

Задача: предыдущие кампании по meta приводили в основном холодные лиды, было необходимо переосмыслить канал и попробовать увеличить кол-во КВАЛов

Решение: я создала связку из 2х компаний. По креативам использовала как фото, так и AI

Моя роль: стратегия и воронка, структура кампаний, настройка Meta Ads, аудитории, тексты и дизайн креативов, аналитика и отчётность



Campaign C (demand generation)

Таргет по интересам. Его задача - **привлекать трафик на сайт**.

Идея была в том, чтобы показать, как сам ростер, так и зерно (конечный продукт) под углом, что Typhoon - это технология будущего

Заголовок ⓘ

What electric cars did to driving, Typhoon is doing to coffee roasting

Drum roasters had their moment. This is what comes next

Professional roasting in 2027 runs on

The best roasteries in Europe and US already made the switch. To air

Be the roastery your competitors will be

Потраченная сумма: 5 347,70 Kč

Клики по ссылке	↑↓	▼	CPC (цена за клик по ссылке)	↑↓	▼	CTR (отношение...)	↑↓	▼	Клики (все)	↑↓	▼	CTR (все)	↑↓	▼	CPC (все)	↑↓	▼	Просмот... целевой...	↑↓	▼
—			—			—			—			—			—			—		
503		—	1,16 Kč		—	5,28%		—	548		—	5,76%		—	1,07 Kč		—	349		—
6 028		—	0,78 Kč		—	10,20%		—	6 210		—	10,51%		—	0,76 Kč		—	4 868		—
13		—	2,61 Kč		—	2,33%		—	15		—	2,69%		—	2,27 Kč		—	10		—
6 544		—	0,82 Kč		—	9,46%		—	6 773		—	9,79%		—	0,79 Kč		—	5 227		—
Всего		Вс...	За действие		—	За показы		—	Всего		—	За показы		—	За клик		—	Всего		—

Campaign A - Website Retargeting

Ретаргетинг по всем пользователям, которые были на сайте в течение 180 дней.

Основная идея: в баннере обработать основное возражение “цена” - выявили на основе данных из CRM

В объявлениях уже не представлять компанию, а предлагать вернуться к разговору

Заголовок ⓘ

Still Comparing Prices?

Stuck Roasting The Old Way? ×

The Roaster That Pays For Itself ×

A Roaster Worth The Price ×

Choose a smarter way to roast coffee ×

Потраченная сумма: 21 194,86 Kč



Показы ↑↓	Клики по ссылке ↑↓	Результат ↑↓	Потраченная сумма ↑↓	CTR (все) ↑↓	Частота ↑↓	Цена за результат ↑↓
—	—	—	—	—	—	—
8 743	168	6 Лиды с сайта	2 593,39 Kč	3,84%	1,62	432,23 Kč За лид
52 726	1 498	53 Лиды с сайта	15 860,62 Kč	6,63%	2,07	299,26 Kč За лид
8 000	184	6 Лиды с сайта	2 258,06 Kč	5,30%	1,40	376,34 Kč За лид
906	7	— Лид с сайта	395,20 Kč	1,43%	1,16	— За лид
354	3	— Лид с сайта	87,59 Kč	1,98%	1,15	— За лид
70 729 Всего	1 860 Всего	65 Лиды с сайта	21 194,86 Kč Общие расходы	6,05% За показы	2,43 За аккаунт Meta	326,07 Kč За лид

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ КАМПАНИИ

Задача: Помимо связки протестировала еще варианты привлечения лидов



Базы кофеен и обжарщиков + Lookalike-1%

Собрала контакты через Explee + данные по справочникам обжарщиков.

Собрала лиды из CRM - все КВАЛы и продажи и сделала на их основе Lookalike-1%

Заголовок ⓘ

How Much Margin Are You Losing With Your

Your Old Coffee Roaster Is Losing Your Money

The Way You Roast Coffee Shouldn't Be
Eating Into Your Profits

There's a Faster Way to Roast Coffee

Build Better Margins On Your Green Coffee

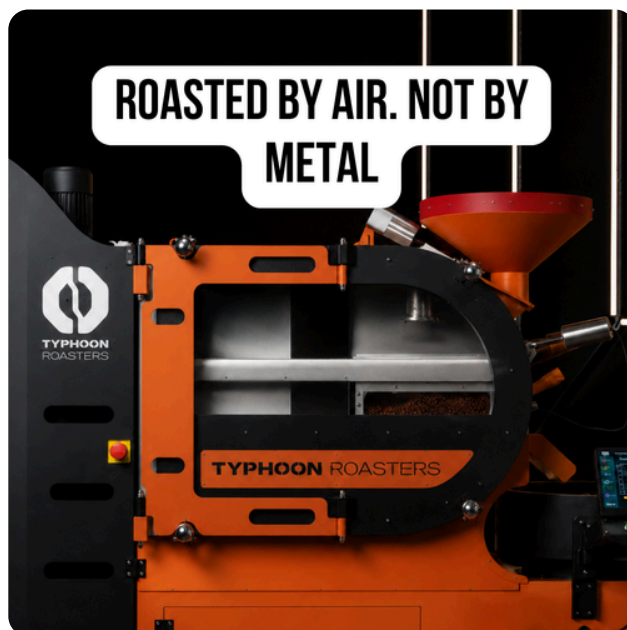
Потраченная сумма: 18 932,02 Kč

Охват ↑↓	Показы ↑↓	Клики по ссылке ↑↓	Результат ↑↓	Потраченная сумма ↑↓	CTR (все) ↑↓
—	—	—	—	—	—
797	1 045	17	— Лид с сайта	340,81 Kč	3,64%
27 928	57 398	1 086	67 Лиды с сайта	18 070,11 Kč	3,19%
969	1 299	11	1 Лид с сайта	304,75 Kč	1,92%
950	1 080	18	1 Лид с сайта	216,35 Kč	2,78%
28 702 Аккаунты Meta	60 822 Всего	1 132 Всего	69 Лиды с сайта	18 932,02 Kč Общие расходы	3,16% За показы

ЕЩЕ БАННЕРЫ



CTR: 7,67%



CTR: 5,44%



CTR: 3,84%

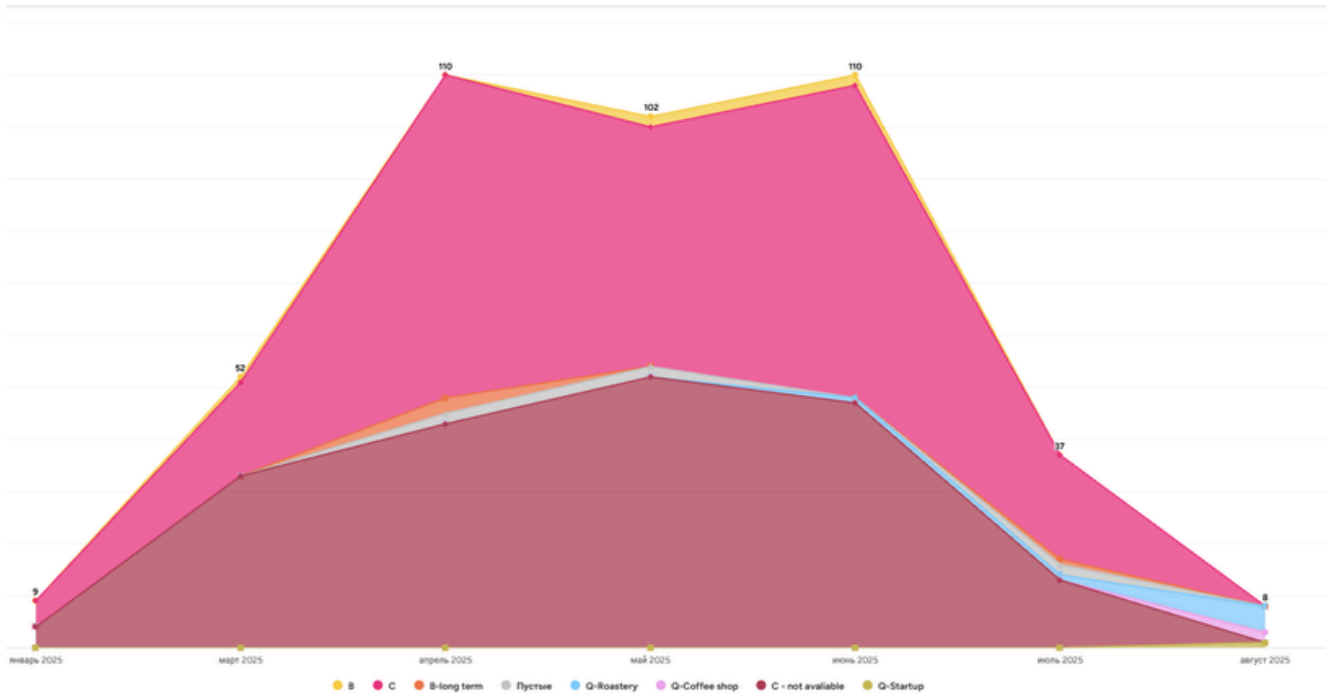


CTR: 4,85%

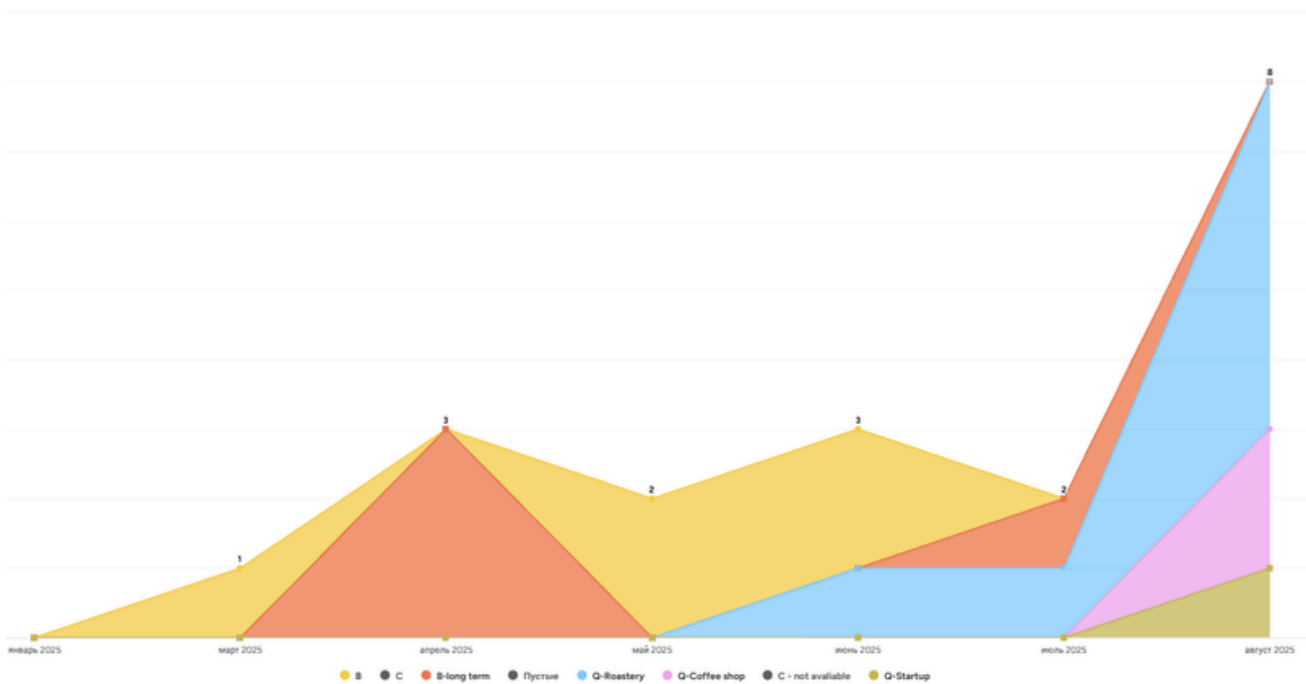
РЕЗУЛЬТАТЫ

[Пример промежуточного отчета](#)

Данные за 2025 год из CRM (Было):



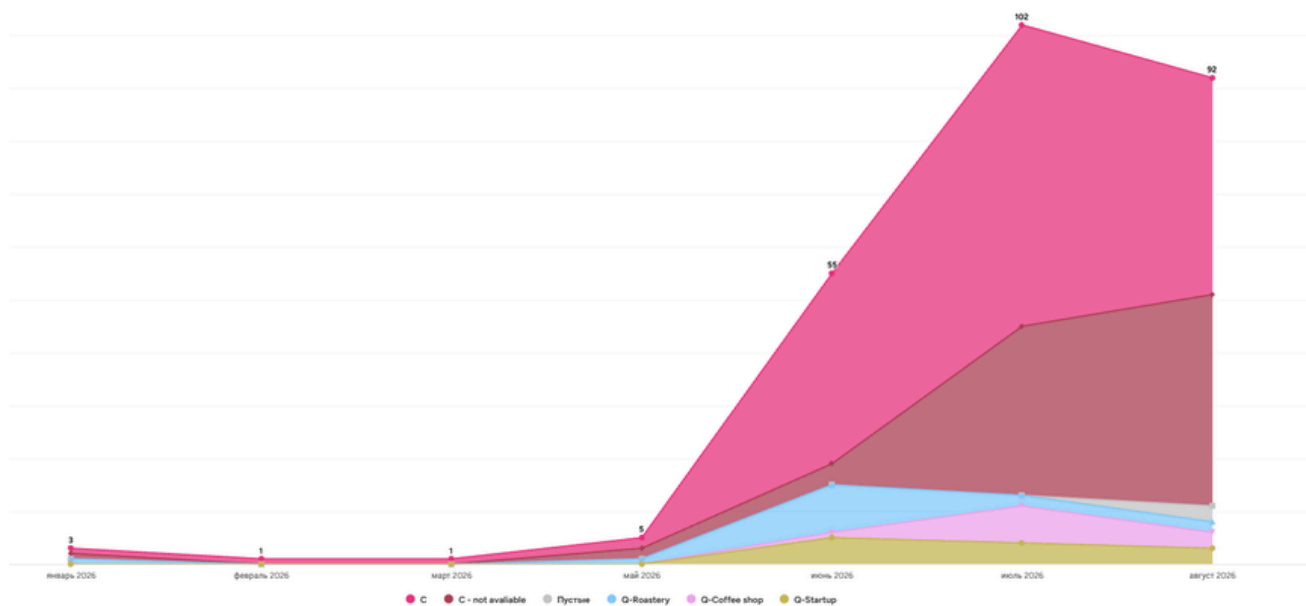
Лиды



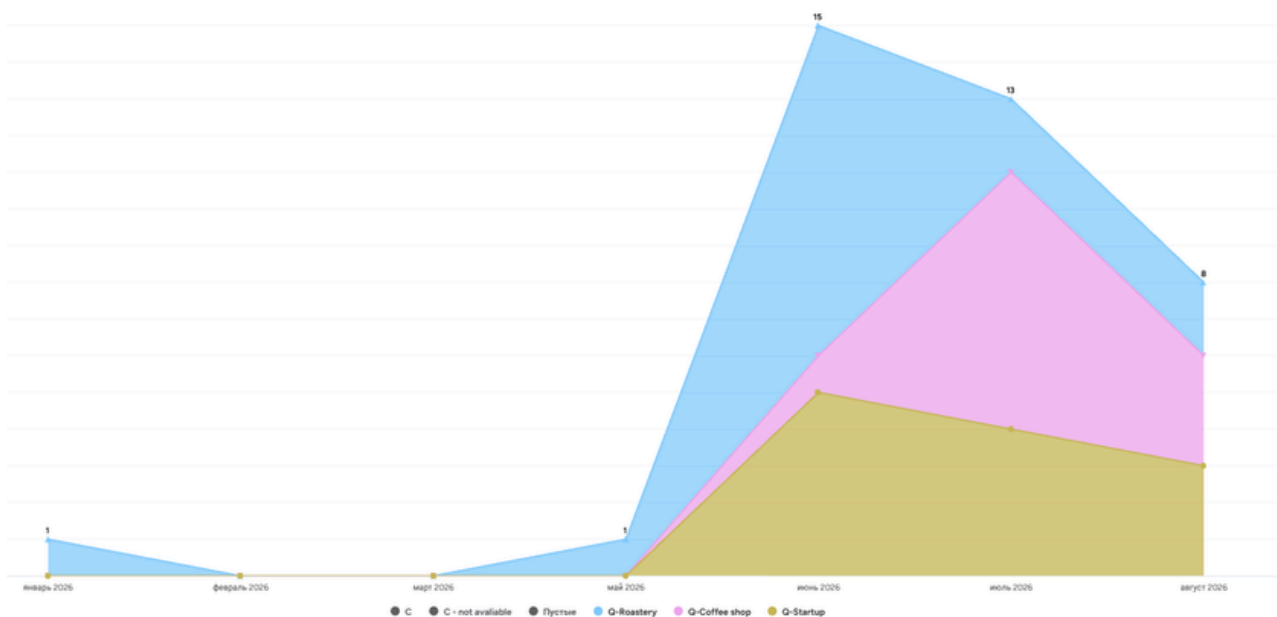
КВАЛы

РЕЗУЛЬТАТЫ

Данные за 2026 год из CRM (Стало) - работы начались в июне:



Лиды



КВАЛы

После начала работ в июне 2026 удалось не только восстановить объём, но и заметно улучшить качество лидов. Уже за июнь–август результат вырос до **55 → 102 → 92** лидов в месяц, а количество квалифицированных лидов — до **15 → 13 → 8**.

По сравнению с июнем–августом 2025:

- среднее количество лидов выросло с 52 до 83 в месяц **(+60%)**;
- среднее количество квалифицированных лидов выросло с 4,3 до 12 в месяц (в **2,8 раза**).

Вывод: после запуска работ система вышла на объём около 100 лидов в месяц, при этом КВАЛов стало кратно больше.