Недвижимость в Яндекс Директе: 49 заявок в месяц и CPA −34%

49 ЗАЯВОК В МЕСЯЦ



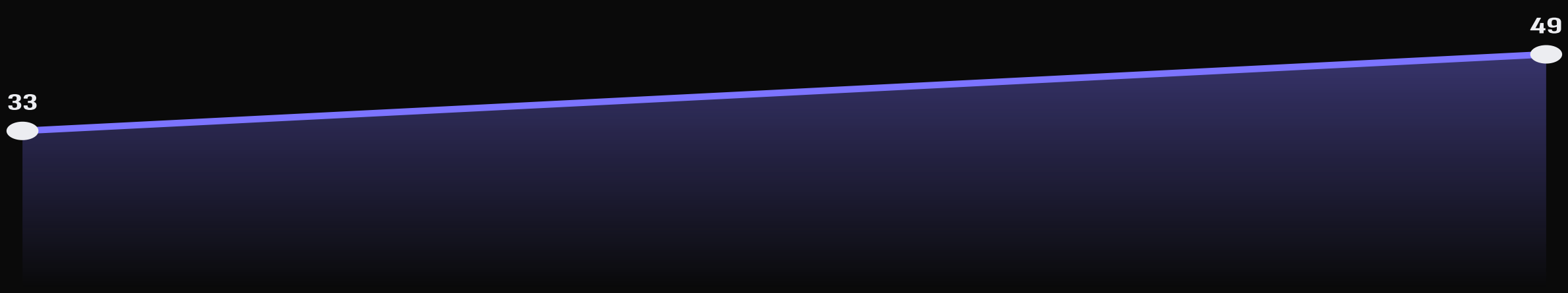
Перестроили рекламную стратегию в Яндекс Директе под покупательский спрос: снизили стоимость заявки, увеличили их объём и повысили конверсию в сделку за счёт акцента на ипотечные программы и горячие сегменты аудитории.

Клиент	Отрасль	Регион	Средний чек	Кейс
Недвижимость (продажа квартир)	**Недвижимость (продажа квартир)**	**Уфа**	**5 500 000 ₽**	**Хочу так же → Услуга: настройка Яндекс Директ**

Недвижимость

Хочу так же → Услуга: настройка Яндекс Директ

Заявок в месяц до и после



ЭТАП 1

Разобрали спрос и собрали структуру: поиск, РСЯ, ипотека

ЭТАП 2

Минус-фразы, чистка запросов, корректировки

ЭТАП 3

Масштабировали лучшие связки, держим цену заявки

4 153 ₽
стоимость заявки

49
заявок в месяц

9%
конверсия в сделку

-34%
снижение цены заявки

// Проблема и задача

Целевые заявки на покупку квартир. Высокая конкуренция, много «холодных» и консультационных обращений, чувствительность к цене и ипотеке.

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 «недвижимость».
- 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 · Яндекс Метрика · Мастер отчётов · Сегменты по ипотеке · Корректировки по аудиториям

ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ ЗА ПЕРИОД

ПОКАЗАТЕЛЬ	БЫЛО СТАЛО	
Рекламный бюджет	210 000 ₽	**250 000 ₽**
Заявок в месяц	33	**49**
Стоимость заявки	6 271 ₽	**4 153 ₽**
Конверсия в сделку	7% **9%**	

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

КЛЮЧЕВОЙ ЭФФЕКТ ОТ РЕКЛАМЫ

−34% стоимость заявки: 6 271 ₽ → 4 153 ₽

×1,5 рост числа заявок на квартиры

КАК УСТРОЕНА РАБОТА

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

01 Масштабировать связки с лучшей ценой обращения.

02 Расширять семантику и офферы под нишу «недвижимость».

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

04 Тестировать новые форматы и посадочные для роста конверсии.

ЧАСТЫЕ ВОПРОСЫ