Грузоперевозки: отсекли нецелевые звонки и подняли конверсию в заявку до 8,2%

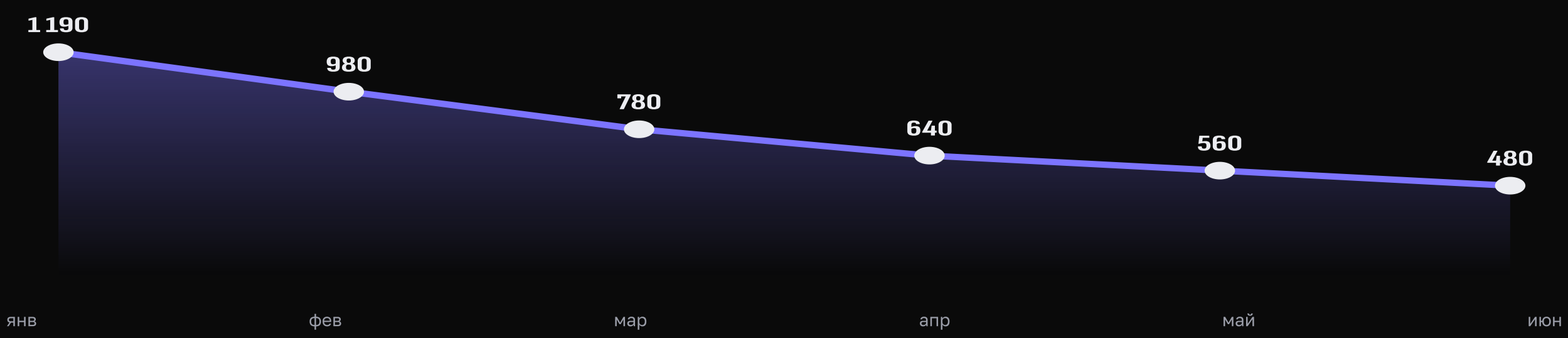
КОНВЕРСИЯ 8,2% В ЗАЯВКУ



Реклама и раньше приносила звонки, но заметная часть была нецелевой: частники, вакансии, «просто спросить». Пересобрали кампании по типам перевозок, вычистили трафик и оставили поток целевых обращений от бизнеса.

Клиент	Отрасль	Регион	Период	Стартовая точка	Кейс
Под NDA	**Логистика, автоперевозки**	**Под NDA**	**01.01 – 30.06.2026**	**Был кабинет, CPA 1 190 ₽**	**Хочу так же → Услуга: настройка Яндекс Директ**

Цена конверсии по месяцам



АПРЕЛЬ 2026

Развели типы перевозок по кампаниям, собрали семантику

МАЙ

Рабочие связки заработали, CPA 560 ₽

ИЮНЬ

Корректировки по времени и аудиториям, CPA 480 ₽

520 ₽

средний CPA, май–июнь

8,2%

конверсия из клика

410 ₽

лучший CPA по каналу (Поиск)

// Проблема и задача

Реклама работала, но кампании не были разделены по типам перевозок, а цена заявки держалась около 1 190 ₽ с большой долей нецелевых звонков.

Нужно было развести направления (газель, фура, переезды), отсечь частные разовые заявки и вывести поток целевых обращений от бизнеса.

// Что сделали

- Разделили кампании по типам транспорта: «Газель», фуры и межгород, квартирные и офисные переезды.
- Собрали семантику по тоннажу и направлениям, убрали запросы про работу водителем и вакансии.
- Добавили РСЯ и ретаргетинг на тех, кто смотрел тарифы, но не оставил заявку.
- Настроили цели: звонок, заявка на расчёт и переход в мессенджер.
- Ввели корректировки по времени: усилили показы в рабочие часы диспетчерской.

// Инструменты

Яндекс Директ · Яндекс Метрика · Мастер отчётов · Коллтрекинг · Анализ поисковых запросов

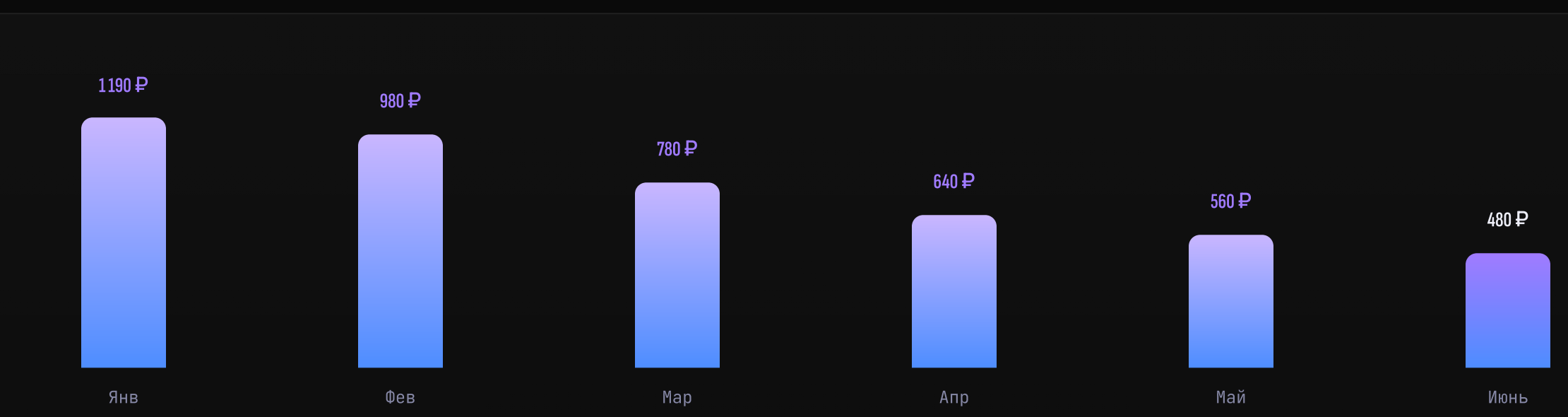
// Было → Стало

ЧТО ДАЛА РЕКЛАМА ЗА ПЕРИОД

ПОКАЗАТЕЛЬ	БЫЛО	СТАЛО
CPA (цена заявки)	1 190 ₽	**520 ₽**
Конверсия из клика	4,4%	**8,2%**
Рабочих каналов в связке	1	**4**

// Динамика по месяцам

ЦЕНА КОНВЕРСИИ ПО МЕСЯЦАМ



CPA (цена конверсии), ₽ Средняя цена конверсии за май–июнь: **520 ₽**

// Ранние месяцы: период запуска и оптимизации; средний CPA считаем по рабочему периоду (май–июнь). Источник цифр: Мастер отчётов Яндекс Директа.

// результат в цифрах

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ПЕРИОД

Средний CPA, май–июнь

520 ₽

Конверсия из клика

8,2%

Лучший CPA по каналу

410 ₽

-56% снижение цены заявки: с 1 190 ₽ до 520 ₽ на рабочем периоде

8,2% конверсия из клика в заявку почти удвоилась

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

ХОД РАБОТЫ ПО МЕСЯЦАМ

// Как шла работа

АПРЕЛЬ 2026

Пересборка аккаунта

Развели типы перевозок по кампаниям, собрали семантику и цели.

МАЙ

Выход на объём

Рабочие связки заработали: CPA 560 ₽, меньше нецелевых звонков.

ИЮНЬ

Снижение цены

Корректировки по времени и аудиториям: CPA 480 ₽.

ИЗ ЧЕГО СОБРАН РЕЗУЛЬТАТ

// Разбивка по кампаниям

Поиск «Газель»

Массовые городские перевозки: ядро потока заявок.

410 ₽

CPA (цена конверсии)

Поиск «Фуры и межгород»

Дорогие направления с крупным чеком.

640 ₽

CPA (цена конверсии)

Поиск «Переезды»

Квартирные и офисные переезды под ключ.

530 ₽

CPA (цена конверсии)

РСЯ + ретаргетинг

Охват и возврат тех, кто смотрел тарифы.

690 ₽

CPA (цена конверсии)

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

КТО ВЁЛ ПРОЕКТ

// Команда проекта

Директолог
Настройка и оптимизация кампаний

Аналитик
Сквозная аналитика и отчётность

Проект-менеджер
Связь с клиентом и контроль сроков

ПЛАН РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ

// Что дальше

01 Масштабировать поиск по «Газели»: лучший канал по цене заявки.

02 Проработать межгород и фуры: направления с высоким чеком.

03 Расширить семантику по направлениям и тоннажу.

04 Связать заявки с CRM и считать стоимость выполненного рейса.

Дальнейший план строится на статистике за апрель–июнь 2026.

// Вопросы по кейсу

ЧАСТЫЕ ВОПРОСЫ