TECHIETREASURE
shop

ДОКЛАД
АНАЛИЗ НА КАМПАНИИ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ

Втората половина на 2024

ЦЕЛ НА ДОКЛАДА



TECHIETREASURE
shop

Този документ обобщава осем маркетингови кампании, проведени между юли и декември 2024 г. в Instagram, Facebook, TikTok и YouTube.
Анализът включва обхват, ангажираност, продажби и наблюдения върху качеството на съдържанието.

TECHIETREASURE
shop

Кампания: Make it viral! (Направете я вирусна)

ПЛАТФОРМА



Коментари:

- Кампанията разчиташе на хумор, но липсваше ясен продукт.
- Малък брой повторения на видеоклипове – съдържанието не беше достатъчно ангажиращо.
- Нямаше линк към онлайн магазина.
- Потребителите питаха: „Какво точно рекламирате?“
- В коментарите липсваха подходящи ключови думи.
- Използваният хаштаг не беше свързан с марката.

ДОСТИГНАТИ: 12,300

ПРОЦЕНТ НА КЛИКВАНЕ: 1.1%

ПРОДАЖБИ: 2

TECHIETREASURE
shop

ПЛАТФОРМА:

Кампания: Autumn bundle blast (Есенна емблематична колекция от пакети)

- Единствената кампания с ясно оформена оферта и силни визуални елементи.
- Визуалният стил беше последователен във всички платформи. Половината от кликванията доведоха до изоставени колички – необходими са по-добри описания на продуктите в сайта. Много споделяния (75+) – добра органична видимост. Някои потребители казаха, че чуват за TechieTreasure за първи път. Навременно за сезона на връщане в училище.

ДОСТИГНАТИ: 8,200

ПРОЦЕНТ НА КЛИКВАНЕ: 2.7%

ПРОДАЖБИ: 8

TECHIETREASURE
shop

ПЛАТФОРМА:

Кампания: Reach for the stars (Достигни до звездите)



INSTAGRAM СТОРИТА

Коментари:

- Историите бяха публикувани през работно време – нисък обхват.
- Не бяха използвани интерактивни стикери.
- Продуктите не бяха ясно показани.
- Марката остана незабелязана.
- Цветовата схема беше трудна за четене на мобилни устройства.
- Нямаше последващи публикации.

ДОСТИГНАТИ: 5,600

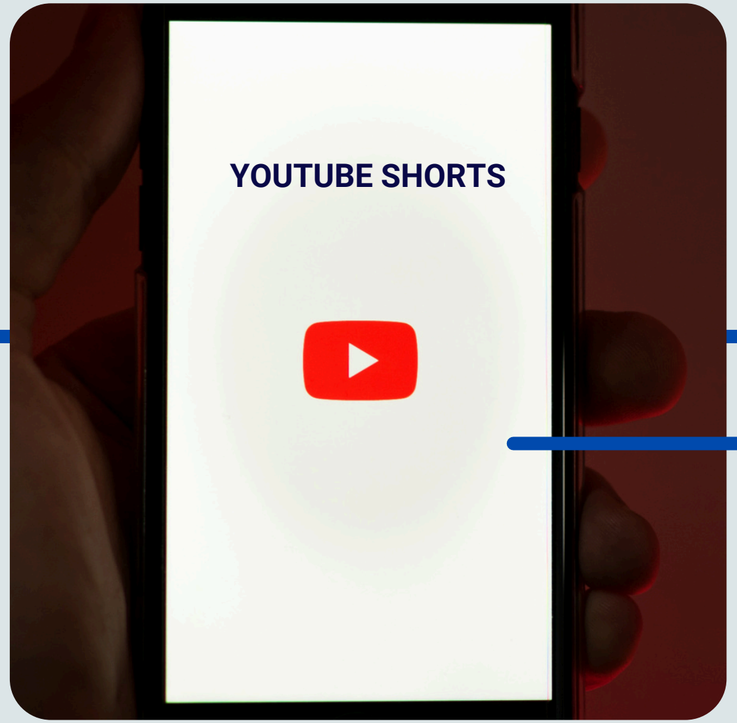
ПРОЦЕНТ НА КЛИКВАНЕ: 0.9%

ПРОДАЖБИ: 1

TECHIETREASURE
shop

Кампания: Keep it simple (Нека бъде просто)

ПЛАТФОРМА:



Коментари:

- Добра идея, но видеото беше твърде дълго (58 секунди).
- Тонът беше твърде официален за кратки видеоклипове.
- Видеото не беше оптимизирано за мобилни устройства.
- Нямаше описание или линк.
- Повечето коментари бяха от служители/приятели.
- Аудио балансът беше лош – гласът на говорещия се чуваше трудно.

ДОСТИГНАТИ: 6,700

ПРОЦЕНТ НА КЛИКВАНЕ: 1.5%

ПРОДАЖБИ: 2

TECHIETREASURE
shop

ПЛАТФОРМА:

Кампания: Early bird tech picks (Технологични предложения за ранни птици)

Коментари:

- Единствената кампания с реални демонстрации на продукти.
- Използвани са Instagram Reels с добър ритъм и музика.
- Коментарите включват въпроси от потенциални купувачи – показва интерес.
- Лесен за споделяне формат.
- Повечето продажби са дошли от Reels.
- Получени са 3 директни съобщения със заявки – положителен знак.

ДОСТИГНАТИ: 9,400

ПРОЦЕНТ НА КЛИКВАНЕ: 3.3%

ПРОДАЖБИ: 12

TECHIETREASURE
shop

ПЛАТФОРМА:



Кампания: The challenge week (Седмицата на предизвикателствата)

Коментари:

- Силно заснемане, но посланието е неясно.
- Кампанията не е обяснена в началото – изглеждаше объркващо.
- Коментарите варираха от объркващи до негативни.
- Нямаше хаштаг, който да свързва TechieTreasure.
- Представянето беше твърде дълго – зрителите спряха.
- Продуктът не беше показан до последните 8 секунди.

ДОСТИГНАТИ: 11,100

ПРОЦЕНТ НА КЛИКВАНЕ: 1.0%

ПРОДАЖБИ: 1

TECHIETREASURE
shop

ПЛАТФОРМА:

Кампания: Unlock the future (Отключи бъдещето)

Коментари:

- Статични изображения вместо видео.
- Езикът беше твърде технически.
- Заглавието не привличаше внимание.
- Коментарите бяха предимно спам.
- Няма платена реклама (само органично търсене).
- Няма конкретна оферта.

ДОСТИГНАТИ: 7,300

ПРОЦЕНТ НА КЛИКВАНЕ: 0.8%

ПРОДАЖБИ: 1

TECHIETREASURE
shop

ПЛАТФОРМА:

Кампания: Personal picks from staff (Лични предложения от персонала)

Коментари:

- Интересна идея, но лошо изпълнена.
- Няма емоционална връзка с клиента.
- Визуално непоследователни снимки.
- Не са използвани хаштагове.
- Не е ясно защо са избрани тези продукти.
- Публикациите нямат последователен стил – трудно се запомнят.

ДОСТИГНАТИ: 5,100

ПРОЦЕНТ НА КЛИКВАНЕ: 0.6%

ПРОДАЖБИ: 0

TECHIETREASURE
shop

📌 Заключение

Кампаниите на TechieTreasure през втората половина на 2024 г. страдаха главно от:

- Ниска ангажираност и неясно таргетиране.
- Слаба визуална и емоционална връзка с клиентите.
- Слабо използване на специфични за платформата инструменти (напр. стикери, ролкови ленти, бутони за призив към действие).
- Липса на линк към магазина в 5 от 8 кампании.
- Положителни изключения: „Есенен пакетен бюлетин“ и „Технологични предложения за ранни птици“.