×1,5 заказов на маркетплейсах без роста бюджета

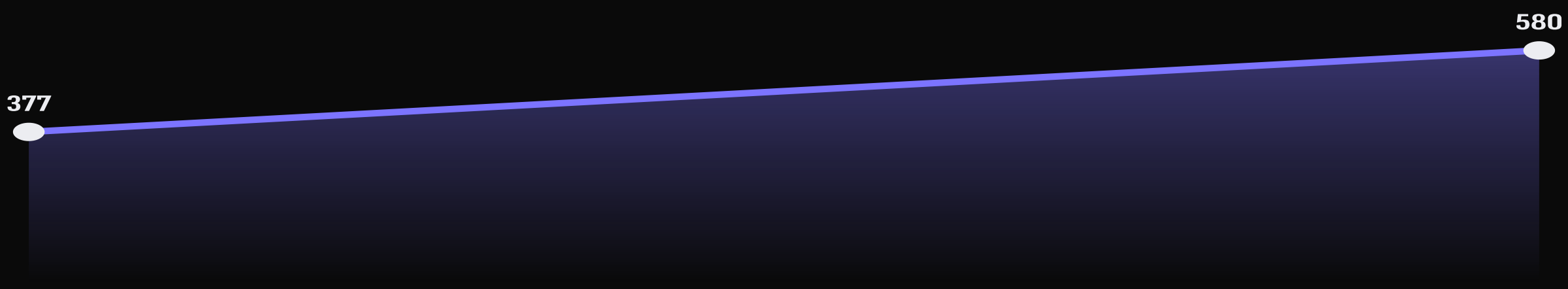
×1,5 ЗАКАЗОВ НА OZON



За счёт оптимизации рекламных кампаний, работы с поисковыми запросами внутри маркетплейсов и усиления карточек товаров снизили стоимость заказа почти в 2 раза и кратно увеличили объём продаж без роста бюджета.

Клиент	Отрасль	Регион	Средний чек	Кейс
Косметика на маркетплейсах	**Косметика на маркетплейсах**	**Россия**	**2 500 ₽**	**Хочу так же → Услуга: настройка Яндекс Директ**

Заказов в месяц до и после



ЭТАП 1

Разобрали спрос и собрали структуру: поиск, РСЯ, сегменты

ЭТАП 2

Минус-фразы и чистка запросов отсекли нецелевое

ЭТАП 3

Масштабировали лучшие связки, держим цену заказа

43 ₽
стоимость заказа

580
заказов в месяц

×1,5
рост числа заказов

−28%
снижение цены заказа

// Проблема и задача

Рост заказов через карточки товаров на маркетплейсах. Высокая конкуренция в категории, ценовая чувствительность, необходимость держать маржинальность.

Главное: получать стабильный поток обращений и держать цену заявки в рабочих границах, отсекая лишний и нецелевой трафик.

// Что сделали

- Разделили структуру на поиск и РСЯ с отдельными бюджетами и ставками под нишу «косметика · маркетплейсы».
- Отсекли нецелевые и консультационные запросы минус-фразами и регулярной чисткой поисковых фраз.
- Настроили цели в Яндекс Метрике и корректировки по аудиториям, устройствам и гео.
- Перераспределили бюджет в пользу связок с лучшей ценой обращения.

// Инструменты

Реклама Ozon · Продвижение Яндекс Маркет · Работа с карточками · Аналитика маркетплейсов · Поисковые запросы

ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ ЗА ПЕРИОД

// Было → Стало

ПОКАЗАТЕЛЬ	БЫЛО СТАЛО	
Рекламный бюджет	190 000 ₽	**180 000 ₽**
Заказов в месяц	377	**580**
Стоимость заказа	60 ₽ **43 ₽**	

// «Было»: показатели до начала работ, «Стало»: после оптимизации кампаний.

КЛЮЧЕВОЙ ЭФФЕКТ ОТ РЕКЛАМЫ

// результат в цифрах

−28% стоимость заказа: 60 ₽ → 43 ₽

×1,5 рост числа заказов: 377 → 580

КАК УСТРОЕНА РАБОТА

// Как мы ведём проект

ЭТАП 1

Аудит и структура

Разбираем спрос и экономику, собираем структуру: поиск, РСЯ и сегменты под направления.

ЭТАП 2

Чистка трафика

Минус-фразы, чистка поисковых запросов и корректировки: отсекаем нецелевые обращения.

ЭТАП 3

Оптимизация по цене обращения

Масштабируем лучшие связки и держим цену заявки под контролем по данным Метрики.

ПЛАН РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ

// Что дальше

01 Масштабировать связки с лучшей ценой обращения.

02 Расширять семантику и офферы под нишу «косметика · маркетплейсы».

03 Углублять аналитику: цели в Метрике и связь заявок со сделками в CRM.

04 Тестировать новые форматы и посадочные для роста конверсии.

// Вопросы по кейсу

ЧАСТЫЕ ВОПРОСЫ