

# Повышение продаж разливного пива Барнаульского пивоваренного завода



## Проблема

Корпоративный сайт пивзавода не участвовал в воронке продаж.



**«Никто не набирает «пиво» в поисковике, чтобы купить его в супермаркете».**



## Решение

- Изучили товарную линейку завода.
- Выяснили, что есть продукция, направленная на b2b-сегмент HoReCa.
- Изучили поисковый спрос.
- Выяснили, что есть аудитория, активно ищущая в поисковиках «пиво в кегах», «поставки пива» и т.п.

# Технологии

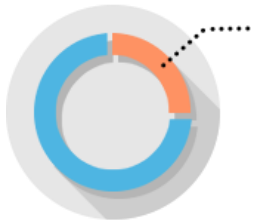
---



**1.** Настроили геотаргетинг, исходя из стоимости доставки и срока хранения пива: Западная Сибирь.



**2.** Запустили контекстную рекламу Яндекс.Директ, Google AdWords, Veegin (в Рамблере).



**3.** Стартовали SEO в Яндексе и Google



# Результаты

**Срок показа контекстной  
рекламы — 6 месяцев**

**Срок достижения ТОП-10 —  
2 месяца**

**Поддержка в ТОПах —  
2 года**

**Достигнута 1-я позиция в  
Яндексе по всем ВЧ-запросам  
семантического ядра:**

- разливное пиво
- пиво в кегах
- поставщики пива
- продажа пива
- поставщики разливного пива
- бутылочное пиво
- живое пиво
- купить пиво
- продажа разливного пива



**Продано более 500 000 кег разливного  
пива в крупнейших городах СФО**



## Отзыв клиента



После появления у компании современного корпоративного сайта сразу много вопросов возникло о том, как эффективно его использовать. Мы стали задумываться о доступности попадания именно на наш сайт (месте сайта в поисковых запросах), каким образом потенциальный клиент может найти нас в сети и узнать, что мы являемся и производителем, и поставщиком пива и других напитков.

Эти задачи оперативно решались компанией Кинетика. С их помощью мы долго занимали топ-10 по основным поисковым запросам. И так как основная цель нашего сайта была визуализировать информацию о предприятии, сделать сайт быстро находимым среди конкурентов, мы успешно справлялись с этим. Помимо этого для привлечения клиентов в конкретных сегментах пользовались контекстной рекламой, что, несомненно, повышало узнаваемость и как следствие увеличивало продажи. Создавали промо-страницы для продвижения конкретных ТМ. Создавали и размещали рекламные флеш-баннеры на популярных площадках.

Работа с Кинетикой строилась на взаимовыгодных условиях в системе постановки сложных задач и креативного их выполнения.

---

**Елена Мамаева**  
**ведущий специалист по маркетингу**