



TECHIETREASURE

shop

ATASKAITA **SOCIALINIŲ MEDIJŲ KOMPANIJŲ ANALIZĖ**

2024

ATASKAITOS TIKSLAS



TECHIETREASURE

shop

Šiame dokumente apibendrinamos aštuonios rinkodaros kampanijos, vykdytos 2024 m. liepos–gruodžio mėn. per „Instagram“, „Facebook“, „TikTok“ ir „YouTube“. Analizė apima pasiekiamumą, įsitraukimą, pardavimus ir pastebėjimus apie turinio kokybę.

KAMPANIJA: Paviešink tai!

Komentarai:

- Kampanija rėmėsi humoru, bet trūko aiškaus produkto.
- Mažai vaizdo įrašo peržiūrų – turinys nebuvo pakankamai įtraukiantis.
- Nebuvo pateikta nuoroda į internetinę parduotuvę.
- Vartotojai klausė: „Ką tiksliai reklamuojate?“
- Komentaruose trūko aktualių raktažodžių.
- Naudotas grotažymė nebuvo susijusi su prekės ženklu.

PLATFORM:



PASIEKIAMUMAS: 12,300
PASPAUDIMO RODIKLIS: 1.1%
PARDAVIMAI: 2



TECHIETREASURE
shop

KAMPANIJA: Rudens rinkinys

Komentarai:

- Vienintelė kampanija, kurioje buvo aiškus pasiūlymas ir stiprūs vizualai.
- Vizualinis stilius buvo nuoseklus visose platformose.
- Pusė paspaudimų baigėsi apleistais krepšeliais – reikia geresnių produktų aprašymų svetainėje.
- Daug pasidalinimų (75+) – gera organinė sklaida.
- Kai kurie naudotojai teigė pirmą kartą sužinoję apie TechieTreasure.
- Laiku pritaikyta prie mokslo metų pradžios laikotarpio.

PLATFORM:



PASIEKIAMUMAS: 8,200

PASPAUDIMO RODIKLIS: 2.7%

PARDAVIMAI: 8



TECHIETREASURE
shop

PLATFORM:

KAMPANIJA:

O kas, jei pasiektum žvaigždes?



Komentarai:

- Istorijos buvo talpinamos darbo valandomis – mažas pasiekiamumas.
- Nebuvo naudojami interaktyvūs lipdukai.
- Produktai nebuvo aiškiai parodyti.
- Prekės ženklas liko nepastebėtas.
- Spalvų schema buvo sunkiai įskaitoma mobiliuosiuose įrenginiuose.
- Nebuvo tęstinių įrašų (follow-up).

INSTAGRAM STORIES

PASIEKIAMUMAS: 5,600

PASPAUDIMO RODIKLIS: 0.9%

PARDAVIMAI: 1



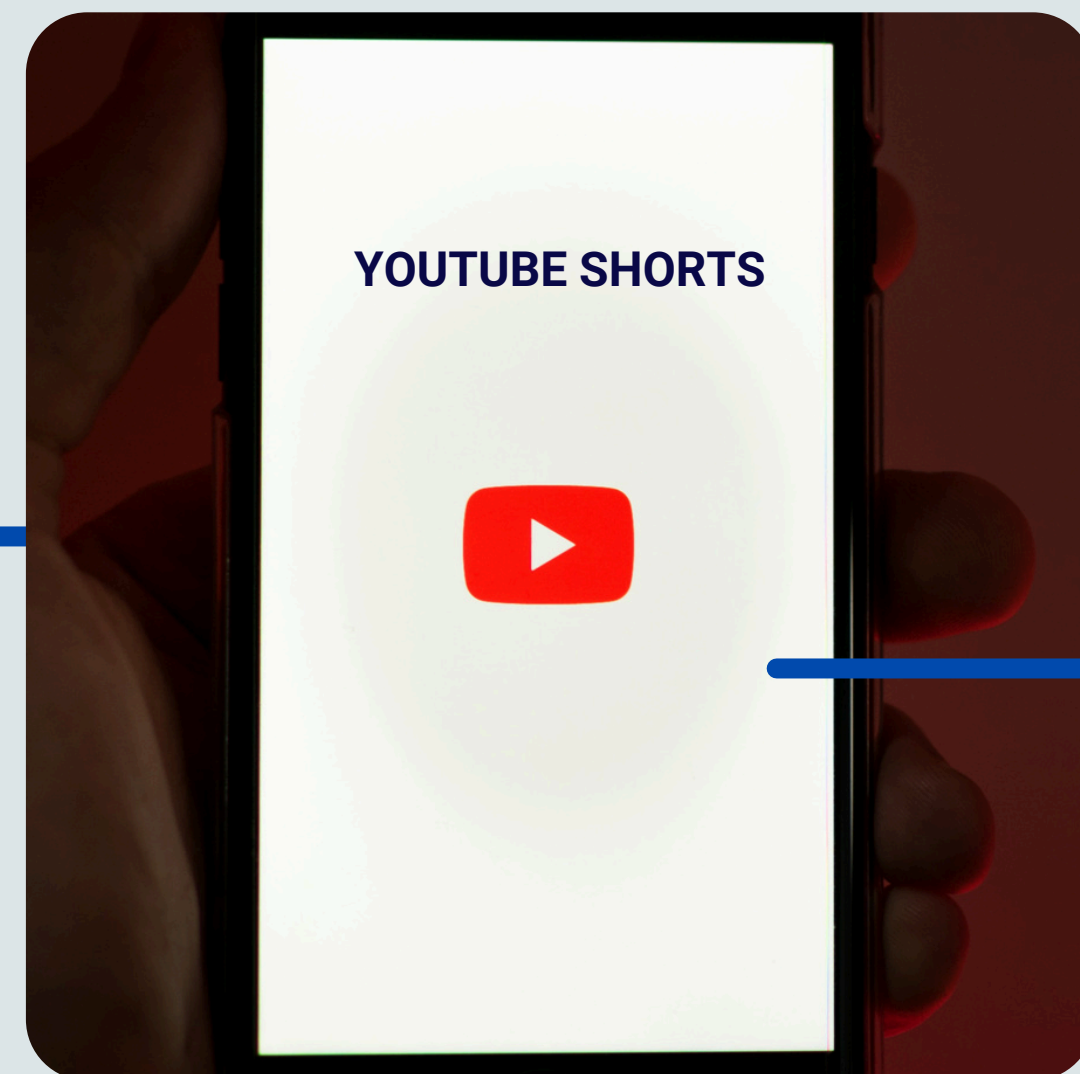
TECHIETREASURE
shop

KAMPANIJA: Visai paprastai

Komentarai:

- Idėja gera, bet vaizdo įrašas buvo per ilgas (58 sekundės).
- Tonas buvo per daug formalus šiai platformai.
- Vaizdo įrašas nebuvo optimizuotas mobiliems įrenginiams.
- Nebuvo pateikta aprašymo ar nuorodos.
- Dauguma komentarų – iš darbuotojų ar draugų.
- Prastas garso balansas – kalbėtojo balsą buvo sunku girdėti.

PLATFORM:



PASIEKIAMUMAS: 6,700

PASPAUDIMO RODIKLIS: 1.5%

PARDAVIMAI: 2

KOMPANIJA:

Ekspertų pasirinkimai

Komentarai:

- Įdomi idėja, bet prastai įgyvendinta.
- Nėra emocinio ryšio su klientu.
- Vizualiai nenuoseklios nuotraukos.
- Grotažymių nenaudota.
- Neaišku, kodėl pasirinkti būtent tie produktai.
- Įrašams trūko nuoseklaus stiliaus – juos sunku įsiminti.

PLATFORM:



PASIEKIAMUMAS: 5,100

PASPAUDIMO RODIKLIS: 0.6%

PARDAVIMAI: 0



TECHIETREASURE
shop

KOMPANIJA: Rinkis pirmas

Komentarai:

- Vienintelė kampanija su realiomis produkto demonstracijomis.
- Naudoti Instagram Reels su geru ritmu ir muzika.
- Komentaruose buvo klausimų iš potencialių pirkėjų – rodo susidomėjimą.
- Lengvai dalijamas formatas.
- Dauguma pardavimų atėjo iš Reels.
- Gauti 3 asmeniniai pranešimai su užklausomis – teigiamas ženklas.

PLATFORM:



PASIEKIAMUMAS: 9,400

PASPAUDIMO RODIKLIS: 3.3%

PARDAVIMAI: 12



TECHIETREASURE
shop

KAMPANIJA: Žingsnių savaitė

Komentarai:

- Daug pastangų filmuojant, bet žinutė buvo neaiški.
- Kampanija nebuvo paaiškinta pradžioje – atrodė paini.
- Komentarai svyravo nuo sutrikusių iki neigiamų.
- Nebuvo grotažymės, susiejančios su TechieTreasure.
- Pradžia buvo per ilga – žiūrovai pasitraukė.
- Produktas parodytas tik paskutinėmis 8 sekundėmis.

PLATFORM:



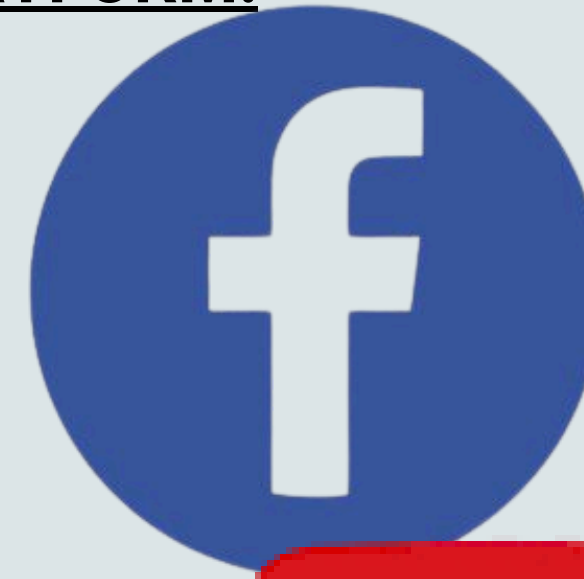
PASIEKIAMUMAS: 11,100
PASPAUDIMO RODIKLIS: 1.0%
PARDAVIMAI: 1

KAMPANIJA: Išlaisvink ateitį

Komentarai:

- Vietoje vaizdo įrašo naudoti statiški vaizdai.
- Kalba buvo per daug techninė.
- Pavadinimas nepatraukė dėmesio.
- Dauguma komentarų buvo šlamštas (spam).
- Nebuvo mokamos reklamos – tik organinis pasiekiamumas.
- Nepateiktas konkretus pasiūlymas.

PLATFORM:



PASIEKIAMUMAS: 7,300

PASPAUDIMO RODIKLIS: 0.8%

PARDAVIMAI: 1



TECHIETREASURE
shop

KAMPANIJA: Startuok dabar

Komentarai:

- Tik statiniai vaizdai, be video.
- Tekstas per daug techninis.
- Pavadinimas nejtraukiantis.
- Komentaruose daug šlamšto.
- Mokamos reklamos nebuvo.

PLATFORM:



PASIEKIAMUMAS: 10,300

PASPAUDIMO RODIKLIS: 0.4%

PARDAVIMAI: 0

TechieTreasure kampanijos 2024 m. antroje pusėje susidūrė su šiomis pagrindinėmis problemomis:

- Mažas įsitraukimas ir neaiškiai apibrėžta tikslinė auditorija.
- Silpnas vizualinis ir emocinis ryšys su klientais.
- Netinkamas platformoms būdingų priemonių naudojimas (pvz., lipdukų, Reels, kvietimo veikti (CTA) mygtukų).
- 5 iš 7 kampanijų nebuvo pridėta nuoroda į el. parduotuvę.
- Teigiami išskirtiniai atvejai: „Rudens rinkinukų banga“ ir „Technologinis startas“.

