

Кейс по таргету Prime House M

Мясные и рыбные
деликатесы

Калифорния • апрель 2026

Реклама + оформление соцсетей



О проекте

Ниша: мясные и рыбные деликатесы

Бренд: Prime House M

Регион продвижения: Калифорния

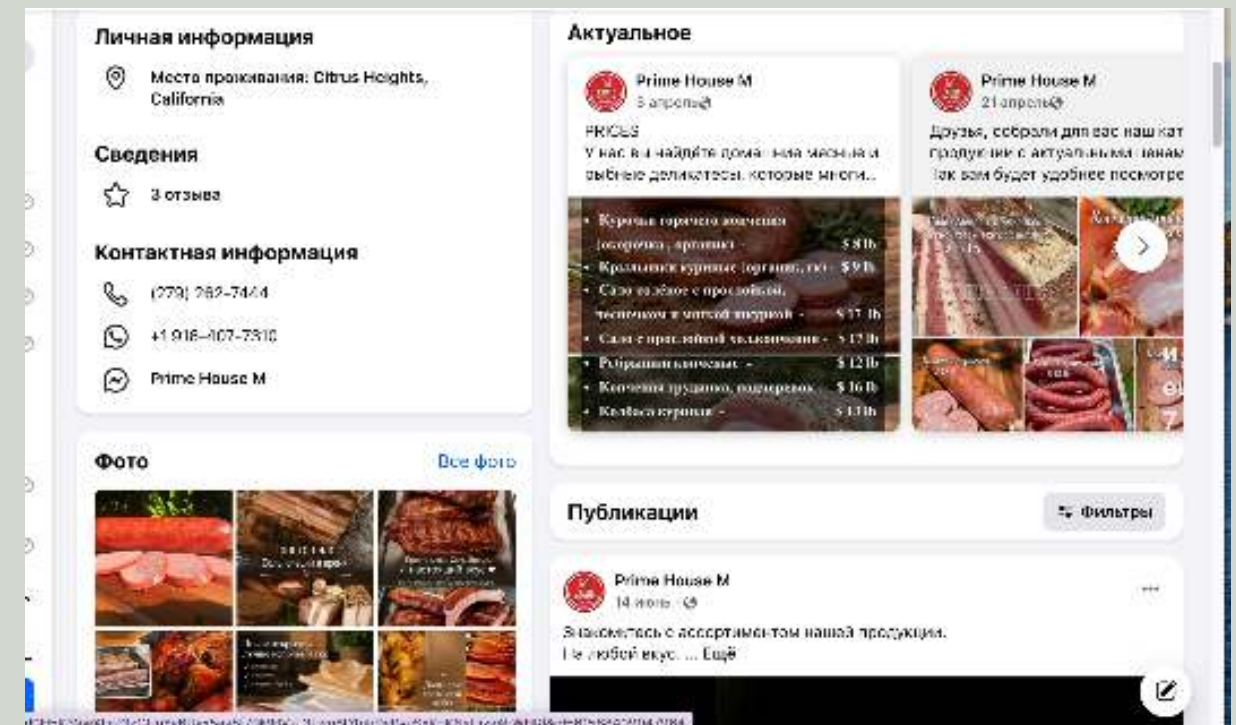
Аудитория: русскоязычные покупатели



Поставленные задачи

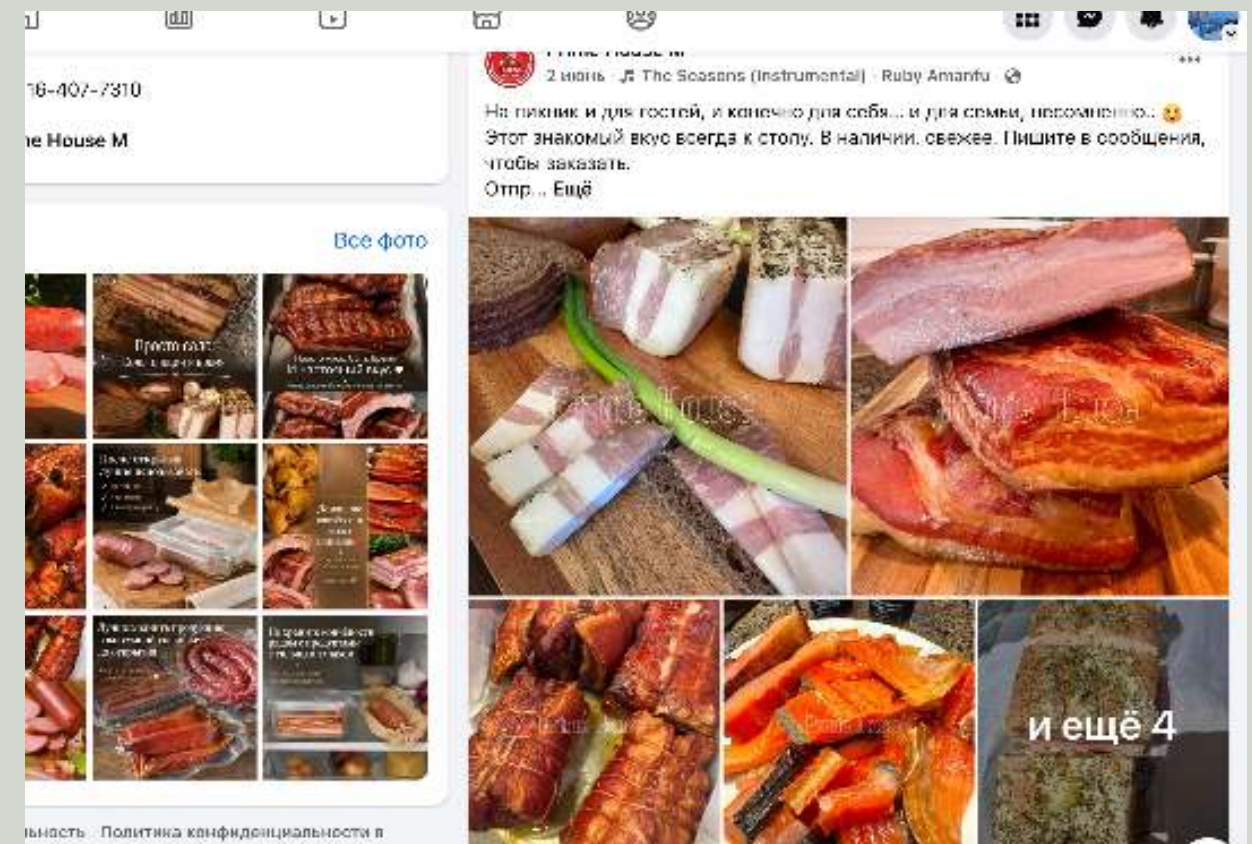
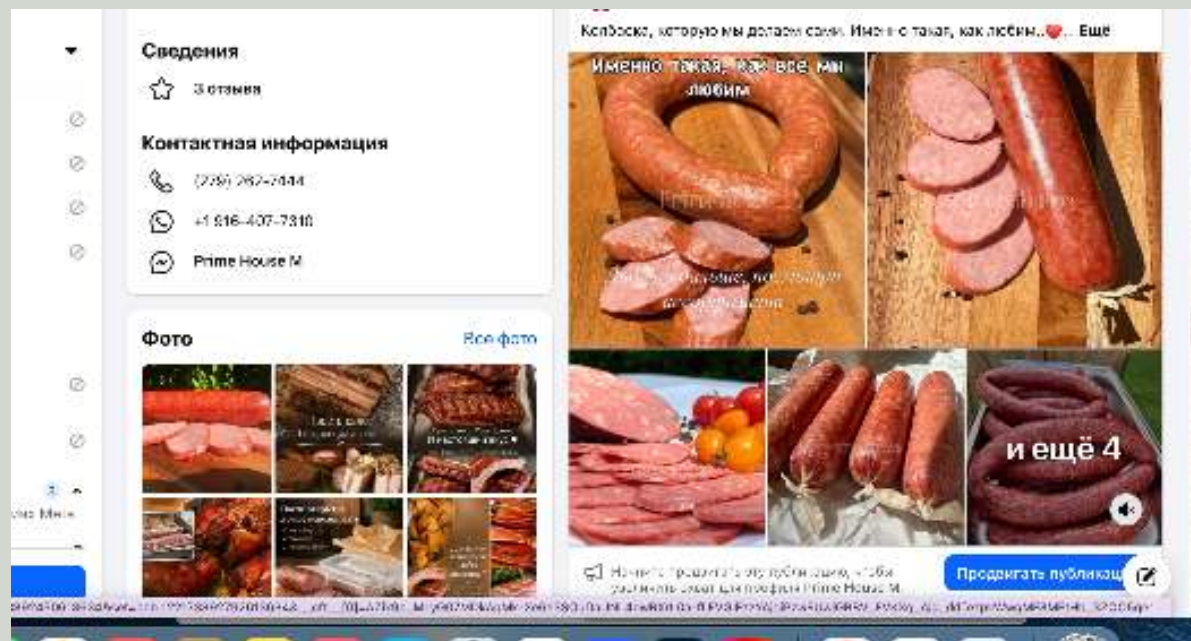
- Создать и оформить страницы Facebook и Instagram
- Подготовить публикации и визуальные материалы
- Сформировать рекламные предложения и креативы
- Настроить и протестировать рекламу Meta
- Привлечь переходы и обращения покупателей
- Проанализировать результаты и путь к заказу

Оформление страницы Facebook



Созданы описание, визуальное оформление, каталог продукции, публикации и информация для покупателей.

Контент и наполнение



Примеры публикаций и визуального контента бренда

Результаты рекламы

\$125.71

Бюджет

15 106

Охват

20 611

Показы

612

Клики по ссылке

\$0.21

CPC

2.97%

CTR по ссылке

14

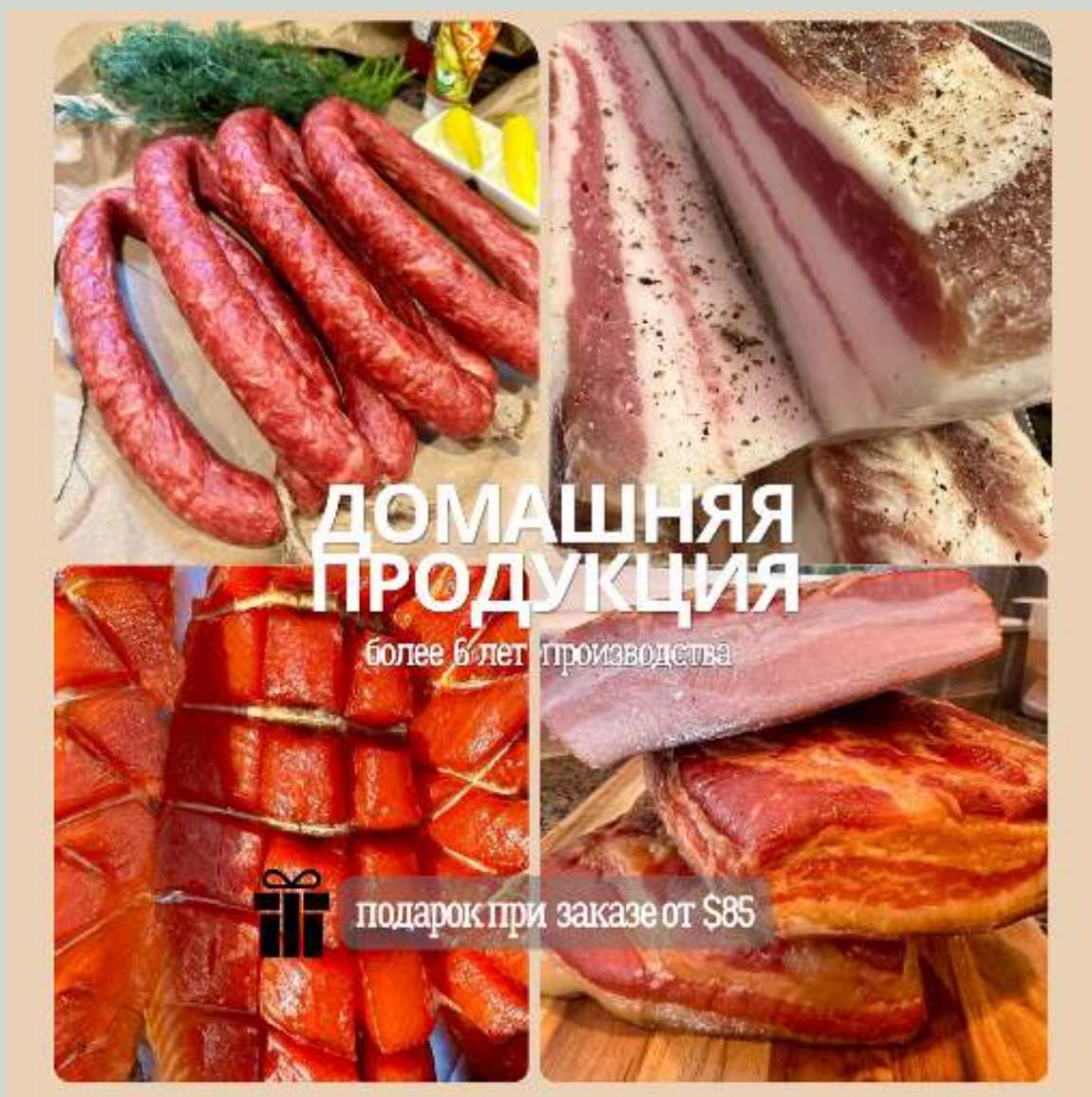
Начатые переписки

\$6.10

CPM

Источник: Meta Ads Manager, кампания «Трафик», апрель 2026

Рекламные креативы



Тестировались статичные макеты и видеореклама

Анализ объявлений

Макет 1: CPC \$0.11, CTR по ссылке 5.39%

Макет 2: 111 кликов, 5 начатых переписок

Макет 2 (другая группа): 150 кликов, 4 переписки

Всего по кампании: 14 начатых переписок

Выкл.	Объявление	Клики по ссылке	Взаимод... со...	Начата пере...	CTR (в...	CTR (о...	CPC (цена ...	Часто
	видео 4							
	Макет 1	30	30	—	7,54%	5,39%	0,11 \$	
	Макет 2	111	135	5	3,63%	3,00%	0,18 \$	
	Видео 2	27	394	—	3,09%	2,20%	0,33 \$	
	Макет 2	150	278	4	3,69%	3,14%	0,19 \$	
Результаты, число объявлений: 24		612 Всего	2 780 Всего	14 Всего	3,88% За показы	2,97% За показы	0,21 \$ За действие	За ак.

Анализ и рекомендации

Реклама привлекла интерес к продукции: пользователи переходили по объявлениям и начинали переписки.

Для улучшения конверсии были предложены:

- шаблоны ответов на входящие сообщения;
- более понятный порядок оформления заказа;
- уточнение условий и процесса доставки.

Итоги проекта

За время рекламного теста получены 612 переходов по ссылке и 14 начатых переписок при бюджете \$125.71.

Подтверждённых продаж по итогам теста не было.

Анализ выявил сложности прямой доставки покупателям.

В дальнейшем бизнес решил сделать акцент на продажах через магазины вместо отправок по Калифорнии.

Кейс показывает не только запуск рекламы, но и анализ спроса и рекомендации по воронке продаж.