов из CRM показывает, какая связка приводит клиентов, — на сервисе найма ассистентов это развернуло выбор воронки и дало окупаемость 145%.

### Офферы под локального клиента

Скидка, срок, гарантия, выезд на замер — тестируем, что реально двигает человека в вашем городе, и масштабируем связку, которая доводит до сделки, а не до звонка.

# Результаты клиентов

## Кухонные шкафы, Хантсвилл (США)

Дорогие лиды окупились чеком $5 490 — ROMI 1173%

| | |
|---|---|
| $11 646 | 196 |
| Расход | Заявки |
| $148 230 | 1173% |
| Выручка | Окупаемость |

## $107 460 выручки с окупаемостью 618% для магазина гранитных столешниц в США

Привели 54 покупателя столешниц — окупаемость 618% за пять месяцев

| | |
|---|---|
| $14 977 | 292 |
| Расход | Заявки |
| $107 460 | 618% |
| Выручка | Окупаемость |

## Реклама банкетов для итальянского ресторана в Бруклине (США)

Дорогой лид окупился банкетами — продажи впятеро выше бюджета

| | |
|---|---|
| $23 536 | 362 |
| Расход | Заявки |
| $120 000 | 410% |
| Выручка | Окупаемость |

# Результаты клиентов

## Реклама окупила расходы в 3 раза за 1 месяц для детской футбольной школы в Бруклине, Нью-Йорке

Самая дешёвая заявка оказалась самым дорогим клиентом

| | |
|---|---|
| $988 | 117 |
| Расход | Заявки |
| $3 996 | 304% |
| Выручка | Окупаемость |

## MoneyGold (выкуп золота)

Аудитория не искала ломбард — нашли её креативом, а не таргетингом

| | |
|---|---|
| $262 683 | 14 338 |
| Расход | Заявки |
| $664 780 | 153% |
| Выручка | Окупаемость |

## Jewish Point (синагога Тель-Авив)

Пожертвования холодным трафиком — кампания окупилась на 152%

| | |
|---|---|
| $750 | 28 |
| Расход | Пожертвования |
| $1 890 | 152% |
| Выручка | Окупаемость |

BALANDIN/AGENCY

## Цена

# от $1 000 в месяц

Рекламный бюджет оплачивается отдельно, минимум $3 000 в месяц.

## Контакты

egor@balandin.agency

Telegram @balandin_egor

Созвон 30 минут

Все кейсы