Бетонная компания: запустили Яндекс Директ с нуля и вышли на CPA 751 ₽

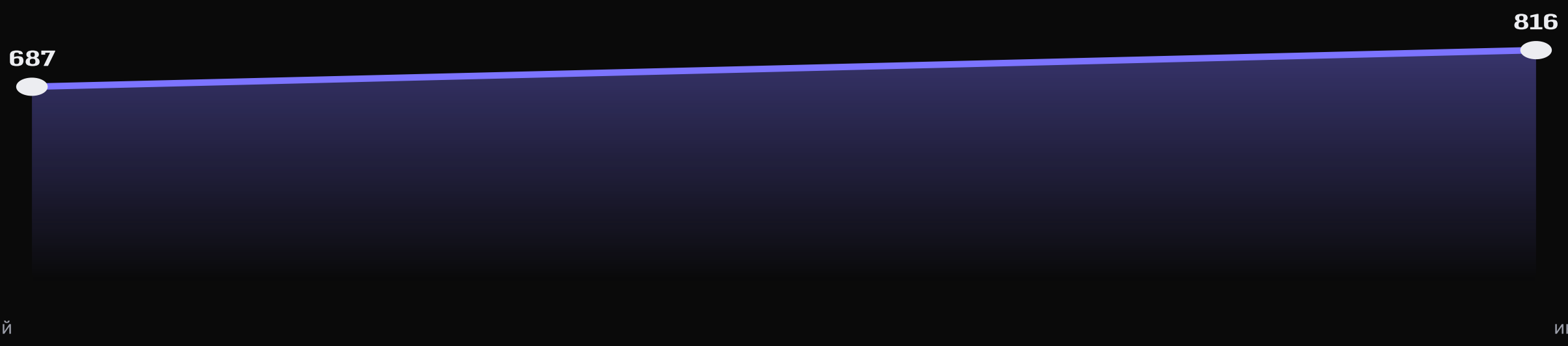
ЗАЯВКИ ПО 751 ₽ С НУЛЯ



С нуля запустили поток обращений по товарному бетону. Кабинет быстро вышел из режима теста: появились понятные рабочие кампании, управляемая стоимость обращения и база для дальнейшего масштабирования.

Клиент	Отрасль	Регион	Период	Стартовая точка	Кейс
Под NDA	**Производство бетона**	**Под NDA**	**01.04 – 30.06.2026**	**0, без статистики**	**Хочу так же → Услуга: настройка Яндекс Директ**

Цена конверсии по месяцам



МАРТ 2026

Запуск с нуля: поиск, РСЯ и отдельное локальное гео

МАЙ

Рабочие связки заработали, CPA 687 ₽

ИЮНЬ

Стабильный поток заявок при CPA 816 ₽

751 ₽

средний CPA, май–июнь

5,8%

конверсия из клика

463 ₽

лучший CPA по каналу (РСЯ)

// Проблема и задача

На старте у клиента не было накопленной системы рекламы по бетону. Нужно было быстро понять, какие связки дают реальные обращения: поиск, РСЯ, отдельное локальное гео и аудитории повторного касания.

Главная задача: получить поток заявок и при этом отсечь лишний трафик: информационные запросы, случайные клики и слишком широкие строительные аудитории, где цена обращения уходит выше рабочей.

// Что сделали

- Собрали структуру с разделением по ролям: поиск для горячего спроса, РСЯ для охвата и отдельная кампания под локальное гео.
- Вынесли коммерческие направления в группы: бетон с доставкой, марки бетона, заказ под фундамент и строительные работы.
- Регулярно чистили поисковые запросы и добавляли минус-фразы, чтобы бюджет не уходил на околоинформационный спрос.
- Проверяли эффективность по кампаниям, устройствам и полу/возрасту. Усиливали рабочие сегменты и ограничивали слабые.
- Отдельно вели цели в Метрике: звонки, отправку контактных данных, переходы в мессенджеры и соцсети.

// Инструменты

Яндекс Директ · Яндекс Метрика · Мастер отчётов · Анализ поисковых запросов · Корректировки по аудиториям

ЧТО ДАЛА РЕКЛАМА ЗА ПЕРИОД

ПОКАЗАТЕЛЬ	БЫЛО / СТАЛО
Рабочих каналов в связке	0 → **4**
CPA (цена конверсии)	0 ₽ → **751 ₽**
Конверсия из клика	0% → **5,8%**

СТАБИЛЬНАЯ ЦЕНА КОНВЕРСИИ ПО МЕСЯЦАМ



CPA: цена конверсии, ₽ Средняя цена конверсии за май–июнь: **751 ₽**

// Март и апрель: период запуска и настройки, в расчёт среднего не включены. Источник цифр: Мастер отчётов Яндекс Директа.

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ПЕРИОД

Средний CPA, май–июнь

751 ₽

Конверсия из клика

5,8%

Лучший CPA по каналу

463 ₽

-79% снижение цены конверсии: с тестового запуска (3 643 ₽) до 751 ₽ на рабочем периоде

5,8% конверсия из клика в обращение, стабильно рабочая

// Кейс публикуется в рамках NDA: название клиента, рекламный бюджет, объёмы конверсий и трафика скрыты.

ХОД РАБОТЫ ПО МЕСЯЦАМ

МАРТ 2026

Запуск с нуля

Собрали структуру: поиск, РСЯ и отдельная кампания под локальное гео. Первые месяцы ушли на запуск и настройку.

МАЙ

Выход на объём

Рабочие связки заработали в полную силу: CPA 687 ₽.

ИЮНЬ

Пик и удержание

Стабильный поток заявок при CPA 816 ₽: цена обращения под контролем.

ИЗ ЧЕГО СОБРАН РЕЗУЛЬТАТ

Поиск

Горячий спрос по бетону, маркам и доставке: ядро результата.

793 ₽

CPA (цена конверсии)

РСЯ (сети)

Охват и догоняющие показы: лучший CPA среди каналов.

463 ₽

CPA (цена конверсии)

Локальное гео

Отдельное локальное гео со стабильным потоком заявок.

784 ₽

CPA (цена конверсии)

Бренд + CRM (РСЯ)

Работа по базе и бренду, в архиве после теста.

1 132 ₽

CPA (цена конверсии)

// CPA по каналам: за рабочий период (май–июнь 2026) по данным Мастера отчётов.

КТО ВЁЛ ПРОЕКТ

Директолог
Настройка и оптимизация кампаний

Аналитик
Сквозная аналитика и отчётность

Проект-менеджер
Связь с клиентом и контроль сроков

ПЛАН РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ

01 Масштабировать поиск и локальное гео: лучшие связки по цене обращения.

02 Проработать РСЯ и бренд-кампанию, снизить CPA на охватных форматах.

03 Расширить семантику по маркам бетона и доставке под фундамент.

04 Углубить цели в Метрике и связать заявки со сделками в CRM.

Дальнейший план строится на накопленной статистике за апрель–июнь 2026.

ЧАСТЫЕ ВОПРОСЫ