209 заказов в месяц и клик дешевле на 28%

209 ЗАКАЗОВ В МЕСЯЦ



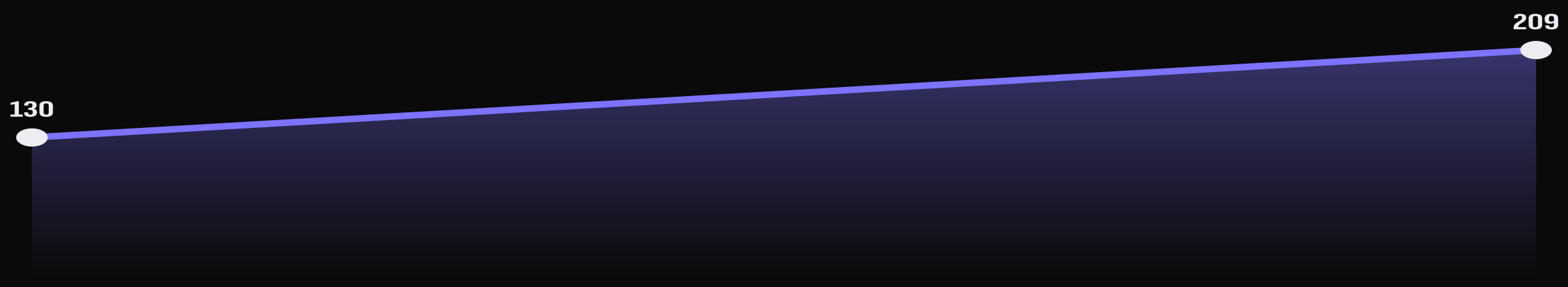
За счёт переработки структуры кампаний и офферов на сайте, фокуса на товарные запросы и оптимизации объявлений снизили стоимость заказа, повысили конверсию в покупку и увеличили объём продаж, при контроле ДРР.

Клиент	Отрасль	Регион	Средний чек	Кейс
Интернет-магазин электроники	**Интернет-магазин электроники**	**Россия**	**35 000 ₽**	**Хочу так же → Услуга: настройка Яндекс Директ**

Яндекс директ

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, чистка запросов, корректировки

ЭТАП 3

Масштабировали лучшие связки, держим цену под контролем

43 ₽	209	4,5%	-28%
стоимость клика	заказов в месяц	конверсия в покупку	снижение цены клика

// Проблема и задача

Рост целевых заказов через сайт и увеличение продаж при контроле ДРР. Конкуренция с маркетплейсами и ритейлерами, чувствительность к цене, много консультационных обращений.

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 «интернет-магазин электроники».
- Отсекли нецелевые и консультационные запросы минус-фразами и регулярной чисткой поисковых фраз.
- Настроили цели в Яндекс Метрике и корректировки по аудиториям, устройствам и гео.
- Сфокусировали кампании на качестве заявок и росте конверсии в договор, а не только на их количестве.

// Инструменты

Яндекс Директ · Товарная кампания · Яндекс Метрика · Мастер отчётов · Работа с фидом и офферами

ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ ЗА ПЕРИОД

// Было → Стало

ПОКАЗАТЕЛЬ	БЫЛО СТАЛО
Рекламный бюджет	200 000 ₽ **200 000 ₽**
Заказов в месяц	130 **209**
Стоимость клика	60 ₽ **43 ₽**
Конверсия в покупку	3,9% **4,5%**

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

КЛЮЧЕВОЙ ЭФФЕКТ ОТ РЕКЛАМЫ

// результат в цифрах

−28% стоимость клика: 60 ₽ → 43 ₽

×1,6 рост числа заказов: 130 → 209

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 «интернет-магазин электроники».

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