Производитель теплиц: 9 143 заявки из Яндекс Директа при CPA 117 ₽

9 143 ЗАЯВКИ ПО 117 ₽



Ведём Яндекс Директ для производителя теплиц (интернет-магазин): Мастер кампаний на весь каталог и РСЯ под сайт. За период: 9 143 заявки при среднем CPA всего 117 ₽ и конверсии из клика 9,76%. РСЯ даёт самый дешёвый контакт: 80 ₽ при CR 12%.

Клиент	Отрасль	Регион	Период	Направления	Кейс
Под NDA	**Производство теплиц (интернет-магазин)**	**Россия**	**Янв 2024 – июль 2026**	**Мастер кампаний · РСЯ**	**Хочу так же → Услуга: настройка Яндекс Директ**

9 143
заявок за период

9,76%
конверсия из клика

117 ₽
средний CPA

93 637
кликов за период

// Проблема и задача

Производитель теплиц продаёт через интернет-магазин по всей России: широкий каталог, сезонный спрос и чувствительная к цене аудитория. Нужен большой объём заявок при низкой стоимости: маржа в товарке не прощает дорогих лидов.

Задача: получать поток заказов и заявок по минимальной цене за конверсию, используя автоматизацию (Мастер кампаний) и сети (РСЯ), не раздувая стоимость обращения.

// Что сделали

- Запустили Мастер кампаний на весь каталог теплиц: автоматика под объём заявок.
- Отдельно вели РСЯ по сайту: сети дают самый дешёвый контакт и высокий CR.
- Чистили площадки и запросы, отсекали нецелевой трафик и удерживали низкий CPA.
- Оптимизировали по конверсиям из Метрики: корзина, квиз, звонки и заявки.
- Следили за конверсией из клика в заявку и балансом между кампаниями.

Яндекс Директ | Яндекс Метрика | Мастер отчётов | Мастер кампаний | Электронная коммерция

// Инструменты

// Ка

9 143 ЗАЯВКИ: РАЗБИВКА ПО КАМПАНИЯМ

КАМПАНИЯ	РАСХОД	КЛИКИ	КОНВЕРСИИ	CR	CPA
ИТОГО	НДА	93 637	**9 143**	9,76%	118 ₽
Мастер кампаний	НДА	72 368	**6 585**	9,10%	133 ₽
РСЯ · сайт	НДА	21 269	**2 558**	12,03%	80 ₽

// Данные: Мастер отчётов Яндекс Директа за период. Средний CPA: 118 ₽; РСЯ даёт самый дешёвый контакт (80 ₽) при CR 12%.

КАК КЛИЕНТЫ ОСТАВЛЯЮТ ЗАЯВКИ

159

Переход в мессенджер

конверсия 0,14%

149

Клик по номеру телефона

конверсия 0,13%

115

Заполнил контактные данные

конверсия 0,13%

94

Отправил контактные данные

конверсия 0,11%

33

Переход в соц.сеть

конверсия 0,04%

// Достижения целей в Яндекс Метрике за период. Обращения идут через мессенджеры, звонки и контактные формы.

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ПЕРИОД

CPA основной кампании

2 085 ₽

CR основной кампании

2,41%

Обращений за период

2 614

2 595 обращений с основной кампании (99% всех заявок проекта)

2 085 ₽ стоимость обращения на основной перформанс-кампании

// Кейс публикуется в рамках NDA: название клиента и рекламный бюджет скрыты. Метрики: по данным Яндекс Директа и Метрики за период.

КАК МЫ ВЕДЁМ ПРОЕКТ

ЭТАП 1

Запуск перформанса

Собрали основную кампанию на заявки (ЕПК) и подключили медийную под охват ЖК.

ЭТАП 2

Оптимизация по заявкам

Чистили аудитории и креативы, снижали стоимость обращения на основной кампании.

ЭТАП 3

Масштаб и тесты

Держим CPA ~2 085 ₽ на объёме, тестируем новые кампании (MAX) и медийные креативы.

КАНАЛЫ И НАПРАВЛЕНИЯ

Мастер кампаний

Автоматические кампании на весь каталог: основной объём заявок.

133 ₽	6 585
CPA	заявки

РСЯ · сайт

Сети: самый дешёвый контакт (80 ₽) и лучший CR 12%.

80 ₽	2 558
CPA	заявки

MAX · новая

Новая кампания на тестировании набирает статистику.

85	1
клики	заявки

// CPA и конверсии: по данным Мастера отчётов Яндекс Директа за период.

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 основную перформанс-кампанию: главный источник заявок.

02 Снижать стоимость обращения за счёт аудиторий и креативов.

03 Развивать медийную рекламу и новые кампании (MAX) под охват.

04 Связать заявки с продажами квартир в CRM и считать их стоимость.

Дальнейший план строится на накопленной статистике за весь период ведения.

ЧАСТЫЕ ВОПРОСЫ