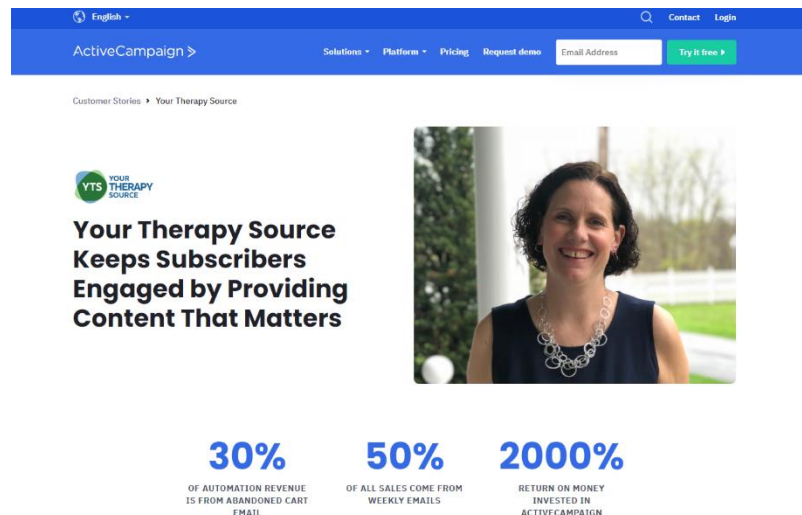


## 1. Elektron pochta marketingi misoli: ActiveCampaign

Agar siz elektron pochta o'tmishdagi vosita deb hisoblasangiz, yana bir bor o'ylab ko'ring. **ActiveCampaign**da bizda buning aksini isbotlovchi yuzlab so'nggi amaliy tadqiqotlar mavjud. Masalan, Sizning Terapiya Manbaingiz oddiy marketing avtomatlashtirishdan foydalangan holda kampaniyalarimizdan 2000% sarmoya daromadini oladi.



Xususan, asosiy tashlab ketilgan savat elektron pochta avtomatlashtirishlar tomonidan yaratilgan barcha daromadlarning taxminan 30% ni tashkil qiladi. ActiveCampaign bilan buni sozlash juda oson. Woo Commerce, Shopify va boshqalar kabi asosiy elektron tijorat platformalari bilan integratsiyalashuvdan foydalan mumkin.

**2. Instagram marketing misoli:** Agar kiyimdagi barcha eng yaxshi Instagram akkauntlarini ko'rib chiqsangiz, Converse raqobatchilardan ko'ra ancha yuqori ishtirok darajasiga ega. 1,79% da, ularning ijtimoiy tarmoqdagi postlari **Nikega** qaraganda 15 baravar yuqori organik ishtirokga ega.

boomsocial

Add Page | | 0

Query

SEARCH

Login

E-Mail address

Password

login

☒ remember me | [forgot password](#)

sign up

PREMIUM REPORTS & ANALYSES

Purchase Industry Analysis Custom Report

Details of Premium Analyses

Default Country United States

INSTAGRAM

Industry Statistics

All

Home Page > Instagram > United States > Clothing

United States Clothing All Sectors

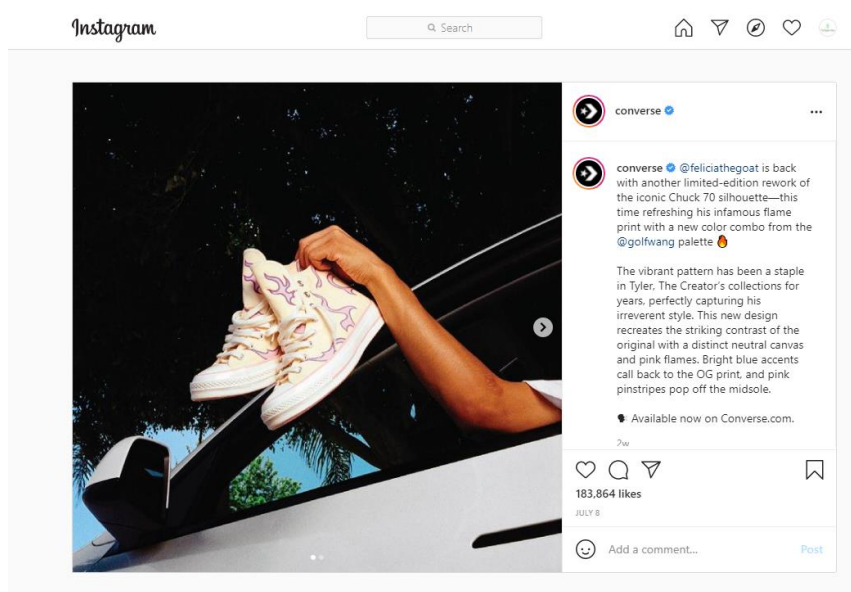
Instagram | Clothing Industry Accounts

	Instagram account	Followers	Media	WG	WG (%)	ER (%)
	Nike	163,226,936	793	1,407,280	0.87%	0.11%
	H&M	37,211,143	6,378	17,462	0.05%	0.13%
	Prada	27,001,455	6,484	44,472	0.16%	0.17%
	Jordan	22,061,406	422	34,110	0.15%	0.22%
	Calvin Klein	21,396,810	6,199	15,566	0.07%	0.19%
	vans	17,389,113	4,251	-8,711	-0.05%	0.36%
	Michael Kors	16,204,915	5,690	16,687	0.10%	0.08%
	forever21	14,702,725	12,467	-10,709	-0.07%	0.03%
	Tommy Hilfiger	13,676,273	3,102	-4,392	-0.03%	0.16%
	Tiffany & Co.	12,386,598	2,028	16,936	0.14%	0.22%
	MANGO	12,335,155	4,661	17,737	0.14%	0.08%
	Converse	10,184,113	546	3,893	0.04%	1.79%
	Urban Outfitters	9,241,794	13,344	-3,977	-0.04%	0.35%

Converse

Nima sababdan? Keling, ular ushbu raqamlarga qanday erishishlarini batafsil ko'rib chiqaylik:

**Conversening** eng yaxshi Instagram postlarini ko'rib chiqsangiz, siz tezda tendentsiyani sezasiz. Nufuzli ijodkorlar va rassomlar bilan hamkorlik qilish - so'nggi paytlarda Ijodkor Tayler - boshqa darajadagi ishtirokga ega bo'ladi.



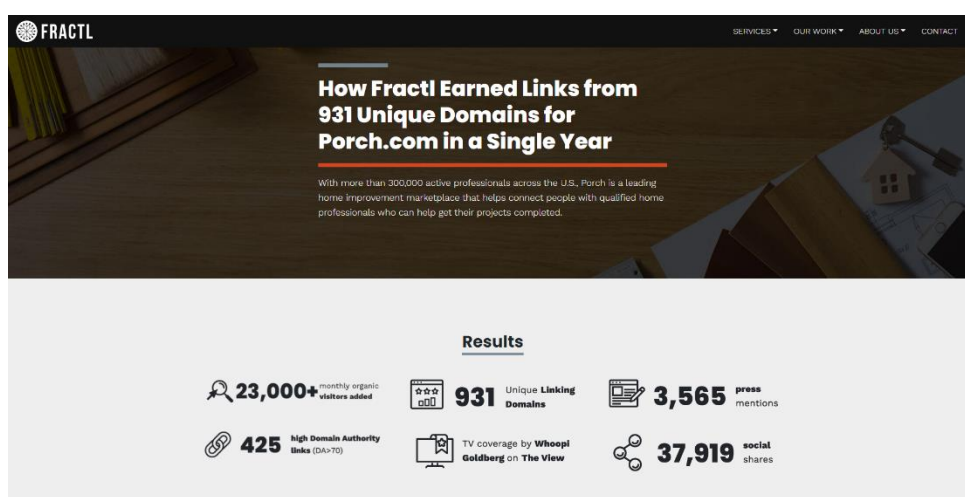
Ularning yangi hamkorlikdagi poyabzalini targ'ib qiluvchi post bir necha hafta ichida 183 000 dan ortiq layk yig'di. Converse hatto bir qadam oldinga tashladi va Tayler bilan qisqa metrajli film suratga oldi. Agar siz kengroq odamlarni qamrab olishni istasangiz, auditoriyani birlashtirish ajoyib strategiyadir.



Birinchidan, biz **Conversening** kuchli Instagram natijalaridan orqaga qarab ishlagani sababdir. Keyin ularning yuqori darajadagi ishtirokiga hissa qo'shadigan taktikalarni aniqlab, **Converse** bilan to'g'ridan-to'g'ri ishlagani va faqat begona sifatida kuzatayotgani sababli bo'ldi.

### 3. Kontent marketingi misolida: porch.com

**Fractl** -bu 931 ta noyob domen havolalari, 23 000 oylik organik tashriflar va boshqalarni olish uchun bir yildan ortiq vaqt davomida **porch.com** bilan ishlagan kontent marketingi agentligidir.



Keys tadqiqoti metoddan ko'ra natijalarga e'tibor qaratadi - bu odatda uchinchi shaxsning amaliy ishini anglatadi. Ular kompaniyaning

ma'lum bir tashqi mijoz uchun yaratgan natijalarini qanday qilishni bilmasdan namoyishidir.

Ushbu turdagi amaliy tadqiqotlar ikkilanayotgan potentsial mijozlarni haridga kirishga ko'ndirish uchun eng foydalidir. O'tmishda o'xshash kompaniyalar yoki odamlar uchun natijalar yaratishni ko'rsatish - bu firmaning mahoratini isbotlashning eng yaxshi usuli. Maqsadli auditoriyaga qarab, amaliyotni o'rganish bilan batafsil tanishish yaxshiroq variant bo'lishi mumkin.

#### **4. SEO misoli: Rayan Berg tomonidan Zapier tadqiqoti**

Rayan Bergning ushbu chuqurlashtirilgan amaliy tadqiqoti keys marketingini tushuntirish misollaridan qanday foydalanish mumkinligiga mukammal misolidir.

U Zapierning SEO strategiyasini va turli xil qidiruv so'zlari bo'yicha qidiruv reytinglarini yaxshilash uchun 25 000 dan ortiq noyob ochilish sahifalarini qanday yaratganligini buzadi.

Zapierning asosiy strategiyasi "A + B ilovasi integratsiyasi" kabi tegishli uzun dumli kalit so'zlarni maqsad qilish atrofida aylanadi. Bu ular uzoq muddatda jiddiy organik trafikni yaratish uchun foydalangan kalit.

Sanoat yetakchilarini va ular qanday qilib muvaffaqiyatga erishganini ajratib ko'rsatish orqali ularning brend kuchi va ishonchliligini ko'rish mumkin.

Ushbu amaliy tadqiqotlar potentsial mijozlarga nima haqida gapirilganini va ularga o'z sohasida muvaffaqiyatga erishish uchun zarur bo'lgan tajribaga ega ekanligini ko'rsatadi.

#### **5. Video marketing misollari: L'Oréal va YouTube**

Ushbu misolda, L'Oréal global marketing guruhining turli a'zolari yangi mahsulotni chiqarish uchun YouTube reklamalaridan qanday foydalanganliklarini aniqlab beradilar.

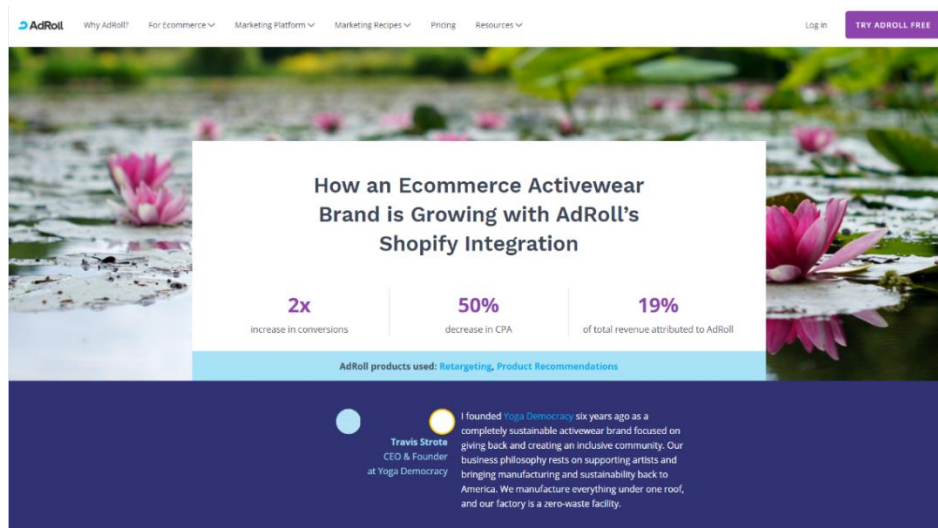
Kampaniya natijasida ular o'zlarining yangi mahsulotini o'z toifasida 2-o'ringa qo'yishga muvaffaq bo'lishdi va onlayn-riteylerlar tarmog'idagi barcha ommaviy sotuvlarning 34 foizini ishlab olishdi.

Keys tadqiqotida ular YouTube-dan xabardorlikdan sodiqlikgacha bo'lgan turli bosqichlarda qanday foydalanganlar. Bu uchinchi shaxs tomonidan amalga oshirilgan amaliy tadqiqotlarning yana bir misolidir.

#### **6. Remarketing misoli: AdRoll va Yoga Demokratiyasi**

AdRoll - bu tashrif buyuruvchilaringizni kuzatib boradigan va ularga Internetda maqsadli reklamalarni ko'rsatish imkonini beruvchi remarketing platformasi.

Ularning Yoga Demokratiya bilan amaliy tadqiqotlari platformaning kuchini juda yaxshi namoyish etadi.



Konversiyalarning 200% o'sishi

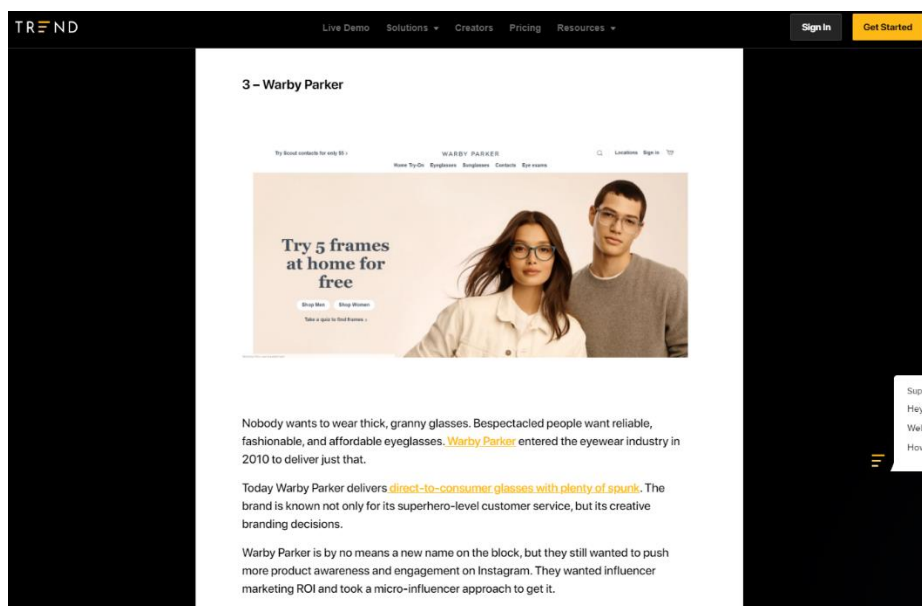
CPA ning 50% ga kamayishi

Umumiy daromadning 19% AdRollga tegishli.

Bu har qanday potentsial mijozni ko'rsatishni xohlaydigan ko'rsatkichlar. Keys tadqiqotida ular qanday qilib samarali remarketing kampaniyasini, jumladan, savatni tiklash uchun elektron pochta xabarlarini va reklamalarni yaratganliklari haqida batafsil ma'lumot berilgan. Tafsilotlar tufayli siz buni amalga oshirish misoli sifatida tasniflashingiz mumkin.

## 7. Influencer marketing keys study: Trend va WarbyParker

Warby Parker va Trend tomonidan taqdim etilgan ushbu ta'sir o'tkazuvchi marketing misolida siz cheklangan byudjet bilan ham ta'sir qiluvchi marketingdan qanday foydalanishingiz mumkinligini ko'rsatadi.



“Warby kiyish” kampaniyasi kundalik hayotida Warby Parker ko’zoynak taqib yurgan ta’sirchanlarni namoyish etishga qaratilgan edi.

Nonushta qilish kabi oddiy vazifalardan tortib, yangi durdona yaratuvchi rassomlargacha – u Uorbi Parkerning qo’llanilayotgan mahsulotlarini namoyish etdi va brendni ta’sir o’tkazuvchilar izdoshlari uchun qulayroq qildi.

Bu uchinchi shaxsning yana bir amaliy tadqiqotidir, chunki u natijalardan tashqari batafsil ma’lumotga ega emas.

## **8. Mijozlar tajribasi misolida o’rganish: App Ennie va Coca-Cola**

Ushbu misolda, Coca-Cola innovatsiyalar bo’yicha direktori Greg Chambers App Ennie stolga nima olib kelishini tushuntiradi. Muayyan raqamlar va ko’rsatkichlar o’rniga u App Ennie Coca-Cola mijozlari tajribasiga ega bo’lgan katta rasm afzalliklariga e’tibor qaratadi.

Video intervyu formati potentsial mijozlar bilan ishonchni oshirish uchun ham juda mos keladi. Shunga qaramay, bu marketing olamida siz ko’p ko’radigan odatiy uchinchi shaxs misoli.

## **9. SaaS misoli: Asana va Carta**

Albatta, raqamli marketingda amaliy tadqiqotlardan foydalanishni faqat agentliklar va reklama platformalari emas. Keling, marketing industriyasidan tashqarida, bu holda, ayniqsa, B2B sotuvchilari uchun amaliy tadqiqot misolini ko’rib chiqaylik.

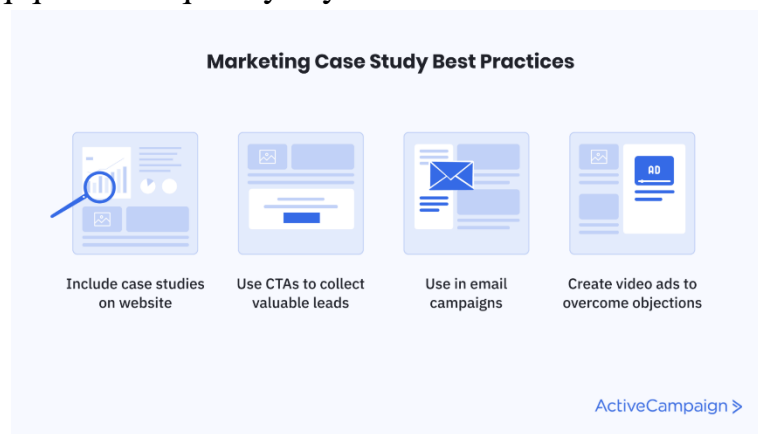
Asana - bu loyihalarni boshqarish platformasi bo’lib, u kompaniyalarga ish jarayonlarini samaraliroq qilishga yordam beradi. Bu



tajribaga ko'proq e'tibor qaratadigan va ko'rsatkichlarga kamroq e'tibor qaratadigan amaliy tadqiqotning yaxshi namunasidir.

Bu mijoz intervyusi yoki guvohligiga yaqinroq bo'lgan uchinchi shaxsning amaliy tadqiqotidir, agar yaxshilanishlarni ko'rsatkichlar bilan aniqlash qiyin bo'lsa, yaxshi variant.

Eng yaxshi amaliyotlar: O'zingizning marketing kampaniyangizda amaliy tadqiqotlardan qanday foydalanish kerak



Ushbu bo'limda siz o'zingizning marketing kampaniyangizda amaliy tadqiqotlar qiymatini maksimal darajada oshirishga yordam beradigan eng yaxshi amaliyotlarni o'rganasiz.

Keling, amaliy tadqiqotlardan samarali foydalanish uchun to'rtta qadamni ko'rib chiqaylik. Veb-saytingizga maxsus amaliy tadqiqotlar/mijozlarning hikoyalari sahifasini qo'shing. Muvaffaqiyatli onlayn mavjud bo'lgan kompaniyalarning aksariyati ushbu sahifalardan biriga ega. O'z sohangizdagi eng yaxshi raqobatchilar sahifalarining takomillashtirilgan versiyasini yaratish orqali ularga taqlid qiling. Shuningdek, manbalar sahifangiz yoki blogingizga amaliy tadqiqotlar bo'limini qo'shishingiz mumkin.

E-pochta marketing kampaniyangizning bir qismi sifatida amaliy tadqiqotlarni baham ko'ring. Elektron pochta marketingi potentsial ehtiyojlarni qondirish uchun eng yaxshi kanaldir. Bu shuni anglatadiki, siz har doim o'z kampaniyangizda amaliy tadqiqotlar va mijozlar muvaffaqiyati hikoyalaridan foydalanishingiz kerak.

Lekin bu reklamali bo'lmasligi muhim. Buning o'rniga, nafaqat ohangni, balki qiymatni taqdim etishda muvaffaqiyatga erishish uchun qilgan noyob qadamlarini baham ko'ring.

Keys tadqiqoti videosi potentsial xaridorlarda ushbu e'tirozlarni bartaraf etish uchun kuchli vosita bo'lishi mumkin. Keyingi marketing kampaniyangizni rejalashtirayotganda, misollarni e'tiborsiz qoldirmang. Uning pastki qismiga qarab, qaror va harakat kabi bosqichlarda ular kuchli marketing vositasidir. To'g'ri foydalanilganda, amaliy tadqiqotlar sizga savdo quvurini to'ldirishga va savdo guruhingizni malakali rahbarlar bilan ta'minlashga yordam beradi.

### **Xulosa**

Ushbu keys stadidagi misollar talabalarining marketing fanidan mavzularni mustahkamlash va kelajakda biznes maqsadlariga erishish uchun ijtimoiy media, elektron pochta va kontent marketingi strategiyasida amaliy tadqiqotlardan qanday foydalanishni o'rgatadi. Shuningdek, talabalar amaliy tadqiqotlardan qanday foydalanishni o'rgatadi.