



**Кейс: Более 50 000 новых заказов  
в Food-Tech сервисе России**

# О КЕЙСЕ

## Клиент:

Российский food-tech сервис с зоной присутствия в крупных регионах России (NDA)

## Задачи:

Привлечь новых пользователей, увеличить выручку и долю повторных заказов, используя нестандартные инструменты привлечения

## Период:

Январь 2020 - настоящее время

# РЕЗУЛЬТАТЫ

С использованием разных каналов в продуктах на iOS и Android мы привлекли:

100 000+

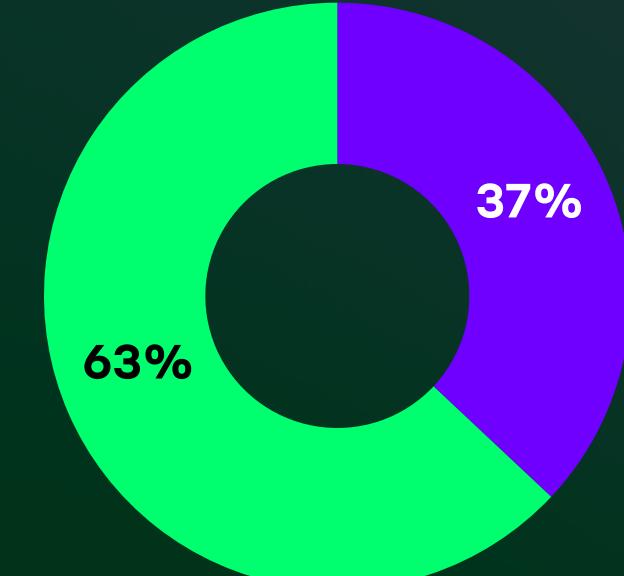
Новых заказов

500 000 000+

Млн рублей выручки

1 500 000+

Установок



iOS – 37%

Android – 63%

# ИДЕЯ

Предлагать клиенту новые и эффективные инструменты, соответствующие трендам рынка мобайла

# ЭТАПЫ

2020 год

Активный рост аудитории TikTok

- 1 Переработали креативную коммуникацию совместно с командой клиента
- 2 Стартовали бета-тесты различных форматов оптимизаций в TikTok Ads
- 3 Успешно масштабировали кампании с оптимизацией на событие первого заказа
- 4 Постоянно оптимизировали и прорабатывали новые креативные идеи



# ЭТАПЫ

2021 год

Масштабирование трафика за счет In-App источников

- 1 Успешные креативные подходы перевели в каналы премиум ин-апп (Mintegral, Vungle, Unity, AppLovin)
- 2 Обучили и набрали достаточное количество событий для оптимизации каналов
- 3 Собрали объемные блэк и вайтлисты площадок, что помогло масштабировать закупку и сфокусировать ее на окупаемость в рамках САС

# ЭТАПЫ

2022 год

Рост объемов закупки в DSP

- 1 Обучили кампании по CPI и CPA с оптимизацией на все этапы воронки  
(вторые и последующие заказы)
- 2 Провели детальную аналитику данных по источникам в разрезе CRM клиента  
(корректность и частотность заказов, отсутствие дублей на стороне клиента,  
каннибализация трафика)
- 3 Оптимизировали каждую из DSP на снижение доли "фрогда", оставив  
источники, приносящие реальные и качественные заказы (в соответствии  
с внутренними чеклистами, данными из CRM, фрод-аналитикой Adjust и  
сторонними антифрод-системами)

# ЭТАПЫ

2023 год

Фокус на OEM-трафик

- 1 Проработали стратегию развития продукта клиента в Mi Ads и Petal Ads
- 2 По результатам оптимизации отобрали самые эффективные по всем этапам воронки продукты экосистемы смартфонов, в которых масштабировали закупку со снижением на 15% показателей САС (в сравнении с другими каналами)
- 3 Активно тестируем новые форматы и новые оптимизационные стратегии в источниках (закрытое бета-тестирование)

# ТАКИМ ОБРАЗОМ ...

“

...мы всегда являемся для клиента надежной опорой для тестирования новых источников, которые в дальнейшем масштабируем и превращаем в фокусные каналы закупки трафика, что и позволяет клиенту развиваться и расти вместе с нами уже несколько лет

Игорь Слинкин,  
Стратегический директор 2LEADS

”



2LEADS

**Спасибо!**



[hello@2leads.com](mailto:hello@2leads.com)



[@agency2leads](https://t.me/@agency2leads)



<https://2leads.com>