Остекление балконов: подготовили Директ к сезону и сняли весенний пик заявок

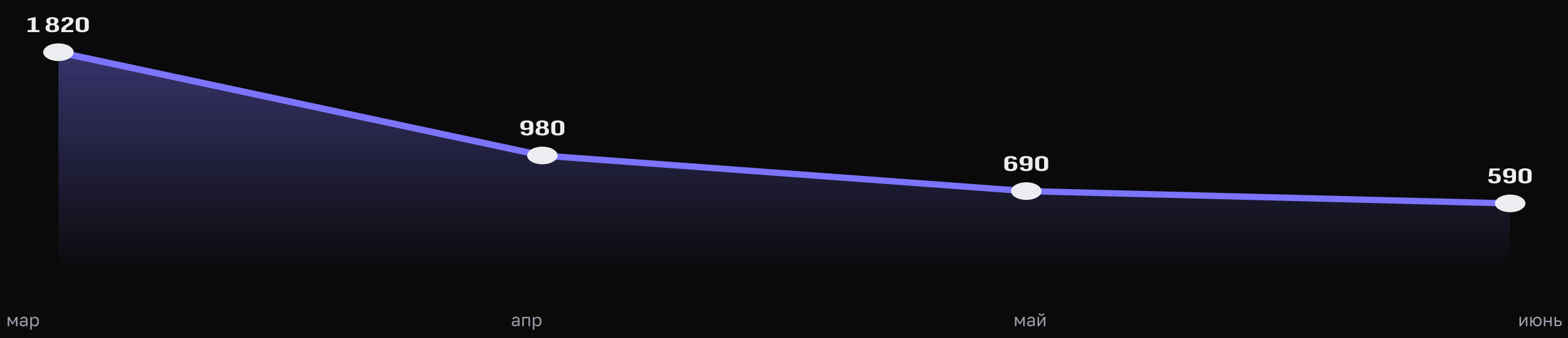
ЗАЯВКА 640 ₽ В ПИК



Ниша сезонная: спрос на остекление и окна взлетает весной. Заранее собрали структуру кампаний, накопили статистику в межсезонье и в пик приняли волну заявок по управляемой цене, не раздувая расход.

Клиент	Отрасль	Регион	Период	Стартовая точка	Кейс
Под NDA	**Остекление, окна ПВХ**	**Под NDA**	**01.03 – 30.06.2026**	**0, без статистики**	**Хочу так же → Услуга: настройка Яндекс Директ**

Цена заявки по месяцам



МАРТ

Собрали поиск, РСЯ и локальное гео с нуля

МАЙ

Рабочие связки заработали, CPA 690 ₽

ИЮНЬ

Чистка запросов и корректировки, CPA 590 ₽

640 ₽

средний CPA, май–июнь

7,1%

конверсия из клика

470 ₽

лучший CPA по каналу (РСЯ)

// Проблема и задача

На старте у клиента не было накопленной рекламы по остеклению. Нужно было быстро понять, какие связки дают заявки: поиск по балконам, окнам и отдельным работам под ключ.

Задача: получить поток обращений и отсечь лишнее (запросы «своими руками», ремонт фурнитуры и слишком широкие строительные аудитории, где цена заявки уходит выше рабочей).

// Что сделали

- Собрали структуру по ролям: поиск на горячий спрос, РСЯ на охват и отдельная кампания под локальное гео.
- Развели направления по группам: остекление балконов, окна ПВХ, панорамное остекление и отделка под ключ.
- Через минус-фразы убрали запросы про самостоятельный монтаж и ремонт фурнитуры.
- Настроили цели в Метрике: заявка с сайта, звонок и переход в мессенджер.
- Добавили корректировки по устройствам и гео под зону выезда замерщика.

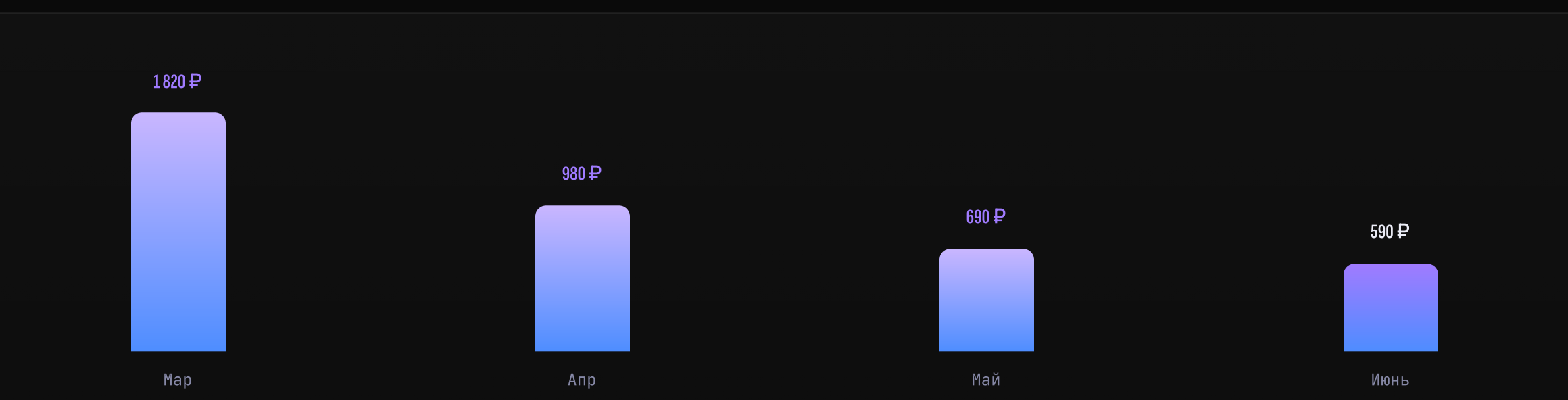
// Инструменты

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

ЧТО ДАЛА РЕКЛАМА ЗА ПЕРИОД

ПОКАЗАТЕЛЬ	БЫЛО / СТАЛО	
Рабочих каналов в связке	0	**4**
CPA (цена заявки)	0 ₽	**640 ₽**
Конверсия из клика	0%	**7,1%**

ЦЕНА КОНВЕРСИИ ПО МЕСЯЦАМ



CPA (цена конверсии), ₽ Средняя цена конверсии за май–июнь: **640 ₽**

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

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ПЕРИОД

Средний CPA, май–июнь

640 ₽

Конверсия из клика

7,1%

Лучший CPA по каналу

470 ₽

-65% снижение цены заявки: с тестового запуска (1 820 ₽) до 640 ₽ на рабочем периоде

7,1% стабильная конверсия из клика в заявку

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

ХОД РАБОТЫ ПО МЕСЯЦАМ

МАРТ 2026

Запуск с нуля

Собрали поиск, РСЯ и локальное гео. Первые недели ушли на запуск и настройку.

МАЙ

Выход на объём

Рабочие связки заработали в полную силу: CPA 690 ₽.

ИЮНЬ

Снижение цены

Чистка запросов и корректировки: CPA 590 ₽ при растущем потоке.

ИЗ ЧЕГО СОБРАН РЕЗУЛЬТАТ

Поиск

Горячий спрос по остеклению и окнам: ядро результата.

680 ₽

CPA (цена конверсии)

РСЯ (сети)

Охват и догоняющие показы: лучший CPA среди каналов.

470 ₽

CPA (цена конверсии)

Локальное гео

Отдельная кампания под зону выезда замерщика.

705 ₽

CPA (цена конверсии)

Бренд + ретаргетинг

Возврат посетителей и работа по бренду.

820 ₽

CPA (цена конверсии)

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

КТО ВЁЛ ПРОЕКТ

Директолог
Настройка и оптимизация кампаний

Аналитик
Сквозная аналитика и отчётность

Проект-менеджер
Связь с клиентом и контроль сроков

ПЛАН РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ

01 Масштабировать поиск и локальное гео: лучшие связки по цене заявки.

02 Проработать РСЯ и бренд-кампанию, снизить CPA на охватных форматах.

03 Расширить семантику по панорамному остеклению и отделке балконов.

04 Углубить цели в Метрике и связать заявки с замерами и договорами.

Дальнейший план строится на статистике за апрель–июнь 2026.

ЧАСТЫЕ ВОПРОСЫ