Кухни на заказ: с нуля вышли на предсказуемый поток заявок на замер

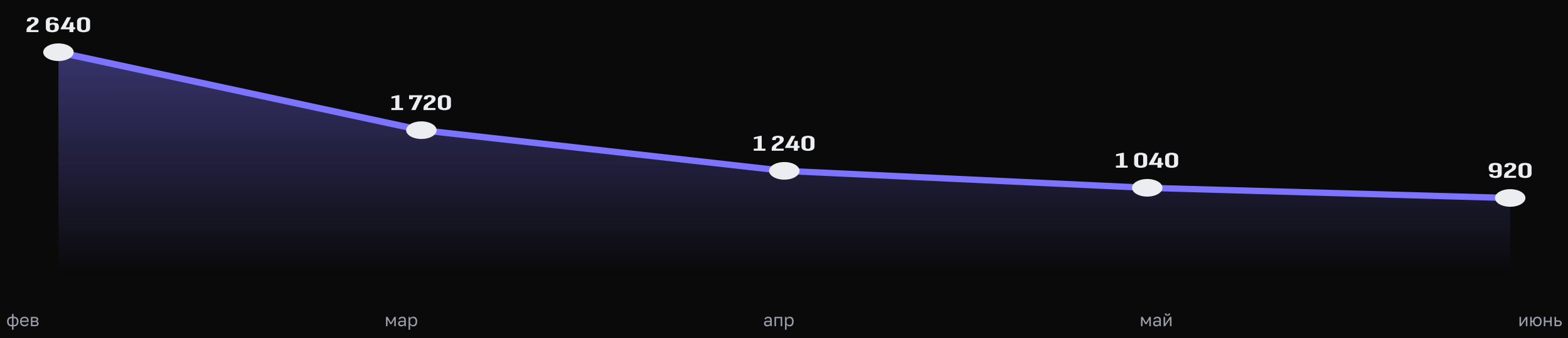
980 ₽ ЗА ЗАМЕР С НУЛЯ



Рекламы по кухням не было вообще. За несколько месяцев собрали кабинет, который даёт ровный, предсказуемый поток заявок на замер каждый месяц, с понятной ценой и запасом для роста на новые салоны.

Клиент	Отрасль	Регион	Период	Стартовая точка	Кейс
Под NDA	**Кухни на заказ**	**Под NDA**	**01.02 – 30.06.2026**	**0, без статистики**	**Хочу так же → Услуга: настройка Яндекс Директ**

Цена заявки на замер по месяцам



МАРТ

Запустили поиск, РСЯ и ретаргетинг с нуля

МАЙ

Рабочие связки вышли на объём, CPA 1 040 ₽

ИЮНЬ

Оптимизировали ставки и ретаргетинг, CPA 920 ₽

980 ₽

средний CPA, май–июнь

5,2%

конверсия из клика

720 ₽

лучший CPA по каналу (Ретаргетинг)

// Проблема и задача

У клиента не было накопленной рекламы по кухням. Нужно было быстро понять, какие связки дают заявки на замер: поиск по кухням на заказ, по стилям и по материалам.

Задача: собрать поток обращений и отсечь лишнее (запросы про готовую мебель из масс-маркета, ремонт кухонь и слишком широкие мебельные аудитории).

// Что сделали

- Собрали структуру по ролям: поиск на горячий спрос, РСЯ на охват и ретаргетинг на возврат.
- Развели направления по группам: кухни на заказ, угловые и прямые, по стилям и материалам фасадов.
- Через минус-фразы убрали запросы про готовые кухни, б/у мебель и самостоятельную сборку.
- Настроили цели: заявка на замер, звонок и переход в мессенджер.
- Добавили ретаргетинг на тех, кто открывал каталог и калькулятор, но не оставил заявку.

// Инструменты

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

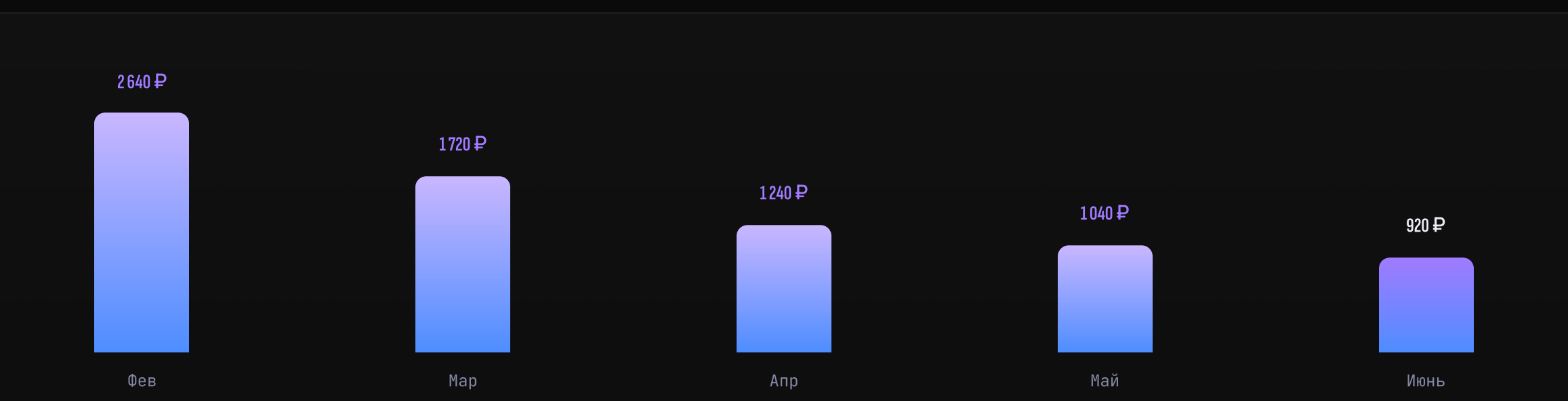
// Было → Стало

ЧТО ДАЛА РЕКЛАМА ЗА ПЕРИОД

ПОКАЗАТЕЛЬ	БЫЛО СТАЛО
Рабочих каналов в связке	0 **4**
CPA (цена заявки)	0 ₽ **980 ₽**
Конверсия из клика	0% **5,2%**

// Динамика по месяцам

ЦЕНА КОНВЕРСИИ ПО МЕСЯЦАМ



CPA (цена конверсии), ₽ Средняя цена конверсии за май–июнь: **980 ₽**

// 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

980 ₽

Конверсия из клика

5,2%

Лучший CPA по каналу

720 ₽

-63% снижение цены заявки: с тестового запуска (2 640 ₽) до 980 ₽ на рабочем периоде

5,2% конверсия из клика в заявку на замер

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

ХОД РАБОТЫ ПО МЕСЯЦАМ

// Как шла работа

МАРТ 2026

Запуск с нуля

Собрали поиск, РСЯ и ретаргетинг. Первые месяцы ушли на запуск и настройку.

МАЙ

Выход на объём

Рабочие связки заработали: CPA 1 040 ₽, стабильные заявки на замер.

ИЮНЬ

Снижение цены

Оптимизация ставок и ретаргетинга: CPA 920 ₽.

ИЗ ЧЕГО СОБРАН РЕЗУЛЬТАТ

// Разбивка по кампаниям

Ретаргетинг

Возврат тех, кто смотрел каталог и калькулятор: лучший CPA.

720 ₽

CPA (цена конверсии)

Поиск «Кухни на заказ»

Горячий спрос по индивидуальным кухням.

940 ₽

CPA (цена конверсии)

Поиск по стилям

Современные, классические и минимализм.

1 080 ₽

CPA (цена конверсии)

РСЯ (сети)

Охват и догоняющие показы по каталогу.

1 220 ₽

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 ретаргетинг и поиск на заказ: лучшие связки по цене заявки.

02 Проработать РСЯ, снизить CPA на охватных форматах.

03 Расширить семантику по материалам фасадов и стилям.

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

Дальнейший план строится на статистике за март–июнь 2026.

// Вопросы по кейсу

ЧАСТЫЕ ВОПРОСЫ