

ROSTIC'S и Rapporto повысили эффективность маркетинговых коммуникаций за счет перехода с SMS на Telegram Ads

Сеть быстрого обслуживания ROSTIC'S совместно с омниканальной MarTech-платформой Rapporto реализовали пилотный проект по оптимизации маркетингового бюджета, перераспределив часть расходов с традиционных SMS-рассылок на таргетированную рекламу в Telegram.

Использование технологии Stable ID, основанной на данных телеком-операторов, позволило значительно снизить стоимость контакта с клиентом и повысить вовлеченность аудитории.

В рамках эксперимента была охвачена аудитория из 100 000 клиентов, не совершавших заказы более трех месяцев, с согласиями на коммуникации через SMS и мессенджеры.

Результаты показали, что средний процент просмотров рекламных сообщений в Telegram составил 25–35%, а группы, получавшие рекламу в мессенджере, достигли до 40% прироста возврата клиентов по сравнению с контрольной группой. При этом стоимость контакта в Telegram оказалась в 15 раз ниже, чем у SMS.

Rapporto реализовала на своей платформе механизм каскадных коммуникаций: если пользователь не взаимодействует с рекламой в Telegram, сообщение автоматически дублируется через SMS или push-уведомления, что обеспечивает персонализированный и эффективный охват без избыточных рассылок.

В связи с высокими результатами и значительным сокращением затрат, ROSTIC'S принял решение включить использование Telegram в постоянный перечень маркетинговых инструментов компании.

«Технология Stable ID позволяет сделать digital-рекламу максимально измеримой и экономичной, сохраняя при этом высокий уровень персонализации, — комментирует Давид Цомаев, директор по новым продуктам Rapporto. — Мы предоставляем клиентам полный набор каналов для коммуникаций, чтобы они могли выбирать наиболее эффективные инструменты взаимодействия с аудиторией».

Любовь Ильясова, специалист по маркетингу ROSTIC'S, отмечает: «Мы продолжаем развивать стратегию долгосрочных отношений с клиентами, а Rapporto помогает нам внедрять инновационные решения, которые соответствуют современным требованиям рынка и позволяют оптимизировать маркетинговые расходы».

Проект демонстрирует, что интеграция таргетированной рекламы в Telegram как дополнительного канала коммуникации помогает не только снизить затраты, но и повысить вовлеченность и возврат клиентов, сохраняя при этом баланс с традиционными SMS.