

Результаты контекстной рекламной кампании



Задача

- Увеличить количество звонков
- Снизить стоимость звонка при заданном бюджете

Результат

+50%



Количество звонков
выросло на 50%



Стоимость звонка удалось
снизить на 69%

Особенности

- Сотрудничество длится с июня 2014 года по настоящее время
- Точка замера результатов – июнь 2015 года
- Рост числа и снижение стоимости звонков за счет проработки различных сценариев ремаркетинга