

6. Активизация деятельности в горячие периоды года



Самая трудоемкая, но приятная для работы пора года – это, как вы уже сто раз могли догадаться, праздники. А точнее канун праздников, когда происходит вся эта суeta в отношении того, что кому дарить.

Не каждый праздник приносит уйму заказов. Например, 9 мая или в день независимости 3D фигурки спросом не пользуются.

Дарят их в следующие праздники:

- **День матери (в меньшей степени)**
- **Католическое Рождество**
- **Новый год**
- **Православное Рождество (в меньшей степени)**
- **14 февраля (Валентинов день)**
- **8 марта**

Вот 6 таких периодов, когда 3D фигурки покупаются особенно хорошо. Не заработать в это время практически не возможно. Если приложить голову, то доходы можно увеличить в несколько раз.

Заказ услуги происходит в канун праздников, а именно в течение 2 недель перед наступлением самого дня праздника.

Самый прибыльный из всех праздников, это, конечно же, Новый год. Далее по доходности идет 8 марта и 14 февраля. Потом рождественские праздники, причем

католики покупают гораздо лучше (у них просто принято делать в это время подарки). И замыкает все это День матери.

Это вам для статистики, чтобы вы знали, чего ожидать в тот или иной праздник.

Как вам подготовиться?

В первую очередь, вы должны понять, что каждый из перечисленных праздников – это отдельное громкое событие в жизни общества. Соответственно подходить к каждому празднику нужно индивидуально.

Это выражается в создании лендингов и запуске рекламы специально под конкретный случай.

Лендинг должен быть максимально качественным и тематическим. Никакой лишней информации и предложений. Также должно присутствовать несколько работ в портфолио опять-таки с прицелом на предстоящее событие.

На лендинге должна обязательно быть выделена скидка на услугу именно в эти предпраздничные дни. Желательно, чтобы был еще таймер, напоминающий об этом.

Запуск рекламы должен происходить в комплексе и начаться задолго до наступления массовой суеты.

Первым делом, это SEO продвижение по одной-двум конкурентным тематическим запросам. Нужно начать не позже чем за 3 месяца до наступления праздника, чтобы сайт успел выйти в топ-выдачи поисковиков.

Далее запуск рекламы в Яндекс-Директе и Гугл-Адвордс, таргетинговой рекламы ВК и рекламы в соответствующих пабликах ВК – не позднее, чем за 2 недели до наступления праздника.

При этом вы не должны скупиться на затраты. Цена клика в Директе и Адвордс должна быть такой, чтобы ваше объявление находилось на самом видном месте по запросу «что подарить на новый год».

Да, затраты будут серьезными, но нельзя, чтобы было мало трафика. Трафик должен накрывать ваш сайт лавиной. В любой другой период, если так сделать, то вы останетесь в убытках, но в это время аудитория очень горячая и конверсия продаж высокая. Вы точно заработаете.

Поэтому готовьтесь к праздникам тщательно и заранее. На них вы сделаете столько прибыли, сколько люди не получают на обычной работе и за полгода.