

Рекламные кейсы Тргогер

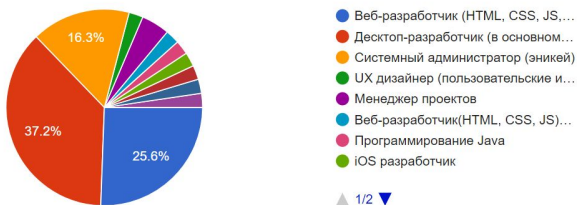
HR

Вакансия компании «ОСЗ» в московском офисе в виде [поста](#) в сообществе ВКонтакте.

Текст составлен командой Тргогер: коротко, по делу, на одном языке с программистами, немного юмора.

Что важно: [анкета](#) для сбора заявок, встроенная в сайт работодателя, чтобы облегчить путь для пассивных кандидатов.

43 заявки;
10 человек отобрано работодателем, как возможные кандидаты;
8 пришли на очное собеседование;
2 были наняты и успешно прошли испытательный срок.



Типичный программист
17 авг 2016

Ищем разработчиков в Москве: веб (нужны и фронт и бекэнд специалисты, можно фуллстек), десктоп (сейчас горит С#, но есть проекты и на плюсах). Также интересуют сисадмин-эникей и UX дизайнер.

Работаем мы в сфере образования, делаем лучший софт в своей области. Набор платформ и технологий очень широкий: от микроконтроллеров до мобильных приложений. У нас интересно, но вместе с тем сложно. Помогаем расти и развиваться, но хотим получать равносильную отдачу от работников. Подробнее о нас и наших проектах: <http://oc3.ru/>

Такие несущественные вещи, как хорошая э/п, кофе с печеньками, чтение Хабра за обедом — это всё есть, не переживайте. О прочих деталях договоримся.

Для встречи с нами надо заполнить заявку: <http://vk.cc/5vk7gF>

#vacancy@tproger

Есть интересная работа!

Программер

Компания ОСЗ
oc3.ru

Реклама в сообществе «Типичный программист»

Опрос разработчиков

Компания VisionMobile [проводила исследование](#) и собирала опросные данные от разработчиков. Команда Тргогер [написала статью](#) и разместила её анонсы во всех своих аккаунтах в соц. сетях.

8966 разработчиков перешли по ссылке на заполнение анкеты;
2006 из них прошли опрос до конца (22,4 % конверсии).
11% ответов всей кампании были получены одной этой статьёй в Тргогер.

Stats Overview

18233

Total completed responses
from all channels

2006

Completed responses
from your campaigns

8966

Total clicks
On the promo link associ...

22.37%

Your conversion
Completed responses / t...

Курсы для разработчиков

Задача: собрать контакты клиентов, заинтересованных в обучении программированию на курсах от GeekBrains — одного из ведущих брендов в области обучения IT-специалистов.

Команда Troger составила [«Тест: какой язык программирования вам стоит выбрать для изучения?»](#) и разместила его анонсы в своих аккаунтах в соц. сетях.

20 000 человек прошли тест в первые недели после публикации;

4986 человек перешли по ссылке на курсы в результатах теста (25 % конверсия);

600 переходов по ссылке в месяц в среднем продолжает собирать пост за счёт трафика из поиска и тематических рубрик.

Ruby

Рекомендуем вам Ruby — динамический, рефлексивный, интерпретируемый высокоуровневый, и, самое главное, модный язык программирования. На Ruby написаны LookAtMe, Twitter, Kickstarter и ещё много популярных веб-сайтов и других проектов. Начните изучение, например, с [этих курсов](#).

 Попробовать ещё раз



Видеотрансляции

Задача: увеличить аудиторию бесплатной онлайн-конференции по программированию за счет потенциально заинтересованных в обучении на курсах GeekBrains зрителей.

Вместо сбора регистраций через стандартный лендинг команда Troger [провела трансляцию](#) прямо в сообществе ВКонтакте. Подписчики получили возможность участвовать в конференции не выходя из соц. сети, комментировать её и общаться между собой.

В течение дня модераторы Troger отвечали на вопросы в комментариях и работали с возражениями. В поддержку докладов выпускались посты с анонсами в соц. сетях. Задействовано **12** топовых тематических сообществ ВКонтакте.

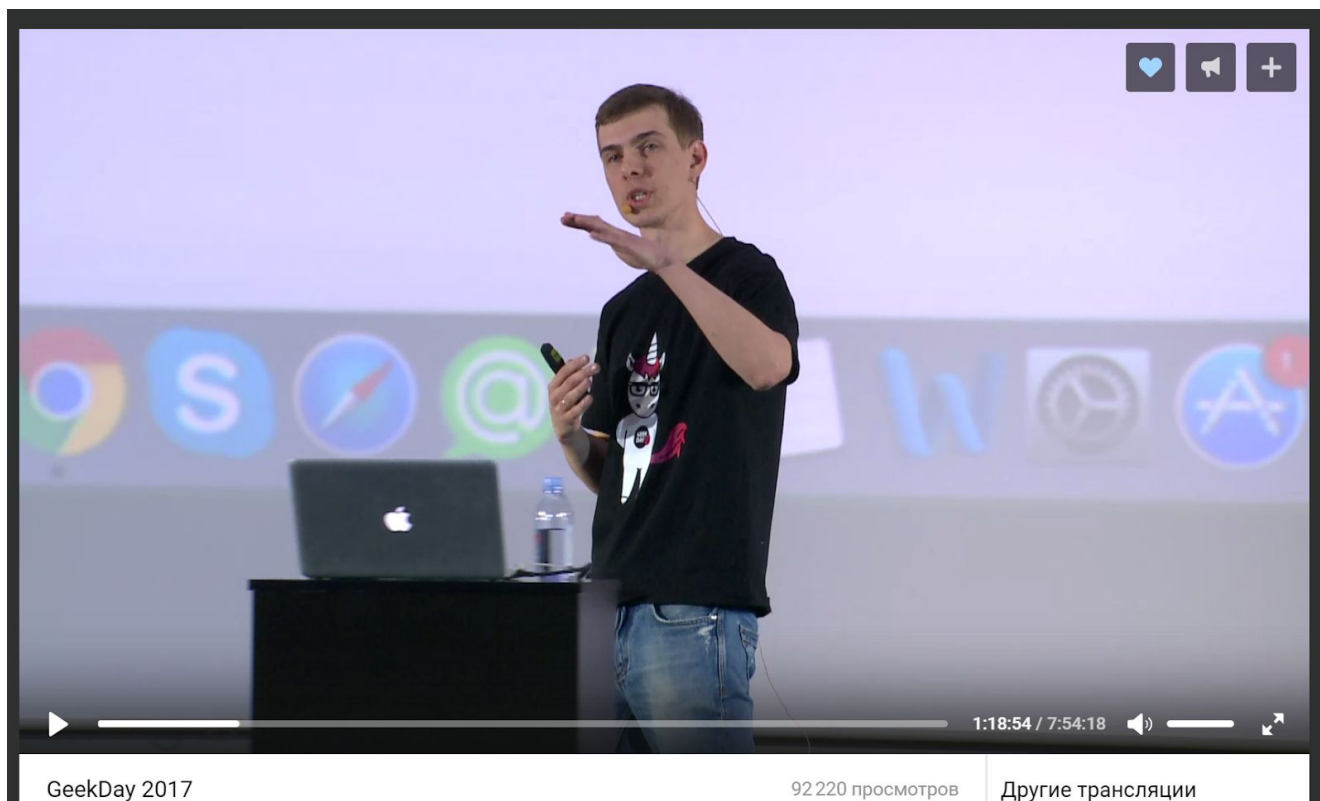
200 000+ человек охвачено анонсами в течение дня.

127 000 просмотров видео в онлайн или записи после окончания по счётчику ВКонтакте.

1600 человек онлайн в пике, постоянно не меньше **1000**.

854 комментария оставлено зрителями в ходе обсуждения докладов.

ТОП-1 трансляция ВКонтакте после старта на день проведения.



IT-СОБЫТИЯ

Задача: собрать целевые регистрации на соревнования для IT-специалистов Huawei Honor Cup.

Команда Troger [разместила](#) тестовые посты в соц. сетях и сделала предложение клиенту по работе по CPA-схеме. Посты и каналы размещения выбирались командой Troger самостоятельно, клиент лишь проводил факт-чек и проверял посты на безопасность для бренда.

8 дней длилась кампания в соц. сетях и на сайте troger.ru;
1055 регистраций было получено за короткий срок.

Эффективная реклама в Telegram

Размещение рекламного поста в Telegram-канале в рамках кампании для Huawei Honor Cup.

22 000 человек было подписано на канал на момент публикации;
20 600 из них увидели пост;
796 перешли по ссылке (CTR 3,9 %)