

# Как с помощью брендформанс продвигать сложные продукты в EdTech

**Анна Старчихина**

Директор по маркетингу и продажам  
образовательной платформы Нетология



# Анна Старчихина

В маркетинге более 14 лет,  
руководжу командой из 180+ человек

 a.starchihina@netology.ru

 t.me/Anetts



# О чем поговорим

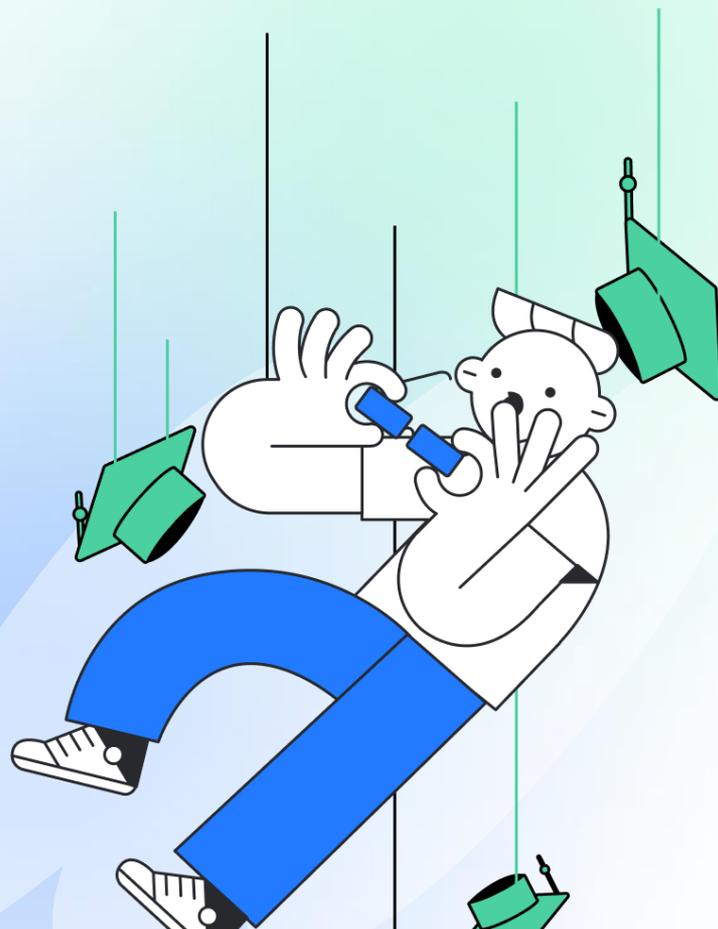
- ✦ Что нас мотивировало сделать упор на брендформанс и как ощущал себя маркетинг в EdTech в последний год
- ✦ В чем мы ошиблись, и не один раз
- ✦ Как нашли идеальную для нас связку каналов брендформанс
- ✦ И как измеряем результат



# EdTech и 2022 год

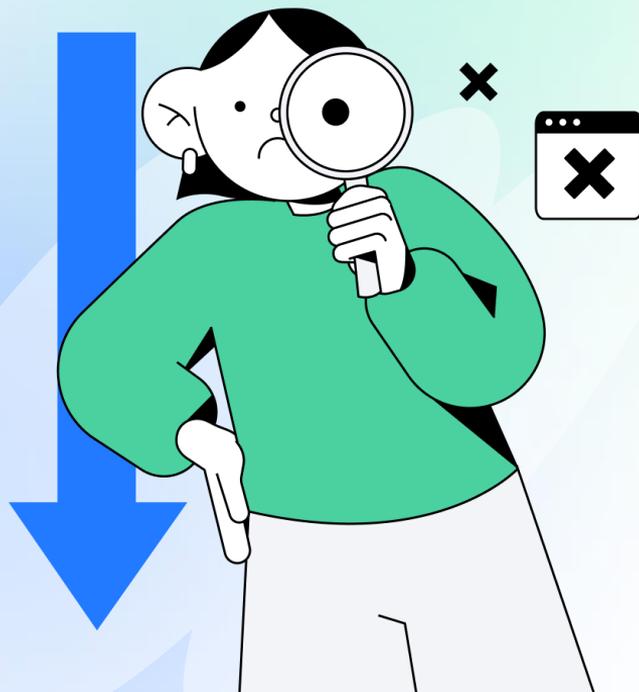


В марте упал спрос на несколько направлений обучения



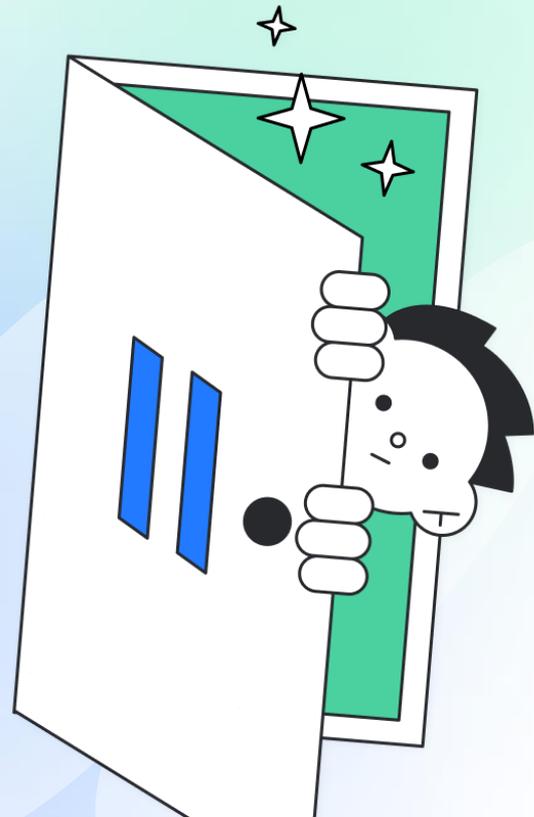
# EdTech и 2022 год

- ↓ В марте упал спрос на несколько направлений обучения
- ⚡ **Перестройка маркетинга: блокировка рекламных сервисов Google и Meta и потеря 25% трафика**



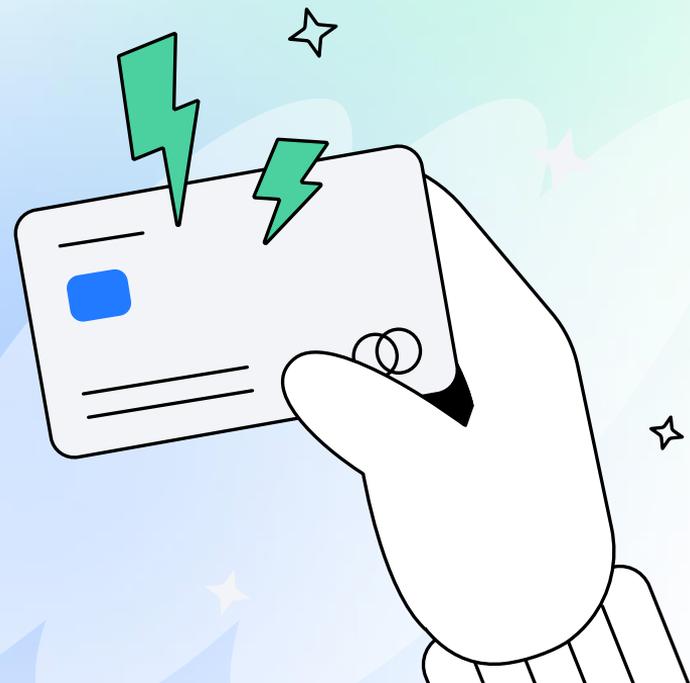
# EdTech и 2022 год

- ↓ В марте упал спрос на несколько направлений обучения
- ⚡ Перестройка маркетинга: блокировка рекламных сервисов Google и Meta и потеря 25% трафика
- ⏸ **Запуск новых продуктов временно приостановлен**



# EdTech и 2022 год

- ↓ В марте упал спрос на несколько направлений обучения
- ⚡ Перестройка маркетинга: блокировка рекламных сервисов Google и Meta и потеря 25% трафика
- ⏸ Запуск новых продуктов временно приостановлен
- ⊗ **Появилась сложность оплат продуктов с международных карт**



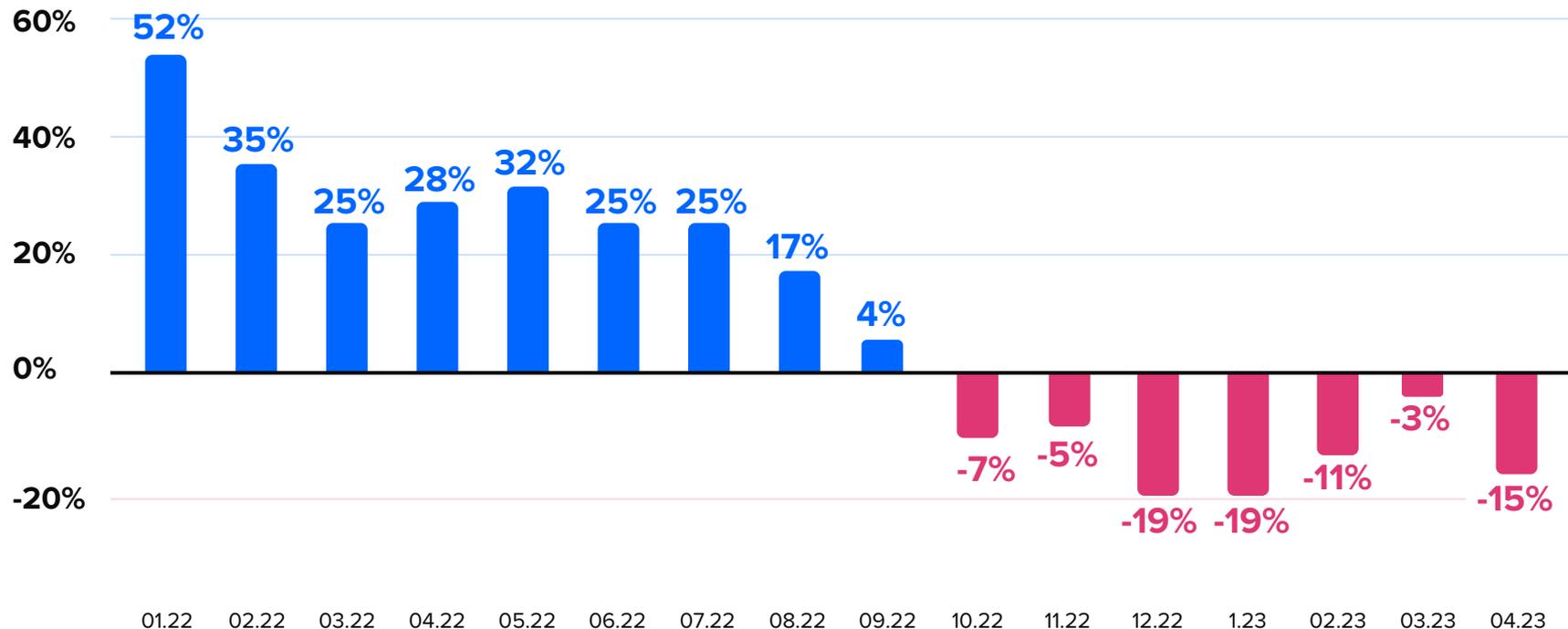
# EdTech и 2022 год

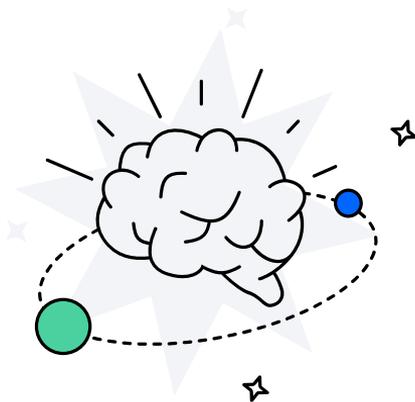
- ↓ В марте упал спрос на несколько направлений обучения
- ⚡ Перестройка маркетинга: блокировка рекламных сервисов Google и Meta и потеря 25% трафика
- ⏸ Запуск новых продуктов временно приостановлен
- ✕ Появилась сложность оплат продуктов с международных карт
- ↑ **Вырос спрос на курсы по ИТ-профессиям**



# EdTech и 2023 год

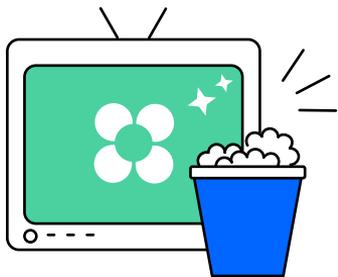
График падения спроса год к году с октября 2022





**Надо было что-то делать**

# Сосредоточились на



ТВ-кампании и их связка  
с медийной рекламой  
и ретаргетингом



Подключение  
брендовых нестандартных  
спецпроектов: тесты,  
геймификация,  
обыгрывание боли ЦА



Механика промокодов  
и постоянные косвенные  
касания с брендом  
в воронке

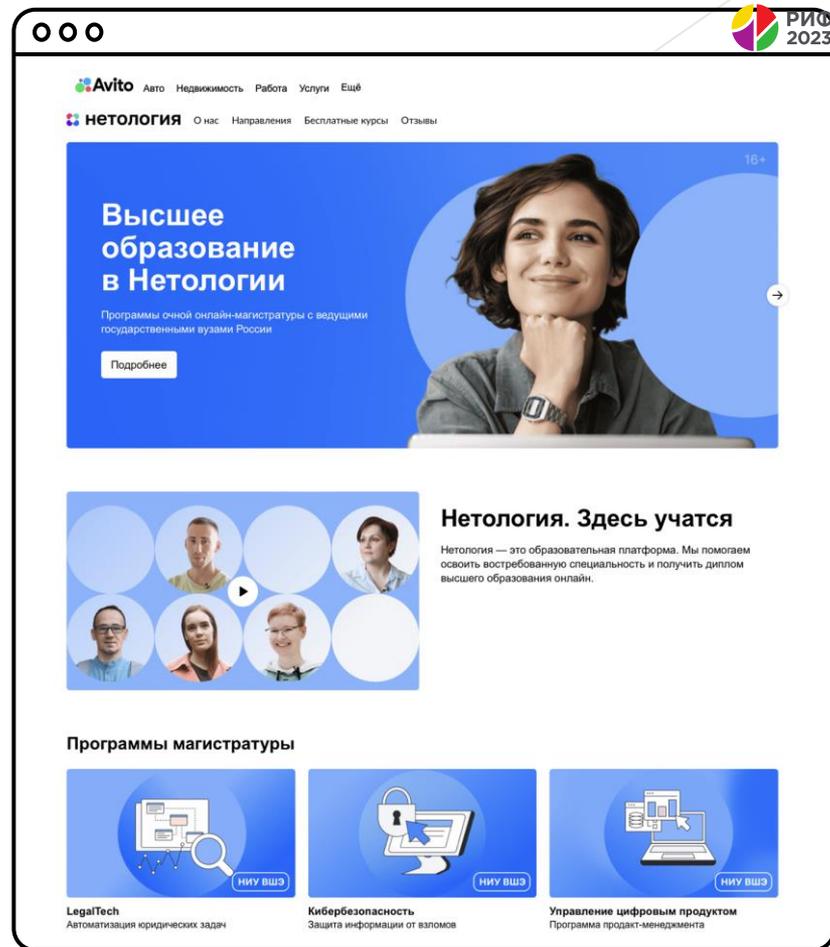


**В начале был ряд  
неудачных тестов**

# Авито и продвижение слишком узкого направления обучения

Запуск брендированной страницы  
для направления:

- ★ Презентация программ
- ★ Истории студентов
- ★ Привлечение на бесплатные курсы Нетологии



# Что пошло не так

Результаты:

**21 млн.**

показов

**CPM 44р**

с частотой 3,7 млн.  
охватов

**CTR**

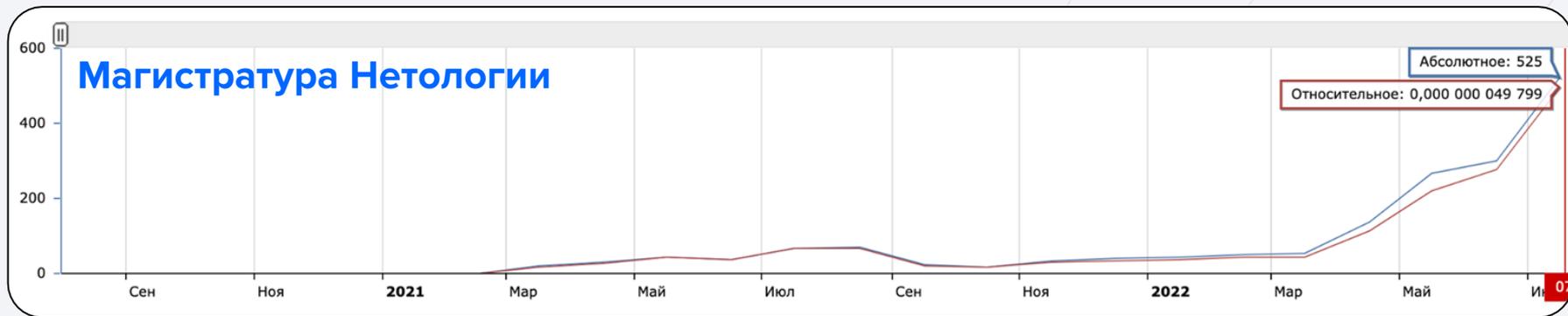
**0,11%**

**600**

очень холодных  
человек



# Но были и плюсы

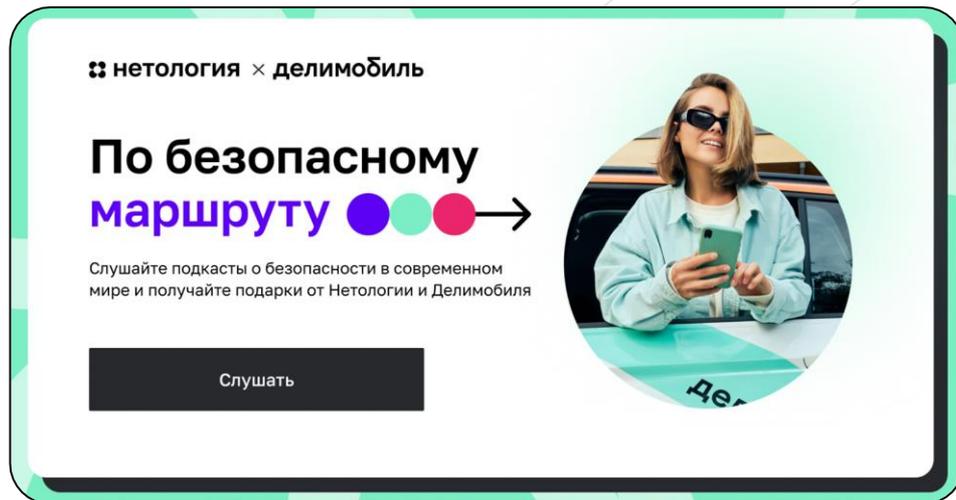


# Не попали в нужную ЦА

Запустили дорожный подкаст  
с подарками от Нетологии

## Что пошло не по плану:

- ✦ Более 30% аудитории оказались водителями такси, которым наш подкаст был совершенно не интересен
- ✦ Мало прослушивателей и заинтересованных в обучении людей



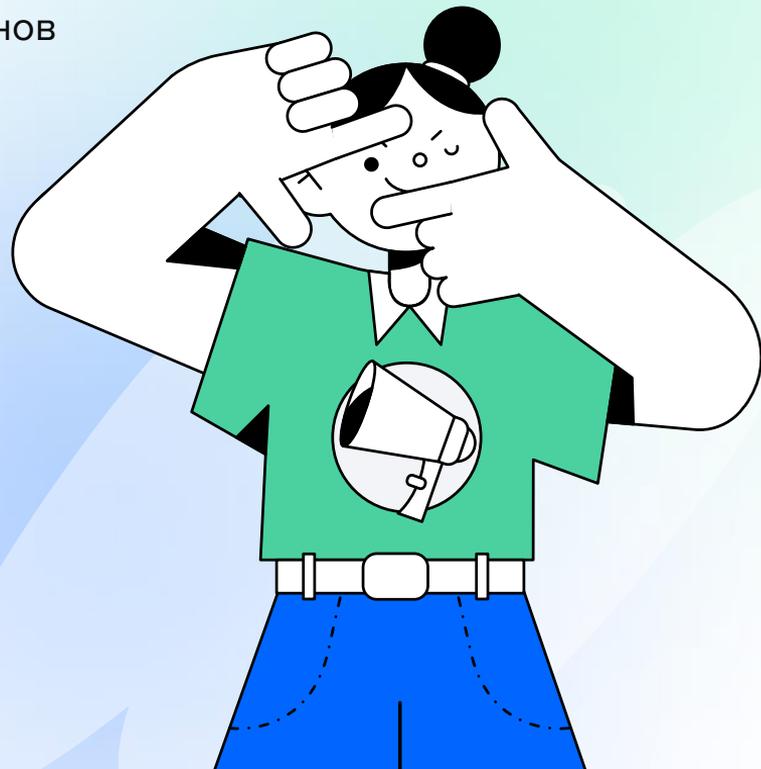


**Урок усвоили и сделали  
акцент на эффективных  
проектах**



# Что сделали

- ✓ Запустили несколько ТВ-флайтов в течение года
- ✓ Впервые масштабно вышли на аудиторию регионов с охваткой и дополнительным промо (15 городов миллионников)
- ✓ Запустили микс из digital- и офлайн-каналов: аудиореклама, баннеры, внутренние спецпроекты, мерч, инфлюенсеры, онлайн-кинотеатры
- ✓ Для догрева холодной аудитории использовали связку медийной рекламы + ретаргетинга на сегменты аудитории тех, кто видел баннеры/ТВ



# Результат

**2-3 мес.**

на раскрытие воронки

**ROMI 320%**

держится на уровне

**1 375 000**

брендовых запросов

# Результат

**2-3 мес.**

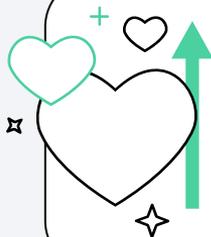
на раскрытие воронки

**ROMI 320%**

держится на уровне

**1 375 000**

брендовых запросов



**Рост** в рамках  
замеров **Brand  
health tracking**

**8%**

top of mind

**11%**

спонтанное  
знание бренда

**36%**

наведенное  
знание

# Результат

**2-3 мес.**

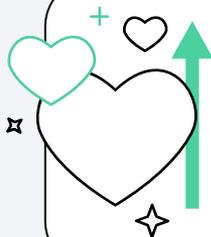
на раскрытие воронки

**ROMI 320%**

держится на уровне

**1 375 000**

брендовых запросов



**Рост** в рамках  
замеров **Brand  
health tracking**

**8%**

top of mind

**11%**

спонтанное  
знание бренда

**36%**

наведенное  
знание

**В ТОП-3 отрасли**

вышла компания по уровню  
знания бренда на конец 2022 года

**На 24%**

выросла узнаваемость  
Нетологии в регионах

# Спецпроект с Aviasales

Генератор с нестандартными профессиями будущего

**24 тыс.**

персонализированных результатов  
в генераторе для пользователей

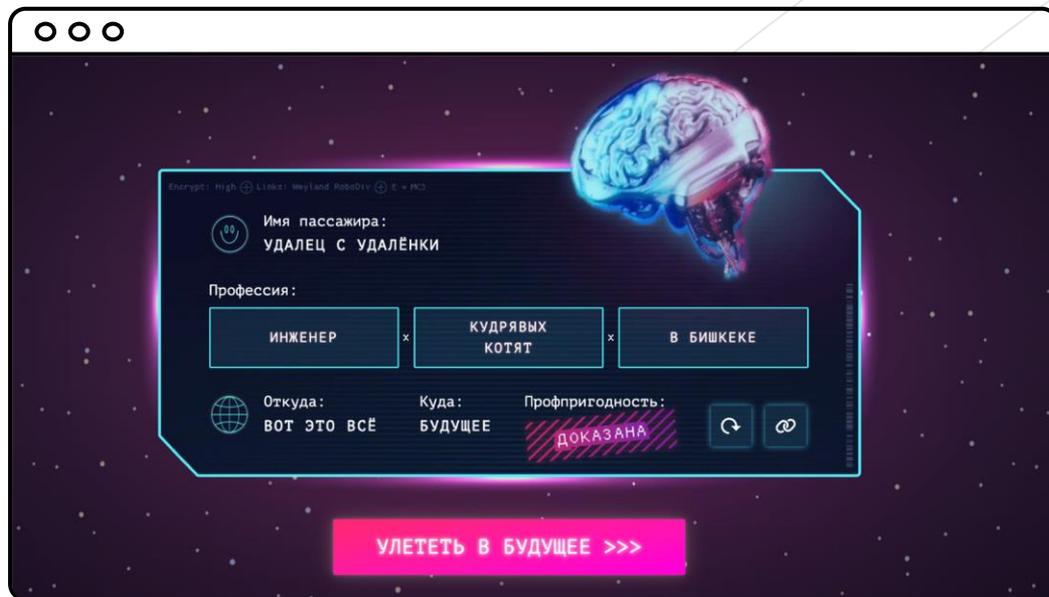
**20 млн.**

показов

**7 тыс.**

шеров лендинга

**ROMI 857%**



Заработали более

**20 000 000 руб.**

# Сотрудничество с подкастами



**82 000**

Прослушиваний эпизода

**2 млн. руб.**

Сумма покупок по промокоду

Рубрика про развития технологий в криминалистике



**316 000**

Прослушиваний сезона

**1 млн. руб.**

Сумма покупок по промокоду

Совместный сезон про Чикатило из пяти выпусков



**19 000**

Прослушиваний эпизода

**1 млн. руб.**

Сумма покупок по промокоду

Креативная рубрика «Пере придумала»



**310 000**

Прослушиваний

**1,1 млн. руб.**

Сумма покупок по промокоду

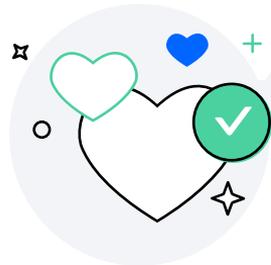
Рубрика про перемены в жизни

# Что помимо выручки подкасты приносят бренду



## Выход на новую аудиторию

с которой бренд не соприкоснулся бы в других каналах



## Получение лояльных к бренду слушателей

через доверие к любимым ведущим



## Рост знания бренда

за счет касания со слушателем в нескольких выпусках подряд



## Рост органического трафика



**Проекты — это хорошо,  
но что там с ЦА и метриками?**

# На какие метрики ориентируемся и как измеряем эффект

- ★ Брендовые запросы (органика и контекст)
- ★ Переходы с сайта нетология.рф (с ТВ рекламы)
- ★ Замеры Brand Health Tracking на знание и узнаваемость бренда
- ★ Рост в Яндекс.Метрике поисковых запросов по категориям продукта
- ★ Сроки раскрываемости воронки пользователей
- ★ Количество использований промокодов

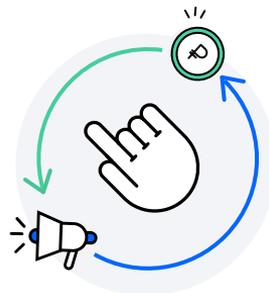
# К чему все это привело



## Выросли по SEO

Системная работа до 2022 + перетекание трафика из Google

**Рост трафика год к году на 65%**



## Спецпроекты

Пересмотрели подходы и увеличили прибыль с канала — **на 600%** в сравнении с 1 кварталом 2022



**Протестировали более 30 новых источников трафика**

**Рост трафика x4 год к году**



**Сильно выросли по брендовым запросам и замерам Brand Health Tracking**

**+52%**

рост органического трафика  
на начало второго квартала  
2023 года YoY

# Выводы и советы для построения брендформанс

## Второе дыхание

При падающем спросе на продукт брендформанс может помочь увеличить трафик и количество заявок

## Горячий чай

Поскольку брендформанс чаще всего приводит холодные лиды, важно выстроить систему прогрева аудитории

## Касайтесь

Глубже работать с бесплатной воронкой

## Анализируйте

В брендформанс очень важна выстроенная система аналитики внутри, которая позволит отслеживать все этапы воронки

# Вопросы?



t.me/Anetts



a.starchihina@netology.ru

**Анна Старчихина**

Директор по маркетингу и продажам  
образовательной платформы Нетология

