Сеть фитнес-студий: запустили таргет с нуля и собрали заявки на пробное по CPL 240 ₽

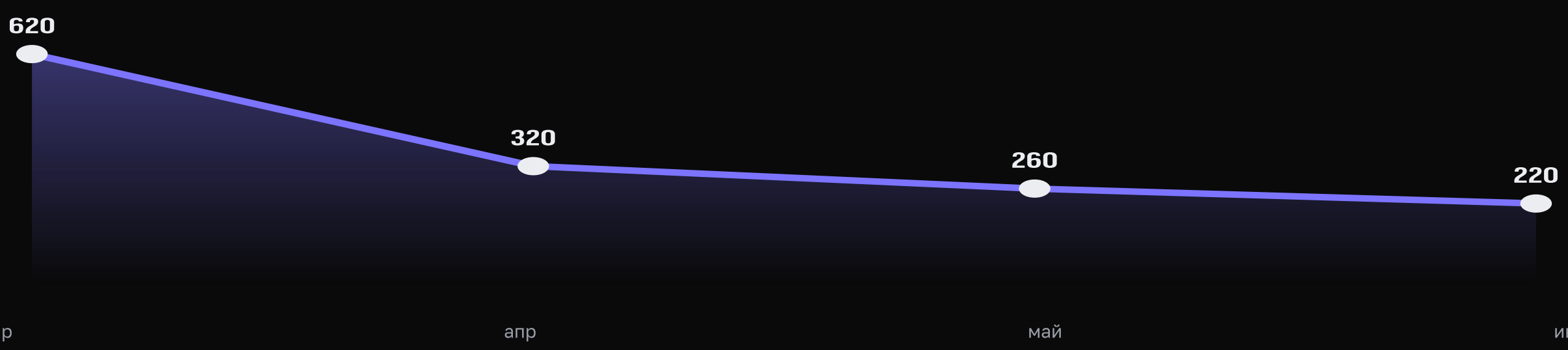
ПРОБНОЕ ПО 240 ₽



Новая студия без истории рекламы. Собрали таргет с нуля: look-alike по действующим клиентам, ретаргетинг и локальные аудитории вокруг студий, и вышли на стабильный поток заявок на пробную тренировку.

Клиент	Отрасль	Регион	Период	Стартовая точка	Кейс
Под NDA	**Сеть фитнес-студий**	**Под NDA**	**01.03 – 30.06.2026**	**0, без статистики**	**Хочу так же → Услуга: таргетированная реклама**

Цена заявки по месяцам



МАРТ 2026

Запуск с нуля: базы, look-alike, ретаргетинг, гео

АПРЕЛЬ-МАЙ

Рабочие связки заработали, CPL 260 ₽

ИЮНЬ

Оптимизация аудиторий и креативов, CPL 220 ₽

240 ₽

средняя цена заявки, май–июнь

12%

конверсия из перехода

180 ₽

лучший CPL по аудитории (look-alike)

// Проблема и задача

У новой студии не было ни рекламных аудиторий, ни статистики. Нужно было быстро понять, какие сегменты во ВКонтакте дают заявки на пробную тренировку: похожие на клиентов, локальные жители или аудитории по интересам.

Задача: собрать поток заявок с лид-форм и отсечь любопытствующих и слишком широкие «спортивные» интересы, где цена заявки нерабочая.

// Что сделали

- Собрали и загрузили базу клиентов, построили look-alike на похожую аудиторию.
- Настроили ретаргетинг по пикселю на посетителей сайта и лендингов студий.
- Добавили локальные аудитории по гео вокруг каждой студии.
- Запустили лид-формы прямо во ВКонтакте: заявка без перехода на сайт.
- Отсекли нерелевантные интересы и протестировали более 20 креативов на связках.

// Инструменты

VK Реклама · Пиксель VK · Look-alike аудитории · Ретаргетинг · Лид-формы

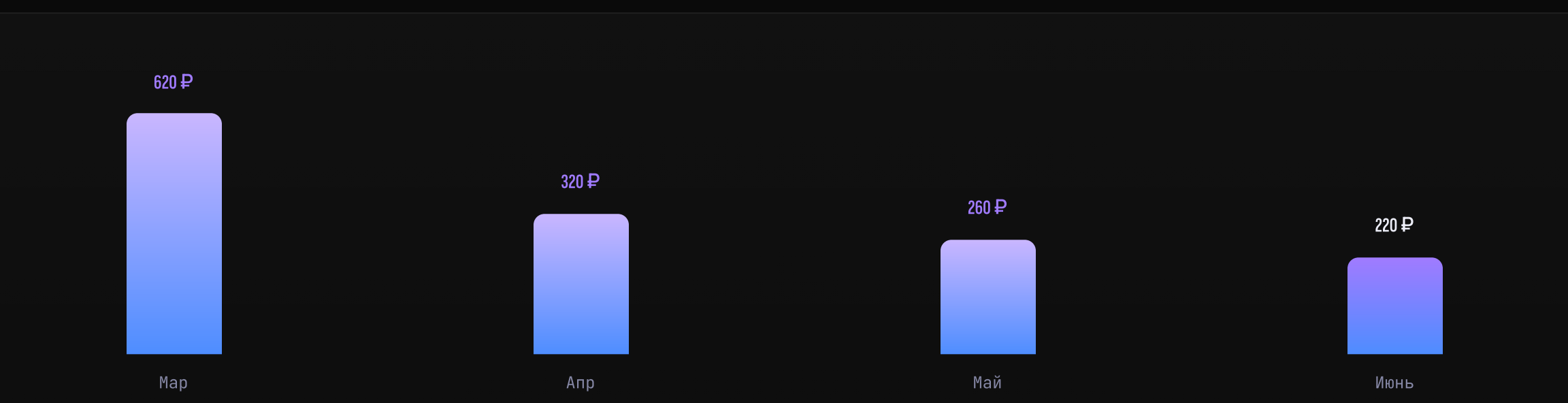
// Было → Стало

ЧТО ДАЛА РЕКЛАМА ЗА ПЕРИОД

ПОКАЗАТЕЛЬ	БЫЛО СТАЛО
Рабочих аудиторий в связке	0 → **4**
CPL (цена заявки)	0 ₽ → **240 ₽**
Конверсия из перехода	0% → **12%**

// Динамика по месяцам

ЦЕНА ЗАЯВКИ ПО МЕСЯЦАМ



CPL (цена заявки на пробное), ₽ Средняя цена заявки за май–июнь: **240 ₽**

// Март: период запуска и теста; средняя цена считается по рабочему периоду (май–июнь). Источник цифр: статистика кабинета VK Рекламы.

// результат в цифрах

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ПЕРИОД

средняя цена заявки, май–июнь

240 ₽

конверсия из перехода

12%

лучший CPL по аудитории (look-alike)

180 ₽

-61% снижение цены заявки: с тестового запуска (620 ₽) до 240 ₽ на рабочем периоде

12% конверсия из перехода в заявку на пробное

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

ХОД РАБОТЫ ПО МЕСЯЦАМ

// Как шла работа

МАРТ 2026

Запуск с нуля

Собрали базы, look-alike, ретаргетинг и гео. Первый месяц ушёл на запуск и тест креативов.

АПРЕЛЬ–МАЙ

Выход на объём

Рабочие связки заработали: CPL 260 ₽, стабильные заявки на пробное.

ИЮНЬ

Снижение цены

Оптимизация аудиторий и креативов: CPL 220 ₽.

ИЗ ЧЕГО СОБРАН РЕЗУЛЬТАТ

// Разбивка по аудиториям

Look-alike по клиентам

Похожие на действующих клиентов: ядро дешёвых заявок.

180 ₽

CPL (цена заявки)

Ретаргетинг (пиксель)

Возврат посетителей сайта и лендингов студий.

220 ₽

CPL (цена заявки)

Гео вокруг студий

Локальные жители в радиусе каждой студии.

240 ₽

CPL (цена заявки)

Интересы «спорт/ЗОЖ»

Широкий охват по интересам для теста.

300 ₽

CPL (цена заявки)

// Цена по аудиториям за рабочий период (май–июнь 2026) по данным кабинета VK Рекламы.

КТО ВЁЛ ПРОЕКТ

// Команда проекта

Таргетолог
Настройка аудиторий и кампаний

Дизайнер креативов
Баннеры и видео под связки

Проект-менеджер
Связь с клиентом и контроль сроков

ПЛАН РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ

// Что дальше

01 Масштабировать look-alike и ретаргетинг: лучшие аудитории по цене заявки.

02 Проработать гео и интересы, снизить CPL на охватных сегментах.

03 Обновлять креативы против выгорания аудиторий.

04 Связать заявки с CRM и считать стоимость дошедшего до тренировки клиента.

Дальнейший план строится на статистике за март–июнь 2026.

// Вопросы по кейсу

ЧАСТЫЕ ВОПРОСЫ