

Примеры
успешных кейсов
в баннерной рекламе



iamoda business

Пример успешного кейса в баннерной рекламе российского бренда мужской одежды



Бренд: Harry Hatchet

Категория:
Мужская одежда

Тип рекламодателя:
Маркетплейс

Размер инвестиций:
Крупный (от 700 тыс.р./мес.)

Период: август-
ноябрь 2025

Средний дневной бюджет:
~ 10-20 тыс.р.



Типы баннеров: длинный + SKU
баннер

УТП: упор на функциональность и
стиль бренда

Посадочная: общий каталог бренда +
отдельно новинки

Стратегия по кампаниям:

- Бренд использовал непрерывную баннерную поддержку со средними ограничениями по стоимости за клик в размере ~25-27р.
- Добавлял несколько видов имиджей и типов баннеров в рамках одной кампании (~до 5)

Пример успешного кейса в баннерной рекламе российского бренда мужской одежды



Сопутствующие факторы прироста:

- Актуальный период для масштабирования бюджета в период Back to office
- Использование товарной поддержки



KPI, которых удалось достигнуть:

Количество
заказов
(28.08-10.11)

1 176

ДРР
(от рекламных
заказов)

4,5%

Доля
рекламных
заказов

4,6%

ДРР от
рекламных
продаж

~19,7%

Прирост от
июля к августу
по GMV

178%

Прирост от
июля к августу
по NMV

155%

Пример успешного кейса в баннерной рекламе российского бренда одежды



Бренд: SN Studio

Категория:
Женская одежда

Тип рекламодателя:
Маркетплейс

Размер инвестиций:
Малый (до 100 тыс.р./мес.)

Период: август-ноябрь 2025

Средний дневной бюджет:
~ 1-3 тыс.р.



Типы баннеров: длинный баннер

УТП: фокус на качестве и удобстве

Посадочная: каталог бренда

Стратегия по кампаниям:

- Бренд практически непрерывно использует баннерную поддержку продолжительностью от 7 дней со средними ограничениями по стоимости за клик в размере ~25-27р.
- В данной кампании бренд использовал один вариант имиджа для продвижения

Пример успешного кейса в баннерной рекламе российского бренда одежды



Сопутствующие факторы прироста:

- Использование товарной поддержки
- Актуализация стока и привоз новинок
- Участие бренда в акциях, а также в общих акционных баннерах на сайте



KPI, которых удалось достигнуть:

Количество
заказов
(11.08-14.11)

795

ДРР
(от рекламных
заказов)

3,7%

Доля
рекламных
заказов

1,5%

ДРР от
рекламных
продаж

~22,1%

Прирост от 2024
к 2025 году по
GMV

в 13 раз

Прирост от 2024
к 2025 году по
NMV

в 12 раз

Пример успешного кейса в баннерной рекламе Abricot



Бренд: Abricot

Категория:
Женская обувь

Тип рекламодателя:
Маркетплейс

Размер инвестиций:
Средний (100-700 тыс.р./мес.)

Период: сентябрь-ноябрь 2025

Средний дневной бюджет:
~ 3-7 тыс.р.



Типы баннеров: SKU баннер

УТП: информация о зимней коллекции

Посадочная: каталог новинок бренда

Стратегия по кампаниям:

- Бренд периодически использует баннерную поддержку с информацией о новых коллекциях со средними ограничениями по стоимости за клик в размере ~25-30р.
- В данной кампании бренд использовал два варианта имиджей для продвижения, но в процессе менее конверсионный был отключен
- Было увеличение бюджетов в октябре в 7 раз

Пример успешного кейса в баннерной рекламе Abricot



Сопутствующие факторы прироста:

- Использование товарной поддержки
- Участие в акциях
- Увеличение объёма поставок, в частности, регулярное поступление новинок



KPI, которых удалось достигнуть:

Количество
заказов
(24.09-14.11)

1 464

ДРР
(от рекламных
заказов)

6,4%

Доля
рекламных
заказов

2,1%

ДРР от
рекламных
продаж

~24,9%

Прирост от
сентября к
октябрю по
GMV

90%

Прирост от
июля к августу
по NMV

105%

Пример успешного кейса в баннерной рекламе Salamander



Бренд: Salamander

Категория:
Мужская обувь

Тип рекламодателя:
Маркетплейс

Размер инвестиций: Крупный
(от 700 тыс.р./мес.)

Период: сентябрь-ноябрь 2025

Средний дневной бюджет:
~ от 20 тыс.р.



Типы баннеров: SKU баннер

УТП: информация об осенней коллекции

Посадочная: мужской каталог бренда

Стратегия по кампаниям:

- Бренд использует непрерывную баннерную поддержку с информацией о новых коллекциях, тестируя разные форматы, со средними ограничениями по стоимости за клик в размере ~25-27р.
- В данной кампании бренд использовал 4 варианта имиджей для продвижения, но в процессе неактуальные креативы были отключены
- Было увеличение бюджетов в октябре в 4 раза

Пример успешного кейса в баннерной рекламе Salamander



Сопутствующие факторы прироста:

- Использование товарной поддержки
- Участие бренда в общих акционных баннерах на сайте, а также в пуш-рассылках
- Использование CPD-баннерной поддержки на главной странице в октябре



KPI, которых удалось достигнуть:

Количество заказов
(24.09-14.11)

2 671

ДРР
(от рекламных заказов)

6,3%

Доля рекламных заказов

6,6%

ДРР от рекламных продаж

~20,4%

Прирост от сентября к октябрю по GMV

30%

Прирост от июля к августу по NMV

25%

Пример успешного кейса в баннерной рекламе английского бренда детской одежды



Бренд: Harry Baby

Категория:
Детская одежда и обувь

Тип рекламодателя:
Маркетплейс

Размер инвестиций: Крупный
(от 700 тыс.р./мес.)

Период: октябрь-ноябрь 2025

Средний дневной бюджет:
~ 3-6 тыс.р.



Типы баннеров: SKU баннер

УТП: информация об осенней коллекции

Посадочная: каталог бренда

Стратегия по кампаниям:

- Бренд использует непрерывную баннерную поддержку с информацией о новых коллекциях, тестируя разные форматы, со высокими ограничениями по стоимости за клик от 30р.
- В данной кампании бренд использовал 1 вариант имиджа

Пример успешного кейса в баннерной рекламе английского бренда детской одежды



Сопутствующие факторы прироста:

- Использование товарной поддержки
- Использование CPD-баннерной поддержки на главной странице в октябре
- Участие в акциях и регулярный мониторинг бестселлеров
- Увеличенные отгрузки товара в ноябре



KPI, которых удалось достигнуть:

Количество заказов
(03.10–16.11)

2 086

ДРР
(от рекламных заказов)

2,9%

Доля рекламных заказов

2,9%

ДРР от рекламных продаж

~7,2%

Прирост от 2024 к 2025 году по GMV

49%

Прирост от 2024 к 2025 году по NMV

67%

Пример успешного кейса в баннерной рекламе российского бренда аксессуаров



Бренд: Voxху

Категория:
Аксессуары

Тип рекламодателя:
Маркетплейс

Размер инвестиций: Малый
(до 100 тыс.р./мес.)

Период: август-октябрь 2025

Средний дневной бюджет:
~ до 2 тыс.р.



Типы баннеров: длинный баннер

УТП: фокус на уникальный дизайн

Посадочная: каталог бренда

Стратегия по кампаниям:

- Бренд впервые использовал баннерную поддержку со средним ограничениями по стоимости за клик в размере 28-32р.
- В данной кампании бренд использовал 2 варианта имиджа, но один из них был отклонен в процессе модерации

Пример успешного кейса в баннерной рекламе российского бренда аксессуаров



Сопутствующие факторы прироста:

- Использование товарной поддержки



KPI, которых удалось достигнуть:

Количество
заказов

249

ДРР
(от рекламных
заказов)

6,8%

Доля
рекламных
заказов

11,7%

ДРР от
рекламных
продаж

~23,0%

Прирост от
августа к
сентябрю по
GMV

21%

Прирост от
августа к
сентябрю по
NMV

24%

Пример успешного кейса в баннерной рекламе российского бренда косметики



Бренд: Icon Skin

Категория:
Красота

Тип рекламодателя:
Маркетплейс

Размер инвестиций:
Средний (100-700 тыс.р./мес.)

Период: сентябрь-ноябрь 2025

Средний дневной бюджет:
~ до 3 тыс.р.



Типы баннеров: длинный баннер

УТП: информация о скидках

Посадочная: подборка товаров

Стратегия по кампаниям:

- Бренд регулярно использует баннерную поддержку в приложении со средним ограничениями по стоимости за клик в размере 25-30р.
- В данной кампании бренд использовал 1 вариант имиджа

Пример успешного кейса в баннерной рекламе российского бренда косметики



Сопутствующие факторы прироста:

- Использование товарной поддержки
- Участие в соинвестах



KPI, которых удалось достигнуть:

Количество
заказов
(05.09–16.11)

250

ДРР
(от рекламных
заказов)

18,9%

Доля
рекламных
заказов

10,6%

ДРР от
рекламных
продаж

~21,3%

Прирост от
сентября к
октябрю по
GMV

19%

Прирост от
сентября к
октябрю по NMV

23%

Пример успешного кейса в баннерной рекламе Soft Silver



Бренд: Soft Silver

Категория:
Дом

Тип рекламодателя:
Маркетплейс

Размер инвестиций: Малый
(до 100 тыс.р./мес.)

Период: сентябрь-ноябрь 2025

Средний дневной бюджет:
~ до 3 тыс.р.



Типы баннеров: длинный баннер

УТП: фокус на функциональность и выгоду

Посадочная: отдельная категория

Стратегия по кампаниям:

- Бренд регулярно использует баннерную поддержку со средним ограничениями по стоимости за клик до 28р.
- В данной кампании бренд использовал 1 вариант имиджа

Пример успешного кейса в баннерной рекламе Soft Silver



Сопутствующие факторы прироста:

- Использование товарной поддержки
- Актуализация стока новинками
- Участие бренда в промо и скидках



KPI, которых удалось достигнуть:

Количество
заказов (1.09-
16.11)

77

ДРР
(от рекламных
заказов)

15,1%

Доля
рекламных
заказов

9,9%

ДРР от
рекламных
продаж

~21,0%

Прирост от 2024
к 2025 году по
GMV

42%

Прирост от
сентября к
октябрю по NMV

38%

Пример успешного кейса в баннерной рекламе китайского спортивного бренда



Бренд: Vaasploa

Категория:
Спорт

Тип рекламодателя:
Маркетплейс

Размер инвестиций:
Средний (100-700 тыс.р./мес.)

Период: июль-сентябрь 2025

Средний дневной бюджет:
~ до 6 тыс.р.



Типы баннеров: длинный баннер

УТП: фокус на функциональность

Посадочная: общий каталог бренда

Стратегия по кампаниям:

- Бренд регулярно использует баннерную поддержку в приложении с минимальными ограничениями по стоимости за клик до 24р.
- В данной кампании бренд использовал 2 варианта имиджа, но один из них был отклонен в процессе модерации
- Увеличение бюджета в августе на 80%

Пример успешного кейса в баннерной рекламе китайского спортивного бренда



Сопутствующие факторы прироста:

- Использование товарной поддержки
- Performance-продвижение бренда в октябре



KPI, которых удалось достигнуть:

Количество заказов

1 616

ДРР
(от рекламных заказов)

6,2%

Доля рекламных заказов

2,8%

ДРР от рекламных продаж

~16,2%

Прирост от июля к августу по GMV

31%

Прирост от июля к августу по NMV

23%

Пример успешного кейса в баннерной рекламе американского премиум-бренда



Бренд: DKNY

Категория:
Premium

Тип рекламодателя:
Маркетплейс

Размер инвестиций:
Средний (100-700 тыс.р./мес.)

Период: октябрь 2025

Средний дневной бюджет:
~ 5-15 тыс.р.



Типы баннеров: длинный + SKU баннер

УТП: информация о новой коллекции

Посадочная: общий каталог бренда

Стратегия по кампаниям:

- Бренд периодически использует баннерную поддержку со средними ограничениями по стоимости за клик до 26р.
- В данной кампании большая часть бюджета пришлась на SKU баннер

Пример успешного кейса в баннерной рекламе американского премиум-бренда



Сопутствующие факторы прироста:

- Использование товарной поддержки
- Участие бренда в акциях
- Использование CPD-баннерной поддержки на главной странице в октябре



KPI, которых удалось достигнуть:

Количество заказов

121

ДРР
(от рекламных заказов)

5,9%

Доля рекламных заказов

1,7%

ДРР от рекламных продаж

~20,3%

Прирост от 2024 к 2025 году по GMV

76%

Прирост от июля к августу по NMV

96%

brand_solutions@lamoda.ru
ad_platform@lamoda.ru

платформа для роста вашего бренда

lamoda business