Воронка продаж: Instagram vs. Сайт

*Где теряются деньги и как собрать управляемую воронку*

## Сценарий Instagram-only

* Реклама → Direct → менеджер отвечает через 1–12 часов → часть диалогов теряется.
* Нет UTM и пикселя — нечем обучать алгоритм; нельзя масштабировать то, что работает.
* Сложно сегментировать офферы: одна ссылка в био вместо 3–5 посадочных.

Плюс: быстрый старт без сайта. Минус: высокая доля мусорных лидов и зависимость от платформы.

## Сценарий Сайт + Instagram

* Реклама с целью Конверсии → лендинг под конкретный оффер → форма/WhatsApp-кнопка.
* Пиксель + события Lead/ViewContent — обучение на ценности, ретаргет по поведению.
* UTM-метки + CRM — понимаем, что реально приносит деньги.
* 3 посадочные: сервис, товар, обучение — разные заголовки и доказательства.

## Сравнение по метрикам

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | IG-only | IG → Сайт | Комментарии |
| CPL | выше | ниже | Обучение на Lead и фильтрация мусора |
| CR в продажу | ниже | выше | Прогрев на сайте + доказательства |
| Прозрачность | низкая | высокая | UTM, CRM, отчёты |
| Масштабирование | ограничено | управляемо | добавляем посадочные под сегменты |

Вывод: сайт — ядро воронки. Соцсети остаются источниками трафика, а не замена сайту.