Новый ЖК: с нуля собрали поток заявок на квартиры и брони по CPA 1 460 ₽

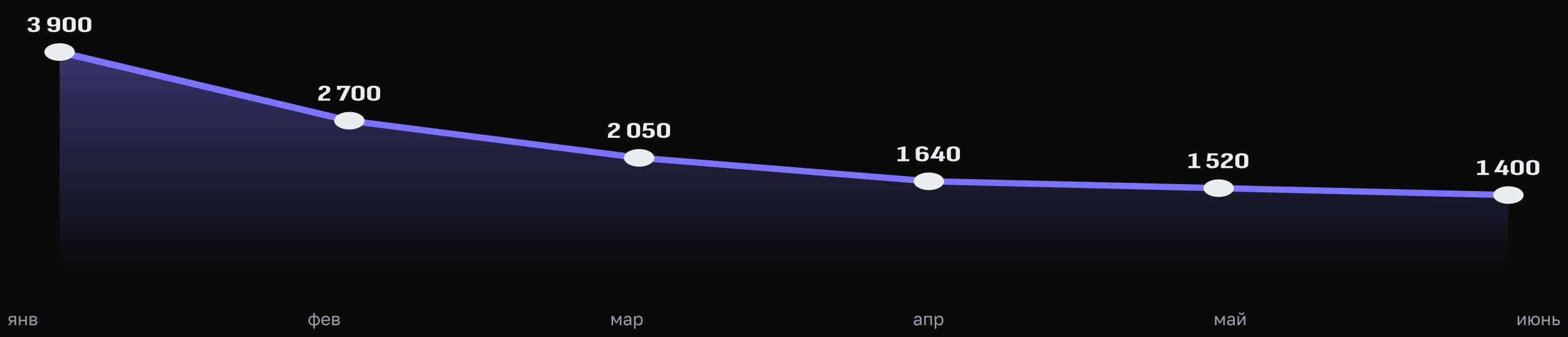
ЗАЯВКА 1 460 ₽ С НУЛЯ



Старт продаж нового корпуса, рекламы ещё не было. Собрали кабинет с нуля: сегментировали кампании по типам квартир и ипотечным программам и вышли на стабильный поток заявок и броней по управляемой цене.

Клиент	Отрасль	Регион	Период	Стартовая точка	Кейс
Под NDA	**Жилой комплекс, квартиры**	**Под NDA**	**01.01 – 30.06.2026**	**0, без статистики**	**Хочу так же → Услуга: настройка Яндекс Директ**

Цена заявки по месяцам



ЯНВ И ФЕВ

Собрали сегменты по квартирам, ипотеку и посадочные

АПР И МАЙ

Рабочие связки заработали, CPA 1 520 ₽

ИЮНЬ

Оптимизировали ипотечные связки, CPA 1 400 ₽

1 460 ₽

средний CPA, май–июнь

4,8%

конверсия из клика

1 020 ₽

лучший CPA по каналу (Поиск «ипотека»)

// Проблема и задача

Старт продаж нового корпуса ЖК без накопленной статистики. Нужно было быстро понять, какие связки дают заявки: поиск по ЖК и району, по типам квартир (студии, семейные) и по ипотечным программам.

Задача: собрать поток заявок и броней и отсечь лишнее (аренду, вторичку и слишком широкие запросы «купить квартиру», где цена обращения нерабочая).

// Что сделали

- Сегментировали кампании по типам квартир: студии, 1–2-комнатные, семейные форматы и видовые квартиры.
- Выделили отдельную ветку под ипотеку (господдержка, семейная и IT-ипотека) с посадочными под каждую программу.
- Через минус-фразы убрали аренду, вторичку и посуточно.
- Настроили цели в Метрике: заявка, бронь и переход к онлайн-выбору квартиры.
- Добавили РСЯ и ретаргетинг на тех, кто открывал квартирографию, но не оставил заявку.

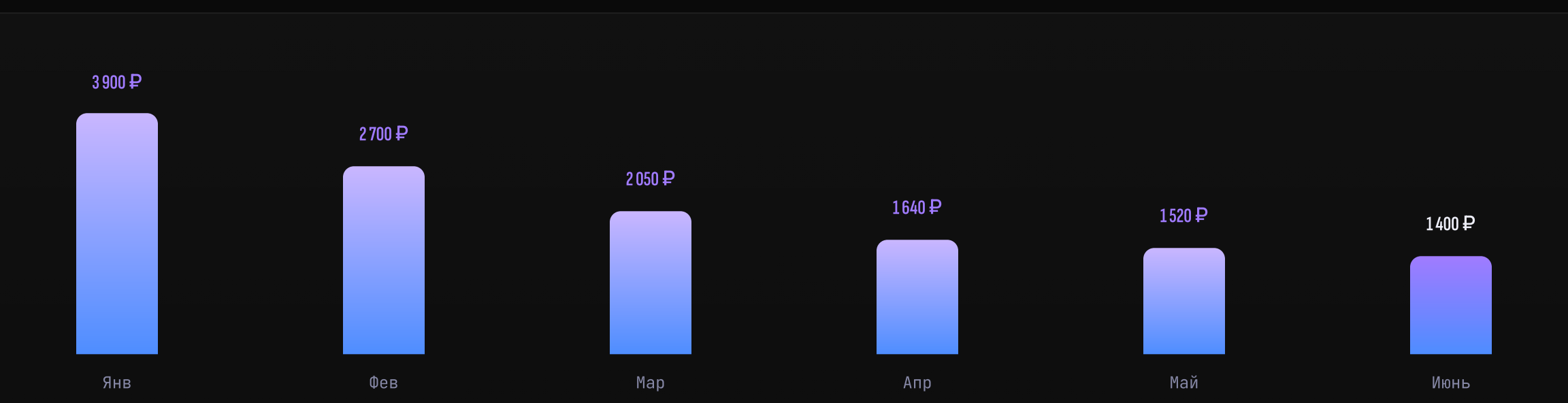
// Инструменты

Яндекс Директ · Яндекс Метрика · Мастер отчётов · Квартирография · Корректировки по аудиториям

ЧТО ДАЛА РЕКЛАМА ЗА ПЕРИОД

ПОКАЗАТЕЛЬ	БЫЛО СТАЛО
Рабочих каналов в связке	0 **5**
CPA (цена заявки)	0 ₽ **1 460 ₽**
Конверсия из клика	0% **4,8%**

ЦЕНА КОНВЕРСИИ ПО МЕСЯЦАМ



CPA (цена конверсии), ₽ Средняя цена конверсии за май–июнь: **1 460 ₽**

// 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

1 460 ₽

Конверсия из клика

4,8%

Лучший CPA по каналу

1 020 ₽

-63% снижение цены заявки: с тестового запуска (3 900 ₽) до 1 460 ₽ на рабочем периоде

4,8% конверсия из клика в заявку/бронь

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

ХОД РАБОТЫ ПО МЕСЯЦАМ

ЯНВ–ФЕВ 2026

Запуск с нуля

Собрали сегменты по типам квартир, ипотечные ветки и посадочные. Первые месяцы ушли на запуск.

АПР–МАЙ

Выход на объём

Рабочие связки заработали: CPA 1 520 ₽, стабильные заявки и брони.

ИЮНЬ

Снижение цены

Оптимизация ипотечных связок: CPA 1 400 ₽.

ИЗ ЧЕГО СОБРАН РЕЗУЛЬТАТ

Поиск «Ипотека»

Господдержка, семейная и IT-ипотека: лучший CPA и качество.

1 020 ₽

CPA (цена конверсии)

Поиск «Студии и 1-комн.»

Массовый спрос на компактные форматы.

1 320 ₽

CPA (цена конверсии)

Поиск «Семейные»

2–3-комнатные и видовые квартиры.

1 580 ₽

CPA (цена конверсии)

РСЯ + ретаргетинг

Охват и возврат тех, кто смотрел квартирографию.

1 840 ₽

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 ипотечные связки: лучший канал по цене заявки.

02 Проработать РСЯ и ретаргетинг, снизить CPA на охватных форматах.

03 Расширить семантику по новым очередям и форматам квартир.

04 Связать заявки с CRM застройщика и считать стоимость брони и сделки.

Дальнейший план строится на статистике за январь–июнь 2026.

ЧАСТЫЕ ВОПРОСЫ